

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data hasil sensus penduduk dari BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2010, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Pada saat ini jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 207 Juta jiwa dari total penduduk 255 Juta Jiwa atau 87,18% dari total jumlah penduduk. Dalam ajaran agama Islam untuk menjadi seorang muslim yang taat diwajibkan memenuhi beberapa landasan pokok dalam beribadah yang disebut Rukun Islam yang berjumlah 5 amalan yaitu Syahadat, Sholat, Zakat, Puasa dan Haji bila mampu.



Gambar 1. Sensus Agama Penduduk Indonesia Tahun 2010
Sumber sensus penduduk 2010 BPS (Badan Pusat Statistik)

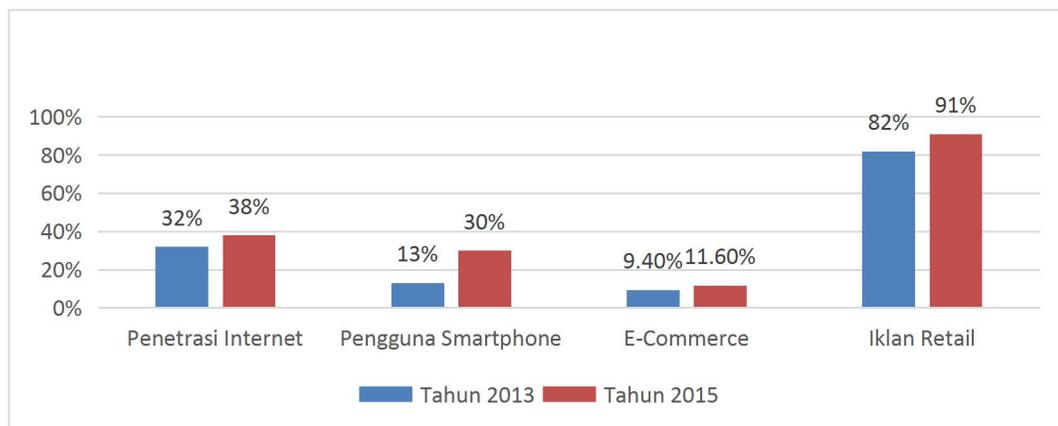
Dalam Islam berbagai kegiatan perbelanjaan harta dan kekayaan, kemanapun dan untuk tujuan apapun baik digunakan memenuhi kebutuhan sesuai syariat maupun hal-hal yang diharamkan disebut infaq, untuk itu Allah memerintahkan dalam Al-Qur'an. "Dan infakkanlah/belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah." (QS. Al-Baqarah: 195), pada praktiknya infaq dibagi dalam beberapa istilah sesuai dengan sebab dikeluarkannya infak tersebut, yaitu hibah (hadiah), wakaf (penahanan), wasiat (pesan), nazar (janji), nafkah (penghasilan), kafarah (denda), aqiqah (penebus), kurban (persembahan), dan zakat (pembersihan) dari keseluruhan jenis infaq tersebut ada yang bersifat *wajibah* (wajib) dan *nafilah* (*sunnah*).

Zakat dan wakaf merupakan program infaq yang menghimpun, mengelola dan penyalurkan dana yang besar yang mencakup jumlah partisipan yang banyak sehingga harus dikelola oleh lembaga pemerintahan dan lembaga swasta yang terdaftar. Menurut Ketua Umum Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI), Mustafa Edwin Nasution, menyatakan, potensi wakaf uang di Indonesia sangat besar, bisa mencapai Rp 20 triliun pertahunnya namun saat ini dari data BWI (Badan Wakaf Indonesia) dana yang terkumpul baru sekitar 145 miliar pertahun yang berarti masih dibawah 1 %.

Dompot Dhuafa merupakan organisasi nirlaba yang didirikan oleh masyarakat yang bermula aktivitas jurnalis dari rubrik baca di koran Republika yang sering berinteraksi dengan orang miskin tapi juga kerap kali bertemu dengan orang kaya, sehingga di gagas sebuah manajemen penggalangan dana yang pada awalnya hanya sebatas kolom pada koran kemudian berkembang menjadi yayasan dan resmi menjadi Lembaga Zakat Nasional pada 10 Oktober 2001, Dompot Dhuafa bertujuan mengangkat harkat martabat kemanusiaan melalui dana yang bersumber dari ZIFWAF (zakat, sedekah, wakaf, infaq) yang berdasar pada sumber daya lokal yang dikelola secara berkeadilan melalui hukum syariah, dalam bentuk program kesehatan, ekonomi, pendidikan dan pembangunan sosial. Dalam lembaga ini terdapat divisi khusus terhadap penanganan wakaf yakni berupa TWI (Tabung Wakaf Indonesia) yang berdiri pada 14 Juli 2005 sebagai komitmen dalam pengembangan sumber daya

wakaf agar dapat dikelola secara profesional agar mampu produkti mengembangkan berbagai program-program wakaf yang berdampak secara umum pada masyarakat.

