Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1471-1477

PERAN APLIKASI KITABISA.COM SEBAGAI PLATFORM DIGITAL DALAM MENDORONG KESADARAN BERSEDEKAH DI KALANGAN GENERASI Z (STUDI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)

Syindi Putriana Dwi Febri Rohmah[1], Nurida Isnaeni[2], Paulina Lubis[3]
Universitas Jambi[1,2,3]
Email: syindirohma@gmail.com[1],
nurida_isnaeni@unja.ac.id[2],paulina_lubis@unja.ac.id[3]

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran aplikasi Kitabisa.com dalam mendorong kesadaran bersedekah di kalangan Generasi Z serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling. Data diperoleh dari wawancara semi-terstruktur terhadap 10 responden Generasi Z di Kota Jambi yang pernah menggunakan aplikasi Kitabisa.com, serta data sekunder dari jrnal dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kemudahan, keamanan, kepercayaan, akuntabilitas, serta religiusitas menjadi pendorong utama Generasi Z dalam bersedekah melalui Kitabisa.com. Dari perspektif ekonomi Islam, praktik ini sesuai dengan prinsip kejelasan objek (*ma'qud 'alaih*), amanah, transparansi, dan maqashid syariah yang mencakup *hifdz al-din*, *hifdz al-nafs*, dan *hifdz al-mal*. Dengan demikian, Kitabisa.com tidak hanya berfungsi sebagai platform filantropi digital, tetapi juga sebagai sarana edukasi sosial dan religius yang mampu menumbuhkan kesadaran sedekah di kalangan Generasi Z sesuai dengan nilai-nilai Islam.
Kata kunci: *Generasi Z, Sedekah, Kitabisa.com, Ekonomi Islam*

Abstract
This study aims to examine the role of Kitabisa.com in raising awareness of sadaqah among Generation Z and to assess its compliance with Islamic economic principles. This research applies a qualitative descriptive method with purposive sampling. Data were collected through semi-structured interviews with 10 Generation Z respondents in Jambi City who had used Kitabisa.com, supported by secondary data from journals and documentation. The findings reveal that convenience, security, trust, accountability, and religiosity are the main factors driving Generation Z to give through Kitabisa.com. From an Islamic economic perspective, this practice aligns with the principles of object clarity (ma'qud 'alaih), trustworthiness (amanah), transparency, and maqashid shariah, which include hifdz al-din, hifdz al-nafs, and hifdz al-mal. Thus, Kitabisa.com functions not only as a digital philanthropy platform but also as a medium of social and religious education that fosters sadaqah awareness among Generation Z in accordance with Islamic values.
Keywords: *Generation Z, Sadaqah, Kitabisa.com, Islamic Economics*

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1471-1477

A. Pendahuluan

Rangking tahun 2018 merupakan kali pertama bagi Indonesia berada di puncak tertinggi dalam rating negara murah hati, Sedangkan Dari laporan World Giving Index 2024 CAF (Charities Aid Foundation) Indonesia terpilih menjadi negara paling dermawan di dunia, dengan skor mencapai 74 dari 100 poin (Nofitariani, 2024)[1] Data ini mencerminkan tingginya kesadaran sosial masyarakat Indonesia dalam membantu sesama.Sedekah merupakan salah satu amalan yang ada di dalam ajaran agama Islam, bukan hanya sekadar pemberian harta, tetapi juga segala bentuk amal kebaikan yang dilakukan dengan niat ikhlas, Baik secara material maupun non- material. Menurut KBBI sedekah memiliki arti pemberian sesuatu kepada fakir miskin atau seseorang yang berhak untuk menerimanya di luar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan orang-orang yang memberikannya. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara umat Islam menjalankan ibadah sosial, termasuk sedekah. Jika dahulu sedekah dilakukan secara konvensional dengan perantara langsung, kini masyarakat dapat dengan mudah bersedekah secara online melalui platform digital seperti Kitabisa.com. Kemudahan ini tentu membawa perubahan dalam pola bersedekah.

Kebiasaan hidup yang serba instan dan sangat bergantung pada teknologi, terutama ponsel pintar menjadikan Gen Z sangat adaptif terhadap layanan digital, termasuk dalam hal pembayaran, transaksi keuangan, hingga kegiatan sosial seperti berdonasi. Hal ini mempengaruhi gaya hidup mereka,termasuk dalam hal konsumsi,interaksi sosial, dan cara berpikir. Gen Z cenderung lebih kreatif dan cepat dalam mengakses informasi. Penelitian "*Pew Research Center"* menemukan bahwa 45% anak-anak mengaku mereka online hampir terus-menerus dan 95% dari mereka memiliki akses ke telepon pintar [2].

Dalam beberapa tahun terakhir, praktik bersedekah secara digital mengalami peningkatan yang sangat cukup signifikan, terutama di kalangan Generasi Z. Perkembangan teknologi yang pesat, ditambah dengan karakteristik Gen Z yang lekat dengan dunia digital, menjadikan platform online sebagai sarana alternatif dalam menyalurkan kepedulian sosial. Salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan adalah Kitabisa.com. Maka dari itu Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran yang mendorong Generasi Z dalam menggunakan transaksi digital berbasis aplikasi Kitabisa.com untuk kegiatan besedekah. Dengan menelaah dari perspektif Islam, penelitian ini akan mengeksplorasi perspektif utama yang mendorong Generasi Z menggunakan transaksi berbasis aplikasi Kitabisa.com, dan sejauh mana kesesuaian antara

[1] Nofitariani, "Charitable Donation Behavior in Indonesia: Generational Insights," *An International Journal* 16, no. 2s (2024): 24–40.

[2] Rahmadhani, "Generasi Z Dan Transformasi Gaya Hidup Sehat Di Era Digital," *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2025): 323–31, https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JUPENDIS.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1471-1477

penggunaan platfrom transaksi digital dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan dan transparansi. Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir setelah Generasi Y (Milenial), dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital yang sangat pesat. ementara itu, menurut salah satu teori terkenal yang di kembangkan oleh Neil Howe dan William Stauss dalam buku yang berjudul "Generations: The History of America's Future" (wikipedia, 2023), yang membagi generasi berdasarkan rentan waktu kelahiran dan pengalaman historis yang membentuk karakteristik masing masing generasi [3].

B. Metode Penelitian

Menurut Lexy J. Dalam buku metodologi penelitian kualitatif (2016) Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengandalkan data yang dikumpulkan tanpa melalui pengujian statistik, kualitatif sendiri merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, yang berasal dari individu atau perilaku yang diamati[4].

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif untuk menganalisis lebih dalam mengenai objek yang di teliti. bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dengan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi, motivasi, dan pengalaman Generasi Z dalam menggunakan aplikasi Kitabisa.com sebagai platform digital dalam mendorong kesadaran bersedekah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali data yang bersifat subjektif dan kontekstual, yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Subjek penelitian dalam studi ini adalah 10 orang dari kalangan Generasi Z yang berdomisili atau beraktivitas di Kota Jambi, yang telah menggunakan aplikasi Kitabisa.com untuk bersedekah minimal satu kali. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yakni penentuan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti, Pemilihan responden dengan teknik purposive sampling dilakukan agar data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian, yaitu untuk menggali pengalaman dan persepsi Generasi Z dalam menggunakan platform Kitabisa.com sebagai media bersedekah.Teknik purposive sampling sendiri adalah teknik

[3] wikipedia, "Teori Generasi Strauss-Howe," 9 januari 2023, 2023, https://en.wikipedia.org/wiki/Strauss–Howe_generational_theory?utm_source=chatgpt.com.

[4] M.A Prof. Lexy J. Moleong, "Judul: Metodologi Penelitian Kualitatif [Edisi Revisi] Penulis: Prof. Lexy J. Moleong, M.A Penerbit: Remaja Rosdakarya Edisi/Tahun: 32, 2014 Halaman: Xiv + 410 Dimensi: 15.5 x 24 x 2 Cm Sampul: Soft Cover Penelitian Kualitatif Bertitik Tolak Pada Paradigm," 2014, Menurut Lexy J. Dalam buku metodologi penelitian kualitatif (2016) Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengandalkan data yang dikumpulkan tanpa melalui pengujian statistik, kualitatif sendiri merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, yang berasal dari individu atau perilaku yang diamati.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1471-1477

pengambilan sampel secara sengaja dengan menerapkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan untuk memilih responden yang di anggap paling representatif dan memiliki pengalaman serta pengetahuan yang memadai tentang penggunaan aplikasi Kitabisa.com dalam aktivitas bersedekah [5].

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa Motivasi utama Generasi Z dalam melakukan sedekah melalui aplikasi Kitabisa.com adalah karena adanya dorongan keimanan serta rasa empati terhadap sesama. Mereka menyadari bahwa sedekah merupakan bentuk ibadah dan wujud rasa syukur atas rezeki yang dimiliki. Meskipun sedekah secara lahiriah dapat mengurangi pemasukan, para responden berkeyakinan bahwa sedekah tidak akan mengurangi harta, melainkan justru menambah keberkahan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 261 yang menegaskan bahwa Allah melipat gandakan ganjaran bagi orang yang menafkahkan hartanya di jalan-Nya.

Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi bersedekah di kalangan Generasi Z tidak hanya didorong oleh faktor keimanan semata, melainkan terdapat pula faktor sosial, emosional, psikologis, ekonomi, dan kemudahan teknologi yang turut memperkuat keputusan mereka untuk bersedekah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi bersedekah di kalangan Generasi Z bersifat multi-dimensi. Keimanan tetap menjadi dasar utama, namun faktor lain seperti kepuasan emosional, dorongan sosial, kemudahan teknologi, dan keyakinan akan keberkahan turut berperan besar dalam menumbuhkan kesadaran dan minat mereka untuk bersedekah,

a. Kemudahan Akses dan Proses Cepat

Hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu alasan utama Generasi Z tertarik menggunakan Kitabisa.com adalah karena kemudahan akses dan kecepatan proses donasi yang ditawarkan. Melalui smartphone, mereka dapat bersedekah kapan saja dan di mana saja tanpa harus terikat oleh batasan tempat maupun waktu. Hal ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung mengutamakan kepraktisan serta efisiensi dalam setiap aktivitas,

b. Pengaruh Media Sosial

Sebagian besar responden mengetahui Kitabisa.com dari media sosial dan juga melalui influencer yang mereka ikuti. Konten yang dibagikan, baik berupa video maupun foto, sering kali menyentuh emosi sehingga mendorong munculnya rasa empati yang membuat Generasi Z lebih termotivasi untuk ikut berdonasi, karena kampanye yang muncul di media sosial dianggap dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari, Hal tersebut menunjukkan bahwa bentuk interaksi sederhana seperti like bukan

[5] Puput, "The Influence of Debt to Equity Ratio (DER) and Return on Assets (ROA) on Share Prices in Property & Real Estate Sector Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange for the 2013-2017 Period" 01, no. 02 (2024): 25–37.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1471-1477

sekadar tanda ketertarikan, tetapi juga dapat menjadi pemicu motivasi bersedekah. Dukungan emosional yang muncul dari paparan konten sosial di media digital menumbuhkan dorongan internal untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan amal. Dalam buku Global Over view Report Data We Are Social dan Hootsuite (2021)[6]. Juga mendukung hal ini, di mana 72% Gen Z Indonesia mengaku merasa terinspirasi untuk membantu atau berdonasi setelah melihat konten sosial di media digital. Artinya, like, komentar, maupun reaksi positif lainnya bisa menjadi bentuk awal dari motivasi bersedekah yang lahir dari kepekaan emosional generasi ini Dengan demikian, teori ini menegaskan bahwa pengaruh media sosial berperan besar dalam membentuk karakter Gen Z yang mudah tersentuh secara emosional.

c. Transparansi Informasi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa transparansi menjadi salah satu faktor penting yang membuat Generasi Z merasa yakin untuk berdonasi melalui Kitabisa.com. Adanya fitur laporan penggunaan dana yang disajikan secara jelas memberikan rasa percaya bahwa donasi yang diberikan benar-benar disalurkan sesuai dengan tujuan. Transparansi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga memperkuat loyalitas pengguna dalam terus berpartisipasi pada kegiatan donasi digital. banyak sekali macam-macam jenis kampanye yang menjadi viral di aplikasi Kitabisa.com ini, seperti kampanye bantuan untuk lansia/ kakek-nenek yang hidup miskin, kampanye bencana alam/ tanggap darurat, kampanye modal usaha/pemberdayaan UMKM, kampanye komunitas/program besar (mis.#BisaBantuSesama atau kerja sama selebritas/influenser). Untuk menggetahui seberapa banyak pengguna Gen Z Kitabisa.com tidak mempublikasikan breakdown donor per usia untuk setiap kampanye secara terbuka dikarenakan hal tersebut menjadi privasi pengguna, namun mengenai bertumbuhnya pengguna aplikasi Kitabisa.com dikalangan Generasi Z bisa di buktikan dari beberapa sumber penelitian atau laporan yang menjelaskan peningkatan Generasi Z dalam bersedekah.

