

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki populasi muslim terbesar di dunia, menurut laporan *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024* oleh *Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*.¹ Indonesia memiliki banyak potensi wakaf karena negara dengan mayoritas muslim di Indonesia. karena wakaf, yang memiliki banyak keutamaan, merupakan alat kebaikan dalam Islam. Masyarakat Indonesia terus berusaha memberikan harta terbaiknya untuk wakaf karena alasan agama dan sosial. Selain itu, publikasi tahun 2021 dari *Global Charities Aid Foundation* menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara paling dermawan di dunia menempati peringkat *World Giving Index* pertama di.²

Dalam islam, umat muslim diajarkan untuk selalu menaati perintah Allah SWT, atau yang disebut dengan takwa. Semakin tinggi ketakwaan seseorang, maka akan semakin mulia

¹ Bayu Saputra, "SGIE Report sebut pasar Islam RI masuk peringkat 3 terbesar di dunia," *Antara Kantor Berita Indoensia*, 2024, <https://www.antaraneews.com>, diakses 15 Februari 2024 pukul 09.00 WIB

² Urip Budiarto, "Pengembangan Digitalisasi dan Integrasi Data Wakaf Nasional," *Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2021, <https://kneks.go.id/>, diakses 17 Februari 2024 pukul 18.00 WIB.

kedudukannya di sisi Allah, dalam Q.S Al – Hujurat : 13. Muslim juga diingatkan bahwa setiap tindakannya akan membawa konsekuensi bagi dirinya sendiri.

يٰۤهٗا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلَ لِتَعَارَفُوْا ۗ اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ

اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ خَبِيْرٌ ۝۱۳

Artinya : Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha teliti. (Q.S Al – Hujurat : 13)³

Religiusitas dapat didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan seseorang tentang agamanya dan tingkat komitmennya kepadanya. Tingkat konseptualisasi adalah tingkat pengetahuan seseorang tentang agamanya, sedangkan tingkat komitmen adalah tingkat yang perlu dipahami secara menyeluruh. Akibatnya, ada berbagai cara bagi orang untuk menjadi religius. Religiusitas adalah keadaan, pemahaman, dan ketaatan seseorang terhadap suatu agama yang ditunjukkan dalam pengamalan nilai, aturan, dan kewajiban. Ini mendorong seseorang untuk bertindak, bersikap, dan bertindak sesuai

³ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an (LPMQ), “*Al-Qur'an*,” (Bogor: Unit Percetakan Al-Quran, 2019), hal.412.

dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.⁴

Sebagaimana dicatat oleh Stark & Glock (1968) dikutip oleh Hardius dkk, bahwa jantung agama adalah Religiusitas⁵. Maka dari itu faktor religiusitas berperan penting dalam penentuan perilaku Masyarakat untuk berwakaf, dikarenakan semakin tingginya religiusitas maka semakin tinggi juga kesadaran berwakaf.

Sektor perwakafan Indonesia terus mengalami perkembangan. Dalam tiga tahun terakhir, semangat berwakaf masyarakat telah meningkat. Data saat ini menunjukkan bahwa terkumpulnya wakaf uang untuk masa waktu 2018-2021 sejumlah 855 miliar rupiah, naik sejak dari pengumpulan wakaf tahun 2011-2018 yang sebesar 255 miliar rupiah. Total ini hanya separuh dari total potensi wakaf uang, yang sejumlah 180 triliun rupiah pertahun.⁶ Oleh karenanya itu adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang direalisasikan dan potensinya.

⁴ Muchlisin Riadi, "Fungsi, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas," 2018, <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/>, diakses 17 Februari 2024 pukul 20.00 WIB.

⁵ Sulthani Azman Emil Usman Hardius, Sobari Nurdin, *Islamic Marketing sebuah pengantar*, ed. oleh Monalisa, 1 ed. (Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2020), hal. 150.

⁶ Irfan Syauqi, "Memperkuat Literasi Wakaf," Badan Wakaf Indonesia, 2022, diakses 20 Februari 2024 pukul 20.00 WIB.

Sangat rendahnya pengetahuan masyarakat tentang wakaf adalah salah satu alasan utama mengapa ada banyak perbedaan antara potensi dan implementasi wakaf. Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan Kementerian Agama, indeks literasi wakaf baru memiliki skor rendah 50,48. Ini menunjukkan bahwa pemahaman publik tentang wakaf masih perlu ditingkatkan dan diperbaiki. Akibatnya, semua pegiat perwakafan di Indonesia harus memperhatikan pentingnya meningkatkan program literasi.