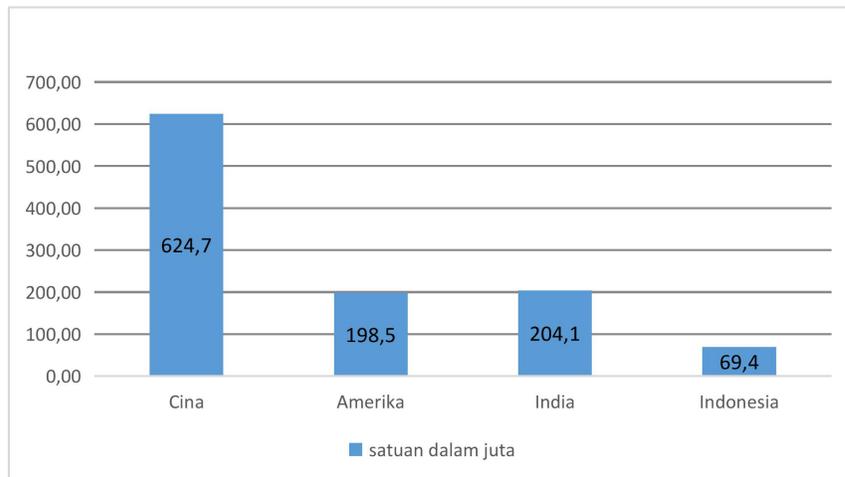
Perkembangan dunia informasi dan teknologi yang begitu pesat, yang diakses melalui berbagai perangkat. Salah satu contoh yaitu mengakses transaksi keuangan yang mudah, efektif, dan efisien bagi pengguna yang menggunakan *smartphone*, berdasarkan data MENKOMINFO telah terjadi transaksi *e-commerce* sebanyak 130 Triliun di Indonesia pada tahun 2013 hal ini di dukung dengan penetrasi internet yang meningkat 6% dari tahun 2013 sebesar 32% dan 2015 sebesar 38 % dengan peningkatan pengguna internet sebesar 19 % di antara tahun tersebut. Peningkatan jumlah merek *smartphone* murah dan akses data yang terjangkau bagi masyarakat umum, ditambah dengan maraknya peritel *online* yang menghabiskan banyak biaya dalam beriklan untuk menarik pengguna baru untuk dapat berbelanja secara *online* semakin memperkuat fenomena pembisnis *e-commerce* di Indonesia yang juga berdampak pada peningkatan bertahap dalam belanja online.



Gambar 2

Statistik Penetrasi internet, pengguna smartphone dan E-commerce dan iklan Retail Online Indonesia tahun 2013-2015 Sumber SWA & Neilsen

Penggunaan *smartphone* tumbuh dengan sangat pesat. Lembaga riset E Marketer memperkirakan jumlah pengguna *smartphone* pada tahun 2018 akan mencapai 100 Juta yang akan membawa Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna *smartphone* ke 4 terbesar di dunia setelah Cina, Amerika, dan India.



Gambar 3

Statistik 4 pengguna *smartphone* di dunia 2016

Sumber Koran Tempo Sabtu, 24 Januari 2015 & Lembaga Riset E-Marketer

Menurut Asto Sunu Subroto manajer E-Marketer, usia yang paling siap untuk melakukan belanja online adalah antara 22 sampai 44 tahun, karena para rentang usia tersebut sudah memiliki daya beli dan pemahaman tentang teknologi, Berdasarkan fenomena data penetrasi internet, pengguna *smartphone* dan penggunaan *e-commerce* serta di dukung dengan peritel *online*, maka dapat dikaitkan dengan kebutuhan TWI (Tabung Wakaf Indonesia) mengenai cara meningkatkan partisipasi wakaf uang (*cash wakaf*) melalui sistem *mobile* aplikasi *e-commerce*.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Jumlah partisipan wakaf uang di Indonesia rendah.
- b. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk menunaikan wakaf uang.
- c. Belum terdapat media yang memudahkan partisipan untuk melakukan transaksi wakaf secara *online* melalui *mobile* aplikasi.

1.2.2 Rumusan masalah

Bagaimana merancang *mobile* aplikasi TWI (Tabung Wakaf Indonesia) untuk meningkatkan jumlah partisipan wakaf uang (*cash waqf*) di Indonesia.

1.3 Ruang Lingkup Permasalahan

Penelitian dan Perancangan ini berfokus pada “Perancangan Purwarupa Aplikasi *Mobile* TWI (Tabung Wakaf Indonesia)” dengan merujuk pada Strategi Pemasaran Kotler (2003:48), Segmentasi, Targeting, Positioning sebagai berikut

1.3.1 Segmentasi

a. *Geografik* : Primer : Kota- kota besar di Indonesia, menggunakan kota Bandung sebagai sample penelitian

b. *Demografik* :

- Agama : Islam
- Usia : 25- 44 tahun
- Gender : Pria & Wanita
- Pekerjaan : Karyawan PNS/ Swasta & Wiraswasta
- Penghasilan : Rp. 4.000.000 - Rp. 10.000.000/ bulan

c. *Psikografik* : Kelas sosial (AB-B) menengah keatas dengan kebiasaan sering dan mahir menggunakan *smartphone* serta bertransaksi *e-commerce*.

1.3.2 Targeting

Target *Mobile* Aplikasi TWI (Tabung Wakaf Indonesia) ini adalah masyarakat muslim dewasa usia 22-40 tahun di kota Bandung, Jawa Barat Indonesia, sudah berkewajiban untuk menunaikan zakat pada khususnya yang sudah terbiasa dengan *smartphone* dan *e-commerce*.

1.3.3 Positioning

Mobile aplikasi TWI (Tabung Wakaf Indonesia) ini di posisikan sebagai salah satu media untuk meningkatkan jumlah partisipasi wakaf uang di kota-kota besar di Indonesia pada khususnya di kota Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan purwarupa *mobile* aplikasi TWI (Tabung Wakaf Indonesia) untuk meningkatkan jumlah partisipasi uang wakaf di Kota Bandung.

1.5 Teknik pengumpulan data dan Analisis

Pada proses pembuatan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode untuk pengambilan dan analisis data, metode yang digunakan sebagai berikut :

a. Observasi

Menurut Kartono (1980: 142) pengertian observasi studi yang disegaja dan sistematis dengan cara pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena sosial dan gejala-gejala psikis. Penulis melakukan observasi secara langsung di Dompot Dhuafa, yang didalamnya terdapat kegiatan tabung wakaf uang, serta pengamatan tentang *mobile* aplikasi dan *e-commerce*.

b. Wawancara

Menurut Lexy J Moleong (1991:135) dijelaskan bahwa wawancara adalah percakapan antara peneliti dan responden secara langsung (*face to face*) dengan maksud dan tujuan mendapatkan informasi secara lisan untuk menjelaskan permasalahan penelitian. Penulis melakukan wawancara mengenai standar kaidah dan hukum pelaksanaan, kepada kepala pimpinan cabang Dompot Dhuafa Jawa Barat yang menaungi lembaga TWI (Tabung Wakaf Indonesia) tentang alur dan sistem penerimaan, pengelolaan, distribusi, laporan dan evaluasi program wakaf yang ada di TWI, selain penulis juga mewawancarai petugas di Rumah Zakat berkaitan dengan *user need* dan pengelolaan dana wakaf secara *online*.

c. Studi Pustaka

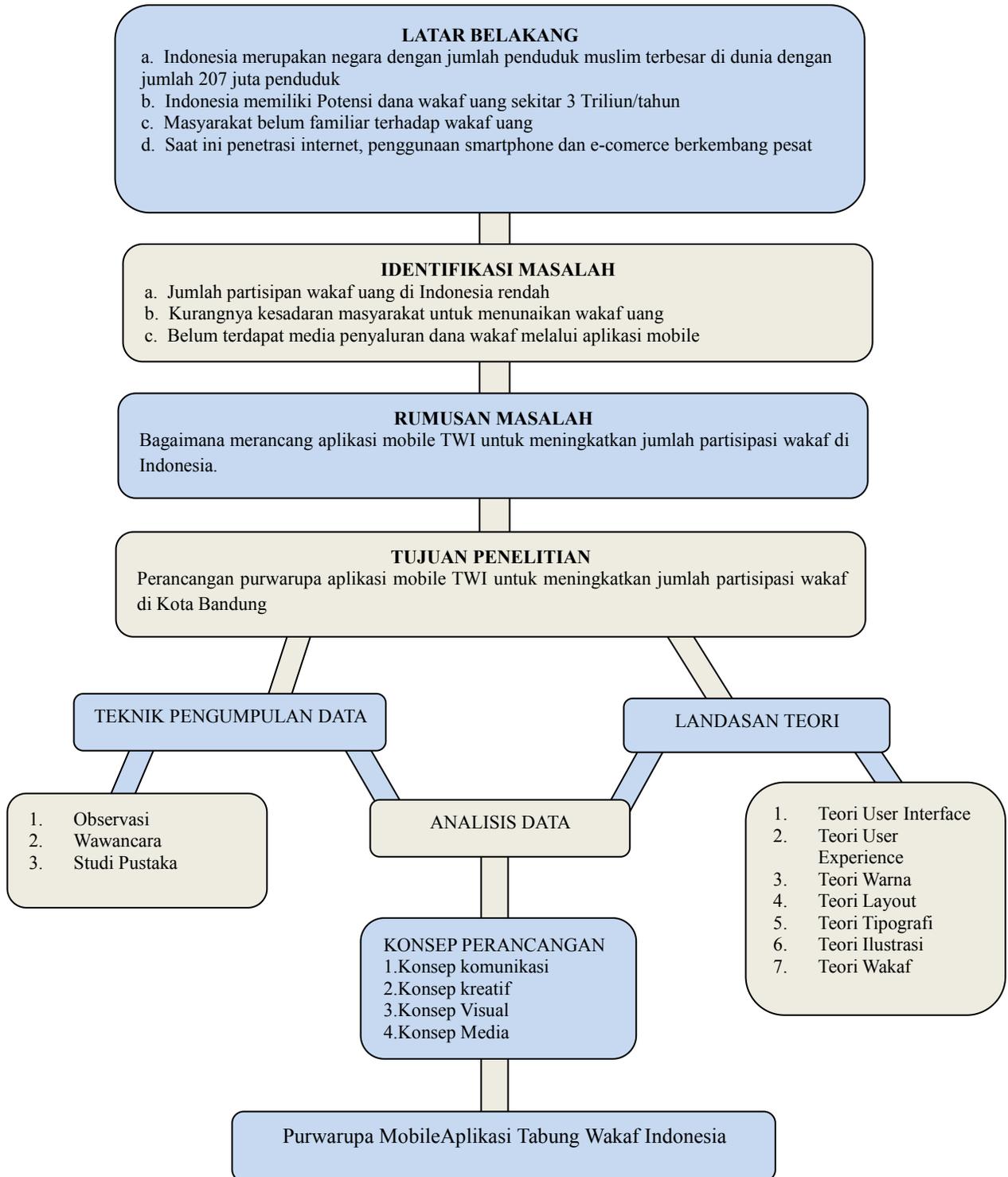
Menurut M.Nazir (1988:111) Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan studi terhadap literatur-literatur, buku-buku, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Penulis mengumpulkan berbagai literatur dari buku dan internet sebagai pendukung untuk memperjelas dan memperkuat validitas data yang berkaitan dengan teori-teori wakaf dan *mobile* aplikasi.

1.5.1 Analisis

a. Analisis Matrik

Menurut Soewardikoen (2013: 50) analisis matriks adalah membandingkan objek visual dengan teori. Matriks tersebut terdiri dari kolom dan baris. Di kolom pojok kiri baris terdapat teori untuk menganalisa, sedangkan dalam baris terdiri dari data visual dan penjabaran analisa. Analisis matriks penulis gunakan dalam penelitian ini untuk membandingkan produk aplikasi sejenis yakni NU *Care*, Rumah Zakat dan ESQ Wakaf sebagai acuan perancangan.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 4. Skema perancangan

1.7 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, identifikasi masalah dan rumusan masalah yang diambil oleh penulis, tujuan dari penelitian dan perancangan yang dilakukan penulis, teknik-teknik pengumpulan data yang diterapkan penulis, kerangka penelitian dan pembabakan dari bab-bab dan laporan ini.

Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran yang digunakan sebagai pijakan untuk menganalisis masalah yang diteliti.

Bab III Uraian Data, Hasil Observasi, dan Analisis

Memaparkan data- data yang didapatkan dari survey , dan observasi serta melakukan analisis data dari data yang dikumpulkan oleh penulis, sebagai pijakan perancangan yang akan penulis lakukan.

Bab IV Proses Perancangan

Memaparkan langkah- langkah , penjabaran konsep perancangan yang penulis lakukan ke dalam sebuah karya.

Bab V penutup

Memaparkan kesimpulan dari laporan penelitian yang dibuat oleh penulis. Penulis juga menyertakan saran apabila ada ide atau solusi dari permasalahan. Diakhir bab ini disertakan pula daftar purtaka, sumber lain dan lampiran.