d. Pilihan Metode Pembayaran:

Ketersediaan berbagai metode pembayaran digital (e-wallet, QRIS, transfer bank) mempermudah responden yangterbiasa dengan transaksi non- tunai.Temuan ini sejalan dengan yang ada di buku A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems : theory and results Technology Acceptance Model di mana persepsi (1989) kemudahan (perceived ease of use) dan kepercayaan (trust) berpengaruh pada niat penggunaan teknologi [7].

[6] Anisa Winanda Lidara, "Efektivitas Penggunaan Media Social Instasgram @INFOPKU_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru," no. 5317 (2022).

[7] Tesa Jamilatul Qomariah, "ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)," 2022.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1471-1477

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Peran Aplikasi Kitabisa.com Sebagai Platform Digital dalam Mendorong Kesadaran Bersedekah di Kalangan Generasi Z (Studi dalam Perspektif Ekonomi Islam)" dapat ditarik beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Peran Aplikasi Kitabisa.com

Diperoleh hasil bahwa Kitabisa.com berperan penting sebagai media digital yang efektif dalam menumbuhkan kesadaran bersedekah di kalangan Generasi Z. Melalui kemudahan akses, transparansi laporan, dan kecepatan penyaluran dana, platform ini berhasil menciptakan pengalaman bersedekah yang praktis, aman, dan terpercaya.

2. Motivasi dan Faktor Pendorong Generasi Z

Penelitian menemukan bahwa motivasi Generasi Z dalam bersedekah melalui Kitabisa.com didorong oleh dua faktor utama, yaitu:

a. Motivasi religius, berupa dorongan untuk mencari pahala dan keberkahan

b. Motivasi sosial, yaitu rasa empati dan solidaritas terhadap sesama.

Fenomena micro giving juga muncul sebagai ciri khas Generasi Z, yaitu berdonasi dalam jumlah kecil namun dilakukan secara rutin.

3. Nilai-Nilai Ekonomi Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Kitabisa.com telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, seperti nilai keikhlasan, amanah, transparansi, serta terhindar dari unsur riba, gharar, dan maysir. Hal ini menjadikan Kitabisa.com sebagai sarana bersedekah yang modern namun tetap berlandaskan nilai-nilai syariah.

Bagi Peneliti Selanjutnya,Penelitian ini dapat dikembangkan dengan jumlah responden yang lebih luas dan menggunakan metode kombinasi kuantitatif serta kualitatif . Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih kompresif mengenai pengetahuan nilai-nilai ekonomi Islam terhadap praktik sedekah digital di kalangan Generasi muda sekarang.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1471-1477

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

Lidara, Anisa Winanda. "Efektivitas Penggunaan Media Social Instasgram @INFOPKU_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru," no. 5317 (2022).

Nofitariani. "Charitable Donation Behavior in Indonesia: Generational Insights." *An International Journal* 16, no. 2s (2024): 24–40.

Puput. "The Influence of Debt to Equity Ratio (DER) and Return on Assets (ROA) on Share Prices in Property & Real Estate Sector Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange for the 2013-2017 Period" 01, no. 02 (2024): 25–37.

Qomariah, Tesa Jamilatul. "ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)," 2022.

Rahmadhani. "Generasi Z Dan Transformasi Gaya Hidup Sehat Di Era Digital." *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2025): 323–31. https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JUPENDIS.

Website :

wikipedia. "Teori Generasi Strauss-Howe." 9 januari 2023, 2023. https://en.wikipedia.org/wiki/Strauss–Howe_generational_theory?utm_source=chatgpt.com.

Buku :

Prof. Lexy J. Moleong, M.A. "Judul: Metodologi Penelitian Kualitatif [Edisi Revisi] Penulis: Prof. Lexy J. Moleong, M.A Penerbit: Remaja Rosdakarya Edisi/Tahun: 32, 2014 Halaman: Xiv + 410 Dimensi: 15.5 x 24 x 2 Cm Sampul: Soft Cover Penelitian Kualitatif Bertitik Tolak Pada Paradigm," 2014.