Di era digital perkembangan telekomunikasi dan informatika (IT) yang sudah begitu pesat, teknologi membuat segala bentuk komunikasi bahkan informasi menjadi tidak sulit dijangkau. Dan internet merupakan salah satunya. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.⁷ Perkembangan teknologi menjadikan Masyarakat merubah perikalu gaya hidup menjadi modern, maka seiring dengan kemajuan tersebut pengaruhnya

⁷ Keminfo, “*Kemkominfo: Pengguna Internet Di Indonesia Capai 82 Juta,*” *Kemkominfo*, 2014, <https://www.kominfo.go.id/>, diakses 17 Februari 2024 pukul 18.00 WIB.

terhadap berbagai aspek kehidupan tak dapat diabaikan, khususnya dalam informasi yang didapat mengenai wakaf terutama pada promosi digital yang dilakukan di media sosial.

Berdasarkan data yang diakses Sistem Informasi Wakaf Kementerian Agama (SIWAK) pada 29 September 2021, potensi wakaf terestrial Indonesia mencapai 414.829 lokasi dengan luas 55.259,87 hektar. Kemudian menurut Badan Wakaf Indonesia (BWI), potensi wakaf uang Indonesia mencapai Rp 180 triliun per tahun.⁸ Namun potensi wakaf yang begitu besar belum bisa dioptimalkan dengan baik. Dilihat pentingnya promosi digital dalam era digitalisasi untuk penguatan wakaf uang di Indonesia, salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh Lembaga wakaf yaitu dengan mengoptimalkan peran media. Promosi digital melalui media online dan media sosial semakin bervariasi bentuknya. Intensitas promosi digital yang semakin meningkat dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat minat masyarakat dalam berwakaf uang. Pemasaran digital adalah suatu kegiatan atau strategi pemasaran untuk mempromosikan produk atau layanan yang dilakukan

⁸ Budiarto, "Pengembangan Digitalisasi dan Integrasi Data Wakaf Nasional." Kominte Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021, <https://kneks.go.id/> , diakses 17 Februari 2024 pukul 18.00 WIB.

menggunakan media digital dan platform online. Pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk terhubung secara efektif dengan konsumen target mereka melalui penggunaan berbagai saluran digital seperti situs web, mesin pencari, media sosial, email, dan iklan online.⁹

Generasi Z merupakan masyarakat yang lahir dari tahun 1997-2012.¹⁰ Generasi yang diharapkan mampu memenuhi kriteria nazhir professional, karena generasi Z dianggap generasi yang mampu mengikuti modernisasi dan digitalisasi pengelolaan wakaf uang, sebagaimana yang telah dirancang oleh BWI.¹¹ Hal ini dapat dilihat dari data yang disampaikan Huda (2021) dikutip oleh Haniah, data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa jumlah generasi Z dan generasi milenial merupakan jumlah terbesar penduduk di Indonesia dengan masing-masing sebanyak 27,94 persen dan 25,87 persen¹². Menurut Huda (2021) dikutip oleh Haniah menyatakan bahwa sifat generasi milenial adalah idealis dan generasi Z bersifat

⁹ Bakrie, "Memahami Pemasaran Digital : Apa Saja Jenis-jenis dan Keunggulan Menggunakan Pemasaran Digital" (Medan, 2023), <https://bakri.uma.ac.id/>, diakses 17 Februari 2024 pukul 18.00 WIB.

¹⁰ Mentari Dwi Aristi et al., "Gen Z Melek Investasi Melalui Kegiatan Edukasi Pasar Modal," *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2023), hal. 215.

¹¹ Haniah Lubis, "Tingkat Pemahaman Generasi Z terhadap Wakaf Uang di Kota Pekanbaru," *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2023), hal. 72.

¹² Haniah Lubis, "Tingkat Pemahaman Generasi Z,, hal. 72.

pragmatis, generasi Z memiliki potensi lebih tinggi untuk berinovasi dibandingkan generasi milenial. Selain berpotensi menjadi nazhir wakaf profesional, generasi Z juga sangat berpotensi menjadi wakif karena memiliki kesadaran berderma (*sharing habit*) yang lebih tinggi dibandingkan generasi milenial.¹³

