

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

*Charity* atau sumbangan adalah tindakan memberikan uang, materi, ataupun kesempatan luang kepada yang memerlukan, secara langsung maupun melalui penghubung (Amalia et al., 2020). Motivasi dominan dalam berdonasi memberikan kebahagiaan tersendiri yang didapat dari individu dengan kegiatan berdonasi itu sendiri. Individu memperoleh kepuasan dari berdonasi memberi banyak cara seperti memberikan donor dalam jumlah besar (Amalia et al., 2020). Donasi sendiri dalam Islam memberi dampak besar dalam kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat, oleh karena itu Islam sendiri memerintahkan umat muslim untuk giat menolong kepada sesama yang disebutkan dalam ayat Al-Qur'an dalam Surat *An-Nisa (4:114)*. Dapat dikatakan bahwa donasi memiliki kedudukan penting dalam teori tatanan sosial untuk mencapai segala jenis norma distributif yang berarti keadilan pada masing-masing pihak menurut Smith, dalam Birch (2016).

Sepanjang 2021 platform galang dana donasi online mencatat adanya lebih dari 3 juta orang berdonasi online melalui beberapa aplikasi berbeda dan dana tersebut telah disalurkan ke 36 ribu kegiatan atau program penggalangan dana sosial, karena hal tersebut Indonesia dinobatkan menjadi negara paling dermawan berdasarkan riset yang dilakukan oleh Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index 2021. Pada tahun 2022 Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) dalam keterangan resminya menyampaikan bahwa terdapat

indikasi dugaan penyelewengan penggunaan dana yang diterima dari masyarakat dan pihak lainnya. Tidak hanya itu, PPATK juga pernah menemukan beberapa modus lain seperti penghimpunan sumbangan melalui kotak amal yang terletak di kasir toko perbelanjaan yang identitasnya kurang jelas dan belum dapat dipertanggungjawabkan akuntabilitasnya.

Beberapa hal yang harus diperhatikan masyarakat jika ingin melakukan donasi baik online maupun secara langsung yaitu dengan mengenal lembaga atau komunitas yang melakukan penggalangan dana dan donasi telah terdaftar memiliki kredibilitas yang dilakukan melalui database Kementerian Sosial. Kemudian, masyarakat juga dapat melihat informasi terkait program penggalangan dana melalui website, media sosial, dan kanal publikasi lainnya yang secara resmi telah terverifikasi. Jadi memang *platform* sosial khususnya *Youtube* saat ini dianggap sangat efektif untuk kegiatan promosi, kendati demikian masyarakat juga harus waspada dengan pihak yang tidak bertanggung jawab yang ingin mendapatkan uang dengan cara tidak halal dengan mengatasnamakan sedekah.

Islam mewajibkan seorang Muslim untuk yang menganjurkan dan mengajarkan untuk bersedekah dan berinfak. Seperti yang tertera dalam Surat *An-Nisa (4:114)*

*“Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma’ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar.”*

Ayat diatas merupakan salah satu landasan bagi umat Islam untuk saling membantu. Berpartisipasi dalam penyaluran donasi melalui *platform* donasi *online* merupakan

salah satu bentuk membantu sesama. Ketika menjelaskan sedekah, *Al-Quran* seringkali memakai zakat, infaq, dan sedekah dengan istilah Filantropi yang memiliki makna memberikan derma. Istilah bersedekah diartikan sebagai perasaan kasih sayang terhadap sesama yang tercermin dalam bentuk pemberian derma kepada orang lain. Menurut (Insan et al., 2021) bersedekah juga dipahami sebagai konseptualisasi dari pemberian sumbangan sukarela (*voluntary giving*), penyediaan layanan sukarela (*voluntary services*), dan asosiasi sukarela (*voluntary association*) secara sukarela untuk membantu orang lain yang membutuhkan sebagai ungkapan rasa cinta.

Setiap hari pengguna *Youtube* dapat melihat ratusan juta beragam video, yang dimana pengguna *Youtube* menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18 tahun sampai 34 tahun (Takhim et al., 2022). Pemanfaatan aplikasi *platform Youtube Ads* tentu bisa menjadi sarana dan lahan promosi yang merupakan penerapan dari elemen komunikasi digital. *Youtube Ads* merupakan *platform* yang bisa digunakan untuk menyumbang dan mengumpulkan dana secara *online* (Muntazah & Andhikasari, 2022). Dijelaskan mulai dari siapa pun, dimulai dengan individu, komunitas, institusi hingga organisasi masyarakat dapat memulai melakukan kampanye (*campaign*) pengumpulan dana di *Youtube Ads* untuk berbagai kategori seperti bantuan korban bencana, bantuan korban perang, kesehatan, beasiswa atau pendidikan dan membangun tempat ibadah (Sitanggang, 2018).

Sebelum melakukan kampanye iklan di *platform Youtube Ads*, pastikan untuk memahami beberapa mekanisme periklanan dengan memutuskan terlebih dahulu tujuan yang ingin difokuskan. Hal ini menjadi dasar dalam menjalankan

*campaign* di *platform* manapun. Di *platform Youtube Ads*, ketika tujuannya *awareness* maka target kamu adalah mendapatkan *impression* yang tinggi. Sebaliknya, ketika tujuannya adalah *conversion* maka targetnya adalah mendapatkan *online sales* sebanyak-banyaknya. Pengiklan juga membutuhkan penentuan tipe *efficient reach* dengan tipenya yakni *Bumper*, *Skippable In-Stream*, atau *mix* keduanya. *Bumper Ads* adalah iklan yang muncul di awal, tengah, atau akhir video dengan durasi paling lama 6 detik. *Skippable In-Stream* adalah video iklan tipe yang dapat di-skip (dilewati) oleh penonton, sedangkan *Mix* adalah penayangan iklan yang bisa diskip ataupun tidak. Selanjutnya adalah menentukan beberapa parameter *campaign* mulai dari *campaign*, *bid strategy*, hingga bahasa. Terakhir adalah dengan menentukan *audience* mana yang ingin dijangkau berdasarkan *demographics* dan *audience segments* (Digital, 2023).

Terdapat juga peraturan untuk amil zakat berhak mendapatkan bagian dari zakat yaitu sebesar 12,5 % dari penerimaan dana yang terkumpul. Hal tersebut juga tertuang dalam Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 1 Tahun 2016. Untuk pengumpul sedekah bisa mengambil sedikit dari dana sesuai hajat seperti kafil yatim dan tidak boleh lebih daripada itu. Lalu untuk pengumpul sedekah nazar dan wakaf maka tidak berhak mengambil sedikit pun dari dana yang terkumpul sesuai dengan akad diawal. Untuk hak nadzir wakaf Menurut Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 Pasal 12 ayat (1) Tentang Wakaf bahwa nadzir wakaf berhak mendapat imbalan, upah atau bagian maksimal 10% dari keuntungan atas pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf.

Memotong dana donasi tanpa ada kejelasan diawal adalah bentuk kedzaliman, apalagi jika ternyata dana dari dipotong tersebut lebih besar daripada standar para pekerja pengumpul donasi. Hal tersebut juga bisa disebut penyalahgunaan saat dana donasi tersebut seharusnya dipakai untuk keperluan tertentu untuk membantu orang miskin, membantu terkait bencana alam dan lain-lain justru dipakai untuk hal publikasi ataupun iklan. Dari sinilah kemudian bisa didapatkan masalah terkait penggunaan dana donasi untuk iklan yang bisa berpotensi melebihi dari batasan besaran hak amil. Karena beberapa sistem mekanisme *Youtube Ads* bisa membuat pengiklan menjadi *overspending* dan hal ini tentunya tidak sesuai dengan *maqashid al-shariah* apalagi bila pengiklan tidak mengetahui segmen *youtube* mana yang disasar.

Melalui observasi, peneliti menemukan iklan video donasi online melalui platform Youtube Ads yang menggunakan dalil Al-Quran dan Al-Hadits sebagaimana pada gambar 1.1 berikut.



**Gambar 1.1 Iklan Donasi Online Youtube Sesuai dengan Islam**  
**Sumber: Youtube**

Berdasarkan gambar 1.1 diatas bahwa video konten iklan donasi menampilkan Ulama Buya Yahya yang menjadi pengasuh Pondok Pesantren Al-Bahjah Cianjur menjelaskan bahwa pembangunan Pondok Pesantren tersebut nantinya akan digunakan oleh santri dan santriwati untuk mendalami ilmu agama Islam. Peneliti juga memilih iklan video tersebut sebagai lokasi penelitian karena video tersebut berkaitan dengan dakwah yang dilakukan melalui platform digital. Video tersebut juga diperlihatkan bahwa berkaitan dengan dalil Al-Qur'an dan Al-Hadits.

Netnografi adalah cara melakukan penelitian studi mengenai Masyarakat, budaya dan perkembangannya di dalam Internet, menggunakan informasi yang tersedia untuk umum yang dapat dibagikan secara bebas oleh siapa pun melalui jejaring internet (Bakry, 2017). Penemu metode netnografi yaitu Kozinets. Sebagaimana di dalam bukunya *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (Kozinets, 2010) menyatakan bahwa netnografi adalah metode penelitian naturalistik yang menggunakan informasi yang tersedia untuk umum dan berdasarkan fakta yang telah dicari di forum atau media *online*.

Alasan peneliti untuk meneliti penelitian ini adalah karena peneliti ingin mengetahui sejauh mana filantropi di Indonesia khususnya sedekah atau donasi secara *online* melalui Platform Youtube Ads apakah sudah sesuai dengan kaidah Islam, berdasarkan dalil *Al-Quran* dan *Al-Hadits* serta perspektif *maqashid al-*

*shariah*. Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi karena berkaitan dengan *platform* media sosial *Youtube Ads* dengan beragam video konten iklan donasi *online* dilihat dari tujuan penyaluran dananya, serta untuk meneliti sejauh mana unsur-unsur ayat *Al-Quran* dan *Al-Hadits* melalui *perspektif maqashid al-shariah* di dalam konten iklan di *Youtube Ads* tersebut yang bermuatan positif dan edukatif. Melalui konten tersebut dikemas sederhana dan mudah diterima di kalangan masyarakat agar nantinya semua pihak bisa berpartisipasi untuk membantu masyarakat atau kalangan yang membutuhkan. Meskipun *platform Youtube Ads* adalah terobosan baru, namun mendapat respon cukup yang luas dan pertumbuhan yang pesat.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana donasi *online* melalui *Youtube Ads* berdasarkan dalil *Al-Quran* dan *Al-Hadits* dengan *perspektif maqashid al-shariah* dengan judul penelitian “**Analisis Platform Donasi Online Berbasis Dalil *Al-Qur an* dan *Al-Hadits* pada *Youtube Ads* Perspektif *Maqasid al Shariah*”**

## 1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian adalah:

1. Bagaimana bentuk donasi *online* yang berdasarkan dalil *Al-Qur'an* dan *Al Hadits* dalam *platform Youtube Ads*?
2. Bagaimana implementasi donasi *online* berbasis dalil *Al-Qur'an* dan *Al- Hadits* pada *Youtube Ads* *perspektif Maqashid al-Shariah*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, penelitian memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan meneliti bagaimana pelaksanaan donasi *online* dalam *platform Youtube Ads*.
2. Untuk mengetahui, menerapkan, dan mengimplementasikan donasi *online* melalui *platform Youtube Ads* yang sesuai dengan *maqashid al-shariah*.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan penelitian, diharapkan hasil penelitian dapat membawa manfaat sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti khususnya dalam melakukan pemberdayaan masyarakat berbasis digital dalam memberikan donasi secara *online* pada *platform Youtube Ads*.

#### **2. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi khususnya bagi komunitas, lembaga, atau perusahaan dalam pemberdayaan masyarakat berbasis digital terhadap perkembangan dunia dalam memanfaatkan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi di era industri 4.0.

#### **3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya yang secara akademis akan dapat memberikan kajian bagi mahasiswa dan mahasiswi untuk mengetahui bagaimana donasi *online* pada *platform Youtube Ads* menjadi opsi dan memudahkan masyarakat dalam berbuat kebaikan kepada sesama.

### **1.5. Sistematika Penelitian**

Untuk mempermudah pengerjaan secara garis besar mengenai Analisis *Platform Donasi Online* Berbasis Dalil Al-Qur'an Dan Al-Hadis Pada *Youtube Ads* Perspektif *Maqashid Al-Shariah* yang menjadi isi dari penulisan ini maka dijabarkan susunan dan rangkaian pada masing – masing bab sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang yang menjadi dasar pemilihan judul penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat dari penelitian dilakukan.

#### **BAB II PERSPEKTIF DAN KAJIAN TEORITIS**

Pada bab ini menjelaskan teori-teori dari penelitian terdahulu yang dapat dijadikan landasan dan membantu lebih memahami penelitian ini.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini mencakup tentang pendekatan yang diteliti, lokasi terhadap penelitian, teknik penentuan informan, metode pengumpulan data, teknik keabsahan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk beberapa pihak.