Sunter Jaya, merupakan kelurahan yang terletak di Tanjung Priok dan masuk dalam wilayah administrasi Kota Jakarta Utara dengan luas wilayah 505,42 ha . Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jakarta Utara tahun 2020, Sunter Jaya merupakan kelurahan dengan jumlah penduduk terbanyak kedua di Kecamatan Tanjung Priok dengan jumlah populasi penduduk 78.366 dari total 417.800 penduduk Kecamatan Tanjung Priok. Sedangkan jumlah Gen Z atau di Kota Jakarta Utara sebanyak 452.079 jiwa¹⁴ dan jumlah populasi generazi Z di Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya adalah 17.046¹⁵ . Namun, dilihat dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan bahwa tingkat literasi keuangan Gen Z masih

¹³ Haniah Lubis, “Tingkat Pemahaman Generasi Z,.....”, hal. 72

¹⁴ BPS (Badan Pusat Statistik), “Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020,” 2024, <https://jakarta.bps.go.id/>, diakses 15 Februari 2024 pukul 20.00 WIB.

¹⁵ Kelurahan Sunter Jaya, “Data usia 12-25 2023” (Jakarta Utara, 2023).

rendah yakni sebesar 44,04% atau dibawah 60%. Hal ini menunjukkan Gen Z dari segi pengetahuan dan wawasannya masih rendah, sehingga masalah ini penting untuk di prioritaskan dimana Gen Z dapat berperan penting kedepan dalam berbagai aspek keuangan dan perekonomian terutama pada sektor wakaf uang.

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas mengenai bagaimana minat berwakaf uang di kalangan generasi Z. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan Berwakaf pada Generasi Z dari segi religiusitas, literasi wakaf dan promosi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas, Literasi Wakaf, dan Promosi Digital terhadap Minat Berwakaf Uang pada Generasi Z Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya, Kota Jakarta Utara.

B. Identifikasi Masalah

Berikut identifikasi masalah dalam penelitian ini :

1. Minat berwakaf uang pada kalangan generasi Z di Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya.

2. Apakah pengaruh Religiusitas, Literasi Wakaf, dan Promosi Digital mempengaruhi minat berwakaf uang pada generasi Z di lingkungan Kelurahan Sunter Jaya.

C. Batasan Masalah:

Untuk penelitian yang lebih terarah dan menghindari terlalu luasnya penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu penulis akan membatasi penelitian pada :

1. Fokus penelitian hanya mengenai Religiusitas, Literasi Wakaf, dan Promosi Digital Terhadap Minat Berwakaf Uang pada Generasi Z Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya, Kota Jakarta Utara.
2. Penelitian ini dilakukan pada generasi Z di Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya, Kota Jakarta Utara.

D. Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah Religiusitas, Literasi Wakaf, dan Promosi Digital Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Minat Berwakaf Uang Pada Generasi Z Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya, Kota Jakarta Utara?
2. Apakah Pengaruh Religiusitas, Literasi Wakaf, dan Promosi Digital Berpengaruh Secara Stimultan Terhadap Minat Berwakaf

Uang Pada Generasi Z Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya, Kota Jakarta Utara?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang belakang diatas, masalah yang akan di rumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Religiusitas, Literasi Wakaf, dan Promosi Digital Secara Parsial Terhadap Minat Berwakaf Uang Pada Generasi Z Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya, Jakarta Utara?
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Religiusitas, Literasi Wakaf, dan Promosi Digital Secara Simultan Terhadap Minat Berwakaf Uang Pada Generasi Z Lingkungan Kelurahan Sunter Jaya, Jakarta Utara?

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun beberapa manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini nantinya memiliki manfaat kepada para pembaca, juga dapat menambah pengetahuan yang berkaitan

dengan wakaf terutama wakaf uang, dan diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya yang memiliki tema yang serupa mengenai pengaruh religiusitas, literasi wakaf, dan promosi digital.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini, diharapkan peneliti menambah pengetahuan mendalam tentang fokus penelitian serta menambah pengalaman di bidang ini dan sebagai media penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh peneliti selama masa perkuliahan.

b. Bagi Pembaca

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh religiusitas, literasi wakaf, dan promosi digital terhadap minat berwakaf uang.

c. Bagi Akademisi

Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak pengetahuan dan wawasan di bidang ekonomi syariah mengenai wakaf uang.

G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah

sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANSADAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan wakaf uang, pengertian wakaf uang, pengertian digitalisasi, pengertian akses literasi dan pengertian religiusitas serta hubungan antar variabel. Seperti hubungan religiusitas dengan minat berwakaf uang, hubungan literasi wakaf dengan minat berwakaf uang, serta hubungan promosi digital dengan minat berwakaf uang.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai populasi dan sampel, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai sekilas gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mencakup kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini.