



Peran Digitalisasi Zakat dalam Peningkatan Fundraising dan Jumlah Muzakki di Indonesia

Muhammad Rizaludin As

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
muhhammadrizaludin.as19@mbs.uinjkt.ac.id

Abstrak:

Zakat merupakan instrumen ekonomi syariah yang memiliki peran bukan hanya dari dimensi agama saja melainkan juga dalam dimensi social. Salah satu peranan zakat adalah untuk mengatasi kemiskinan dengan pendistribusian harta yang merata dari muzakki kepada mustahik. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara mengoptimalkan potensi zakat yang salah satunya melalui digitalisasi zakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana peran digitalisasi zakat dalam Peningkatan fundraising dan jumlah muzakki di Indonesia dan bagaimana digitalisasi zakat memberikan dampak yang besar terhadap dunia perzakatan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat memilih membayar zakat dengan menggunakan fintech misalnya melalui instant Payment atau melalui Transfer dari m-banking yang memudahkan bagi mereka, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh digitalisasi zakat mampu mempermudah serta meningkatkan fundraising dan jumlah muzakki di Indonesia.

Kata Kunci: Zakat, Digitalisasi, Muzakki

Abstract:

Zakat is a sharia economic instrument that has a role not only from the religious dimension but also in the social dimension. One of the roles of zakat is to overcome poverty by distributing wealth evenly from muzakki to mustahik. This can be done by optimizing the potential of zakat, one of which is through digitalizing zakat. The purpose of this study is to determine the extent to which the role of digitizing zakat in increasing fundraising and the number of muzakki in Indonesia and how digitizing zakat has a major impact on the development of zakat. The research method used is descriptive qualitative. The results of this study indicate that most people choose to pay zakat using fintech, for example through instant payment or via transfer from m-banking which makes it easier for them, so it can be concluded that the effect of digitizing zakat is able to facilitate and increase fundraising and the number of muzakki in Indonesia.

Keywords: Zakat, Digitization, Muzakki

Pendahuluan

Majunya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan wujud dari pengaruh globalisasi. Globalisasi telah membawa pengaruh di berbagai aspek kehidupan manusia, yang dimana pada era ini salah satunya ditandai dengan penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital yang menjadikan interaksi manusia antar regional maupun global semakin dekat, seakan tanpa batas (*borderless*). Teknologi digital adalah sebuah proses peralihan sistem kerja yang pengoperasionalannya tidak menggunakan tenaga manusia melainkan telah beralih menjadi otomatis dan canggih dengan sistem computer (Ansori, 2016). Perkembangan teknologi digital ini didukung dengan munculnya berbagai jenis alat komunikasi yang modern dan canggih yang semakin meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakannya karena selain modern dan canggih sebagian besar alat komunikasinya sangat praktis dapat digunakan kapanpun dan dimanapun. Hal tersebutlah yang menyebabkan semakin majunya perkembangan dunia digital.

Fenomena dari penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital bukan hanya terjadi di negara maju saja, tetapi juga terjadi di negara berkembang seperti di Indonesia. Di Indonesia perkembangan penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital semakin meningkat. Hal ini disebabkan salah satunya karena adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan seluruh aktivitas manusia dilakukan secara digital, mulai dari aktivitas sekolah dilakukan secara daring, bekerja, berbelanja, segala bentuk pembayaran dilakukan secara digital dan berbagai aktivitas lainnya berbasis digital, yang dapat dilakukan tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), peningkatan penggunaan teknologi digital pada masa pandemi ini bukan terjadi tanpa alasan. Hal ini disebabkan oleh pandemi yang terus menerus berkembang dengan mudah dan cepat ke seluruh belahan negara di dunia sehingga menjadi ancaman bagi banyak negara terutama Indonesia yang mana pembatasan aktivitas masyarakat di luar rumah menjadi salah satu bentuk pencegahan yang diputuskan oleh pemimpin negara. Pembatasan aktivitas ini membuat banyak masyarakat harus memutar otak untuk mencari solusi terbaik agar aktivitas keseharian yang mereka lakukan tetap dapat berjalan salah satunya memanfaatkan platform digital. Meningkatnya perkembangan teknologi digital di Indonesia dapat dibuktikan dengan jumlah penggunaan internet di Indonesia mencapai 10,12% dari data laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Berbicara kondisi sebelum Pandemi Covid-19, penggunaan teknologi digital memang selalu menunjukkan perkembangan. Penduduk Indonesia yang berjumlah 268,2 juta jiwa, 150 juta jiwa adalah pengguna internet. Maka dengan jumlah tersebut akan menjadi peluang serta tantangan bagi perkembangan dan kemajuan teknologi digital di Indonesia. berbagai aspek atau bidang kehidupan manusia harus bisa berdampingan atau mulai bertransformasi dengan teknologi digital mengingat bahwa

masyarakat cenderung lebih suka menggunakan platform digital terutama pada saat pandemi. Masa pandemi ini bukan hanya mempengaruhi peningkatan pada pengguna teknologi digital saja, tetapi juga mempengaruhi kreativitas dan inovasi sebagian pihak untuk menciptakan kemudahan serta kelancaran bagi aktivitas masyarakat. Banyak dari mereka yang menciptakan berbagai platform dalam berbagai bidang untuk membantu masyarakat, terutama pada sektor pembayaran.

Platform pada sektor pembayaran bukan suatu hal yang baru lagi di telinga masyarakat. Pasalnya sebelum pandemi merabah sudah banyak platform pembayaran yang sudah menjamur untuk mempermudah dan memperlancar aktivitas pembayaran. Namun, pada saat itu masih banyak masyarakat Indonesia yang belum melek teknologi dan masih menggunakan media uang cash untuk melakukan transaksi sehingga eksistensi platform pembayaran belum terlihat. Banyak sekali jenis platform pembayaran yang ada di Indonesia. Dalam hal ini salah satu lembaga/instansi yang ikut memanfaatkan perkembangan era digital yaitu lembaga zakat yang menyediakan sistem pembayaran digital.

Zakat adalah salah satu sektor penting dalam filantropi Islam. Sebagai rukun Islam ketiga, zakat wajib dibayarkan oleh setiap Muslim yang memenuhi syarat (muzakki) untuk menyucikan hartanya dengan cara menyalurkan zakatnya kepada mustahik (penerima zakat). Zakat ini tidak hanya berfungsi untuk menolong perekonomian mustahik, tetapi juga dapat menjadi instrumen penyeimbang dalam sektor ekonomi nasional. Dalam jangka panjang, tujuan utama zakat adalah mentransformasi para mustahik menjadi muzakki. Hal ini menunjukkan bahwa zakat sangat berpotensi untuk mengatasi kesenjangan ekonomi dan kemiskinan di suatu negara. Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk Muslim yaitu sejumlah 216,66 juta penduduk atau dengan persentase Muslim sebesar 85 persen dari total populasi. Fakta ini menyiratkan bahwa zakat memiliki potensi besar dan dapat berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan (Nurhasanah, 2018).

Zakat sebagai salah satu bagian dari rukun Islam mengalami transformasi yang luar biasa dalam kegiatannya. Dimana dahulu para Muzakki hanya dapat menyalurkan zakat melalui Amil secara langsung, tetapi pada saat ini para muzakki dapat menyalurkan zakatnya menggunakan platform pembayaran yang terletak di gawai mereka. Perubahan ini dilakukan karena adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat sehingga membuat sebagian besar masyarakat Indonesia beralih menggunakan teknologi digital untuk segala aktivitasnya pada saat ini. Dengan adanya digitalisasi zakat tersebut pastinya para Amil zakat mengharapkan dapat membantu dalam mempermudah para muzakki untuk menyalurkan zakatnya, ditambah lagi dengan pengguna teknologi digital yang cukup besar sehingga bisa menjadi peluang untuk memperluas jangkauan penyalur Zakat.

Jika melihat sejarah pengelolaan zakat pada zaman Nabi Muhammad SAW, yang mana pengelolaannya dilakukan dengan cara yang sigap dan disiplin. Amil yang ditunjuk untuk menjalankan tugasnya pun adalah mereka yang amanah, jujur, dan akuntabel. Dengan pengelolaan zakat yang optimal seperti ini tentu akan menjadi langkah awal dalam membawa kedamaian pada struktur sosial dan ekonomi negara. Selain itu dalam pengelolaan zakat yang dilakukan Nabi Muhammad SAW, yaitu tidak menunda-nunda penyaluran zakat. Ketika zakat diterima di pagi hari, maka sebelum siang rasul telah membagikannya kepada mustahiq, dan ketika zakat diterima di siang hari maka sebelum waktu malam tiba zakat tersebut telah disalurkan. Hal tersebut dilakukan supaya pengelolaan zakat menjadi transparan dan dapat mencegah timbulnya tindakan korupsi.

Dengan melihat sejarah pengelolaan zakat yang dilakukan oleh Nabi Muhammad saw, dimana semua dilakukan dengan penuh kedisiplinan, transparansi serta akuntabel maka hal ini tentunya sejalan dengan fungsi dari hadirnya sebuah inovasi sistem digital yang berkembang saat ini, yang mana dengan penggunaan sistem digital dapat menghadirkan suatu data-data yang transparan, cepat dan akuntabel. Dengan memanfaatkan sistem digital akan memudahkan para muzakki untuk membayar zakat terkhusus lagi ketika pandemi yang tidak mengharuskan untuk ke kantor zakat ketika hendak membayar zakat, selain itu juga dari pihak pengelolaan zakat pun akan merasa lebih mudah dan praktis dalam penyaluran zakat karena data-data dan lainnya dapat diakses dengan mudah dan cepat.

Pada Konferensi World Forum Zakat yang dilaksanakan pada November 2019 lalu menyepakati untuk mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan zakat, khususnya Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang sudah maju dalam penggunaan digital, terutama dalam bidang pengumpulan zakat. Penyaluran zakat dengan sistem digital akan lebih efektif dan efisien. Hal ini akan sejalan dengan tujuan pengelolaan zakat dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat dalam Pasal 3 disebutkan bahwa “Pengelolaan zakat bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan”.

Dengan digitalisasi zakat selain memudahkan pihak pengelola zakat, diharapkan dapat meningkatkan jumlah muzakki dalam pembayaran zakat, karena mengingat kemudahan dan kepraktisan pembayaran zakat melalui sistem digital. Maka dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk melihat lebih jauh lagi mengenai “Peran Digitalisasi Zakat dalam Peningkatan *Fundraising* dan Jumlah *Muzakki*”.

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yang diteliti pada penelitian ini adalah bagaimana kondisi digitalisasi zakat di Indonesia, bagaimana pengaruh digitalisasi terhadap penghimpunan dana zakat dan jumlah *muzakki*, dan bagaimana peran digitalisasi zakat dalam peningkatan penghimpunan dana dan jumlah *muzakki*.

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah diatas dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi digitalisasi zakat di Indonesia, mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap penghimpunan dana zakat dan jumlah *muzakki*, mengetahui peran digitalisasi zakat dalam peningkatan penghimpunan dana dan jumlah *muzakki*.

Metode

Jenis metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif menurut mukhtar adalah penelitian yang bertujuan untuk menemukan pengetahuan atau teori pada penelitian yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu. (Mukhtar, 2013) Sedangkan menurut Nazir penelitian deskriptif kualitatif adalah metode dalam suatu penelitian yang meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2013). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literatur (literatur review) sehingga data dalam penelitian ini bersifat sekunder yang diperoleh dari FOZ, Baznas, KNEKS, BPS dan situs resmi lainnya. Literatur yang digunakan terdiri dari buku, jurnal, laporan terkait zakat dari berbagai institusi, dan literatur lainnya yang mendukung penelitian ini. Penulis memutuskan untuk menggunakan jenis metode penelitian deskriptif kualitatif karena penulis ingin meneliti bagaimana peran digitalisasi terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat dan jumlah *muzakki*. Hasil dari penelitian atau analisis penelitian akan disajikan dalam suatu rangkaian kata.

Fundraising

Fundraising merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Zaimah menjelaskan sebagaimana dikutip dari Purwanto (2009) bahwa *fundraising* merupakan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik sumber daya berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan, ataupun pemerintah) yang mana dana terhimpun tersebut akan digunakan oleh lembaga atau instansi penghimpun untuk menjalankan program dan kegiatan yang direncanakan, dalam rangka merealisasikan tujuan organisasinya. (Zaimah, 2018)

Rohim (2015) menjelaskan *fundraising* sebagai proses memengaruhi masyarakat atau calon donatur agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proses memengaruhi di sini yaitu meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu. Berdasarkan kerangka *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur atau calon muzaki. Secara garis besar, kegiatan *fundraising* mencakup dua hal; kegiatan penghimpunan dan kegiatan pemasaran. Kegiatan *fundraising* tidak hanya sebatas pengumpulan dana kepada institusi atau lembaga. (Warwick, 1999) Akan tetapi hal lain yang menjadi tujuan dan dasar praktik *fundraising* adalah meningkatkan kuantitas donatur dan jumlah donasi yang disalurkan, dan juga mengenalkan institusi kepada masyarakat. (Kasri, & Putri, 2017)

OPZ sebagai lembaga yang memiliki fungsi *fundraising*, tentunya diharuskan untuk turut dalam pemanfaatan media tersebut. Pertumbuhan dan perkembangan teknologi dan media digital, seperti media sosial, telah mengubah mekanisme *fundraising* lembaga nirlaba seperti OPZ dan cara mereka berinteraksi dengan masyarakat dan donatur. Kegiatan penghimpunan dana dengan memanfaatkan media-media digital tersebut dikenal dengan istilah digital *fundraising*. (Bruce, 2018)

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian pesat, media digital terus mengalami pembaharuan. Hal ini juga berlaku pada media digital yang digunakan oleh OPZ dalam rangka mensosialisasikan kegiatan fundraising. Proses transformasi yang dilakukan OPZ dalam mensosialisasikan programnya dan mengajak masyarakat untuk berzakat dan berdonasi, harus dilakukan dengan memanfaatkan beragam kanal yang tersedia.

Pengelolaan Zakat secara Digital di Indonesia

Zakat merupakan kewajiban yang harus ditunaikan umat muslim. Kewajiban tersebut berupa Sebagian harta yang diberikan kepada orang yang membutuhkan. Zakat sendiri berperan sebagai salah satu instrumen untuk mendistribusikan kekayaan dari masyarakat kelas menengah ke masyarakat kalangan bawah. Indonesia dengan jumlah umat muslim yang banyak seharusnya memberikan potensi yang besar pada zakat sebagai pengentas kemiskinan. Pengelolaan zakat harus dilakukan dengan efektif dan tepat sasaran sehingga dapat mencapai potensi zakat yang diharapkan.

Zakat dapat disalurkan langsung dari mustahiq kepada muzakki atau melalui lembaga amil. Untuk zakat fitrah, umumnya disalurkan langsung kepada muzakki dikarenakan waktu penerimaan dan pendistribusian yang terbatas dan diutamakan langsung diserahkan kepada 8 asnaf yang berhak. Adapun untuk zakat maal, pembayaran dan pendistribusian tidak terbatas pada waktu dan tempat sehingga umumnya dapat disalurkan untuk dikelola dan didistribusikan oleh lembaga amil zakat kepada muzakki. (Canggih, et al., 2017)

Permasalahan terkait zakat saat ini yaitu rendahnya realisasi zakat itu sendiri jika dibandingkan dengan potensinya. Hal ini disebabkan salah satunya dengan sulitnya akses dan kepercayaan masyarakat terhadap OPZ. Penunaian zakat dianggap sulit jika melalui OPZ dan tidak terdapat transparansi dari hasil penyalurannya. Maka dari itu, digitalisasi hadir sebagai solusi baik dalam kegiatan fundraising OPZ maupun transparansi pengelolaan zakatnya. Dengan digitalisasi, masyarakat dapat menunaikan zakat melalui smartphone tanpa harus keluar rumah. Selain itu, pelaporan terkait pengelolaan zakat dapat dipublikasikan sehingga dapat diterima para muzakki.

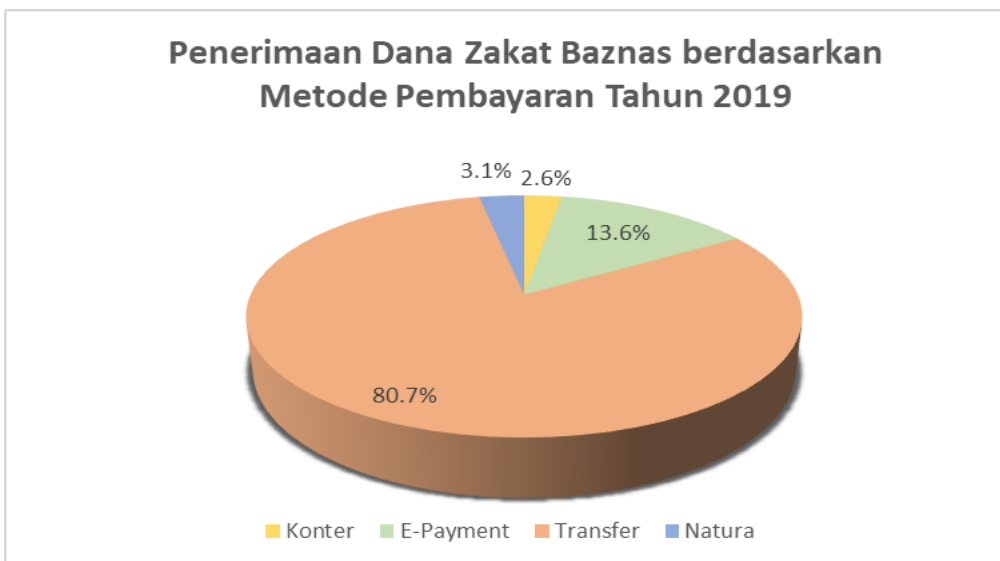
Terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama tentang tata kelola dan manajemen pengelolaan zakat. Namun, pengelolaan zakat berbasis manajemen adalah kebutuhan bagi masyarakat modern terlebih di era revolusi industri 4.0, dimana berbagai informasi dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Hal ini menjadi tantangan bagi OPZ untuk meningkatkan kredibilitasnya, sehingga OPZ dituntut untuk mampu memberikan pelayanan prima, yaitu pelayanan yang tepat, cepat, benar, dan mampu menangani keluhan dengan baik; mampu membuat produk dan program layanan zakat yang kreatif dan inovatif, sehingga kesadaran dan kemauan muzakki untuk menunaikan zakat semakin meningkat. (Atabik, 2015)

Menurut Dian F dalam Irhamsyah (2019) menjelaskan bahwa dengan menggunakan fintech untuk menghimpun dana zakat dapat mengakses layanan zakat menjadi lebih mudah dan cepat, menjangkau masyarakat perkotaan dan pedesaan, biaya transaksi lebih murah dan efisien, sistem manajemen secara real time, dan jumlah transaksi yang besar. Fenomena digitalisasi zakat juga terjadi secara global, bukan hanya di Indonesia. (irhamsyah, 2019) Di Malaysia, sebagian besar lembaga zakat sudah mulai memanfaatkan sistem teknologi terutama terkait pembayaran zakat. Pemanfaatan teknologi meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional lembaga zakat. (Salleh & Chowdhury, 2020) Di India, inovasi digitalisasi zakat seperti ATM beras, aplikasi berbasis ponsel seluler, aplikasi yang dibuat dengan teknologi blockchain dan kecerdasan buatan berperan penting dalam pengelolaan zakat yang efektif. (Muneeza & Nadwi, 2019) Selain itu, BAZNAS sebagai lembaga zakat di Indonesia menyambut dengan hangat pengembangan zakat berbasis teknologi. (Hudaefi, et al., 2020)

Menurut laporan PPID Badan Amil Zakat Nasional Pusat menyatakan bahwa dengan adanya digital fundraising yang telah lahir pada tahun 2016 dan terus berkembang sampai sekarang memudahkan *muzakki* dalam membayarkan zakatnya pada masa pandemi. Dalam hal ini PPID mengungkapkan bahwa pengumpulan zakat masa pandemi di tahun 2020 meningkat yaitu mencapai 385,5 Miliar, setara dengan 101,44% dari 100% target pengumpulan zakat yang diinginkan pada awal tahun. Kemudian salah satu kunci kenaikan dari pengumpulan zakat pada masa pandemi adalah telah tersedianya dan berkembang layanan zakat digital di Badan Amil Zakat Nasional pusat. Dalam hal ini pengumpulan 24% zakat yang terkumpul didapat dari

digital fundraising, 34,6% dari Unit Pengumpulan Zakat, 25,2% dari retail, 11,1% dari CSR, 2% dari zakat perusahaan, dan 2,3% dari zakat payroll sistem. (Rahmi, 2021)

Sebelumnya digitalisasi hanya dilakukan pada proses pencatatan dan edukasi melalui Sistem Informasi Manajemen Informasi Baznas (SIMBA) yang dikembangkan oleh Kementerian Agama dan Baznas. (Basrowi & Utami, 2020) Diharapkan digitalisasi dapat merambah ke proses pengelolaan zakat yang lain yaitu pengumpulan dan penyaluran dana zakat. Pengumpulan zakat secara digital bisa melalui platform internal seperti website dan aplikasi yang disediakan OPZ. Selain itu, terdapat platform digital seperti *E-Commerce* (Tokopedia, Shopee), *Ride Hailing*, *Crowdfunding* (kitabisa.com) dan *e-wallet* (ovo, gopay dan dana) (Baznas, 2020). Dimana pengelola zakat menawarkan kampanyenya di platform eksternal dengan bekerja sama. Dengan cara ini, campaign yang diselenggarakan lembaga zakat dapat dijangkau lebih banyak orang, tidak hanya donatur tetap dari OPZ tersebut. Bekerja sama antara lembaga zakat dan platform eksternal juga dapat meningkatkan kepercayaan muzakki untuk menyalurkan zakat di OPZ tersebut.



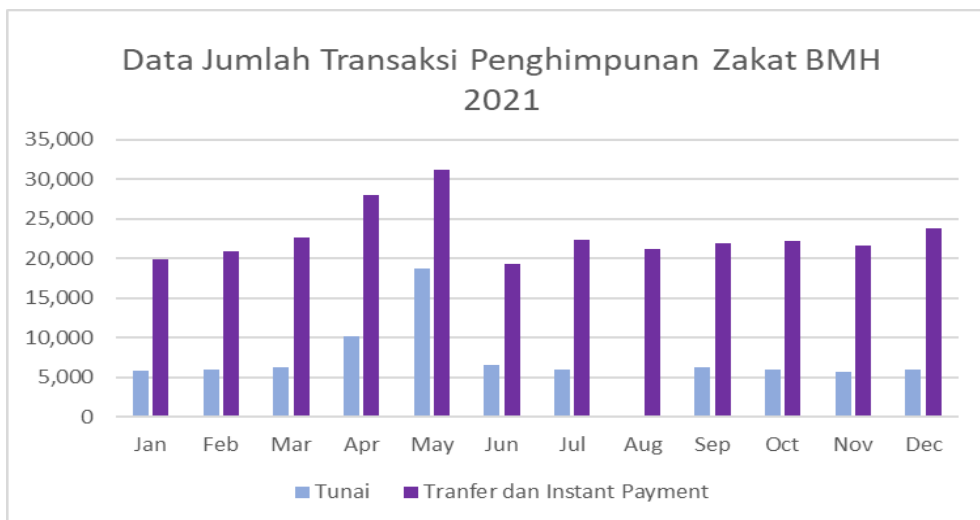
Sumber : Statistik Zakat Nasional

Pengaruh Digitalisasi Zakat Terhadap penghimpunan dana zakat dan jumlah *muzakki*

Data baznas menunjukkan bahwa penerimaan dana zakat paling banyak menggunakan metode transfer sebesar 80.7% dari total penerimaan atau 238,99 Miliar (Rp). Lalu di posisi kedua terbanyak terdapat pembayaran via E-payment sebesar 13.6% dikarenakan dengan pembayaran digital *muzakki* tak perlu keluar rumah untuk menunaikan zakat. Semua dalam genggaman tangan, kini pembayaran zakat lebih mudah dan efisien pelaksanaannya.

Metode Pembayaran	Pengumpulan ZIS pada Tahun 2018	
	Jumlah Dana (Dalam Juta Rp)	%
Konter	12697	6.15%
E-Payment	32204	15.61%
Transfer	161473	78.24%
	206374	100.00%

Jika dibandingkan dengan tahun 2018 perolehan dana melalui konter masih pada angka 6.15% dari total pengumpulan dana. Namun, pada tahun selanjutnya terdapat penurunan sebanyak 3.05% menjadi 3,1% pada tahun 2019. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya virus Covid-19 yang masih menjadi masalah hingga saat ini. Pada masa pandemi masyarakat diharuskan untuk tetap dirumah dan mengurangi aktivitas diluar. Dengan demikian, semakin sedikit *Muzakki* yang datang ke konter untuk menunaikan zakat. Di masa pandemi seluruh kegiatan dilakukan secara daring termasuk pula kegiatan *charity*.



Sumber : Data Forum Zakat (FOZ)

Pada diagram diatas menampilkan bahwa *muzakki* lebih menyukai membayar zakat melalui transfer dan instant payment. hal ini terlihat dari banyaknya jumlah transaksi penghimpunan zakat pada Baitul Maal Hidayatullah (BMH) melalui transfer dan instant payment. Awal tahun 2021 penghimpunan zakat mengalami peningkatan dan setelahnya mengalami penurunan yang signifikan. Bulan Mei adalah bulan dengan penerimaan dana zakat terbanyak selama 2021 pada BMH.

Jumlah transaksi via digital jauh diminati dibandingkan dengan transaksi dengan uang tunai. Budaya masyarakat yang *cashless* juga menyebabkan tingginya penunaian zakat dengan digital. Peningkatan transaksi ini membuktikan bahwa adanya digitalisasi dapat meningkatkan jumlah penerimaan OPZ dan jumlah *muzakki*. Banyak orang yang tadinya tidak terjangkau oleh OPZ akhirnya dapat menggunakan digital payment untuk menunaikan zakat. Sehingga memunculkan *muzakki* baru yang mulai menunaikan kewajiban berzakat.

Terdapat dua solusi yang diprioritaskan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di bidang teknologi zakat, yaitu dengan cara intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi dilakukan dengan mengembangkan kemampuan amil dalam menggunakan teknologi, sedangkan ekstensifikasi dilakukan dengan meningkatkan jumlah amil yang mahir di bidang teknologi. (Widiastuti, et al., 2021) Menurut Kinanti, dkk (2021), terdapat empat strategi yang dapat dilakukan OPZ dalam menghimpun zakat secara digital, yaitu optimalisasi kanal media sosial, memberikan kemudahan layanan dan dalam waktu bersamaan melakukan edukasi pentingnya berzakat kepada *muzakki*, memperluas portofolio program yang berdampak langsung pada mustahik, dan pendistribusian zakat secara transparan dan akuntabel. (Kinanti, et.al, 2021)

Puskas Baznas (2021) menyatakan, pengembangan teknologi layanan zakat berbasis teknologi informasi, seperti *financial technology*, *blockchain*, dan *Internet of Things (IoT)* perlu dikembangkan oleh seluruh OPZ. Namun, pemanfaatan teknologi juga menghadapi tantangan salah satunya kesiapan internal OPZ karena akan terjadi revolusi manajemen zakat yang berdampak besar pada internal lembaga, seperti peran amil dan data server zakat.

Begitu pula dengan adanya digitalisasi zakat ini mampu meningkatkan jumlah *muzakki*, sehingga menjadi peluang besar untuk meningkatkan potensi penghimpunan zakat, dengan adanya digitalisasi zakat ini tentunya memudahkan para *muzakki* untuk melakukan transaksi di beberapa kanal lembaga zakat, *market place*, dompet digital bahkan mobile banking yang terintegrasi dengan beberapa Lembaga zakat.

Jumlah muzakki Baznas RI tahun 2015-2019

Tahun/ Years	Donator/ Donors	Pertumbuhan (%) Growth
2015	9789	-
2016	12,084	23,4
2017	18,527	53,3
2018	24,821	34,0
2019	53,816	116,8

Sumber: Statistika Zakat Nasional 2019, Baznas RI

Pada tabel diatas data baznas menjelaskan perbandingan jumlah muzakki/donator dari tahun ke tahun, adanya peningkatan jumlah muzakki dari tahun ke tahun, pada tahun 2016 adanya peningkatan jumlah muzakki sebesar 23,4% dari tahun sebelumnya, begitupun pada tahun 2017, 2018, 2019 jumlah muzakki terus meningkat, peningkatan jumlah muzakki terbesar terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar 116,8 %.

Pertumbuhan jumlah muzakki tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu adanya digitalisasi zakat yang semakin meningkat, melalui informasi digital mampu lebih efektif dan efisien karena mampu menjangkau muzakki secara luas serta memudahkan muzakki dalam menunaikan zakatnya, dengan adanya digitalisasi zakat ini juga mampu meningkatkan transparansi dalam pengelolaan dan penyaluran zakat sehingga akan meningkatkan kepercayaan public terhadap organisasi pengelola zakat.

Misalnya pengumpulan zakat di Baznas sekarang bisa diakses melalui beberapa kanal misalnya lewat *e-commerce*, apps dan sosial media contoh apps yang sudah terintegrasi dengan pembayaran zakat melalui Baznas aplikasi kitabisa.com, goppay, ovo, Tcash, wisata muslim, kaskus, Mcash, Lenna dan lain-lain kemudian kanal *e-commerce* yang sudah terintegrasi dengan pembayaran zakat lewat baznas *e-commerce* Elevenia, Blibli.com, shopee, Lazada, mataharimall, JD.id, dan bukalapak kemudian ada beberapa sosial media dan website nya Baznas yang bisa di akses untuk pembayaran zakat, selain itu Baznas juga menyediakan online payment channel melalui kanal online seperti internet banking, sms banking, EDC, E-Cash mandiri, E-Pay BRI, Virtual account dan T-cash tentunya melalui digitalisasi zakat ini memanfaatkan semua kanal yang bisa diakses untuk pembayaran zakat sehingga dengan kemudahan tersebut mampu meningkatkan jumlah muzakki sekaligus meningkatkan jumlah *fundraising* (Baznas).

Kesimpulan

Zakat sebagai sebuah instrumen distribusi kekayaan menjadi faktor yang krusial di Indonesia dengan potensi penduduk muslim yang melimpah. Walaupun memiliki potensi yang melimpah ini realisasi zakat di Indonesia masih minim dan jauh dari optimal. Hal yang menyebabkan realisasi zakat masih minim yaitu kurangnya pengetahuan atau literasi masyarakat akan zakat itu sendiri dan juga adanya anggapan sulitnya mendapatkan transparansi pengorganisasian dana zakat.

Digitalisasi zakat menjadi jawaban akan permasalahan ini karena dengan ini proses dalam melakukan zakat bisa lebih mudah dan cepat, menjangkau masyarakat perkotaan dan pedesaan, biaya transaksi yang lebih murah dan efisien, sistem manajemen secara real time, dan jumlah transaksi yang besar. Digitalisasi zakat memberikan dampak yang besar terhadap perzakatan, sejak bisa dilakukannya digital fundraising dan sampai sekarang metode dan inovasi digital perzakatan terus mengalami perkembangan. Salah satu dampak besar yang dimaksud contohnya yaitu pengumpulan zakat di masa pandemi (2020) mencapai 385,5 miliar rupiah, yang dimana ini merupakan 101,44% dari target awal. Kampanye, edukasi, dan pengumpulan zakat berbasis web, aplikasi, dan platform digital lainnya telah memberikan kesadaran dan kepercayaan kepada masyarakat secara perlahan dalam menyalurkan zakat mereka secara digital.

Pada tahun 2019 80,7% penyaluran dana zakat adalah melalui transfer, sedangkan metode konter hanya 3,1% menurun dibanding periode sebelumnya yaitu 6,15%. Dominasi metode transfer dan menurunnya metode konter menunjukkan bahwa masyarakat sudah mulai tertarik untuk menunaikan zakat secara digital. Ditambah dengan adanya pandemi pada 2020 menjadikan digitalisasi zakat sangat diandalkan untuk fundraising, dan untuk kedepannya juga digitalisasi zakat akan menjadi arah perkembangan pengorganisasian dana zakat. Sedangkan pada data tahun 2021 menunjukkan jarak kepopuleran penghimpunan zakat metode transfer dan instant payment dibanding metode tunai.

Pada akhirnya terlepas dari potensi Indonesia yang memiliki masyarakat muslim melimpah dan juga digitalisasi zakat yang terus berkembang, keduanya itu tidak dapat dimanfaatkan secara optimal jika sumber daya manusia yang ada lemah dalam teknologi (bagi pihak/badan penghimpun dana zakat) dan juga literasi zakat digital yang minim (bagi masyarakat/calon muzakki). Perlu adanya usaha ekstra bagi pihak/badan penghimpun dana zakat dalam merekrut SDM yang berkualitas ataupun meningkatkan kualitas SDM yang sudah dimiliki, serta melakukan kampanye dan edukasi zakat digital yang juga perlu kolaborasi dari pihak lain juga, seperti misalnya civitas akademik universitas, pemerintahan, stakeholder, maupun para tokoh masyarakat yang ada.

Daftar Pustaka

- Anosri, a. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam*, 11, 03.
- Atabik, A. (2015). Manajemen Pengelolaan Zakat yang Efektif di Era Kontemporer. *ZISWAF, Jurnal Zakat dan Wakaf*, 2, 40-46.
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Ach. Yasin. (2017). Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia. *al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 1, 20.
- Hudaefi, F., Beik, i. s., Zaenal, M., Choirin, M., Farchatunnisa, H., & Junari, U. (2020). How does zakat institution respond to fintech? Evidence for Baznas Indonesia. *international journal of zakat and islamic philanthropy*, 2(1), 1-8.
- Irhamy, a. (2019). Analisis Faktor-faktor Preferensi yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat bagi Muzakki di Era Digital (Studi pada Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8.
- Kasri, R. A., & Putri, N. (2018). Fundraising Strategies to Optimize Zakat Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study. *Al-Iqtishad : Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Muneeza, A., & Nadwi, S. (2019). The Potential of Application of Technology-based innovations for zakat administration in India. *International Journal of Zakat*, 4, 87-100.
- Nazir, m. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghaila Indonesia.
- Nurhasanah, S. (2018). Akuntabilitas Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat Dalam Memaksimalkan Potensi Zakat Akuntabilitas. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 327-348.
- Rohim, A. N. (2019). Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising. *Al Balagh Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4, 76.
- Salleh, M. C., & Chowdhury, M. A. (2020). Technological Transformation in Malaysian Zakat Institutions. *International Journal of Zakat*, 05, 44-46.
- Ulpah, M. (2021). Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak dan Shadaqah pada Lazismu Jakarta. *Madani Syari'ah*, 4(2), 1-12.
- Warwick, m. (1999). How Big a Gift Should You Ask For? *Nonprofit World*, 17, 15-16.
- Yasin, Y. (2018). Cash waqf and its importance in activating waqf role in indonesia | وقف النقود وأهميته في تفعيل دور الوقف في إندونيسيا. *Al-Zabra : Journal for Islamic and*

Arabic Studies, 12(1).
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/zahra/article/view/9919>

- Yasin, Y. (2017). Wakaf uang berjangka dan urgensinya dalam pengelolaan aset wakaf di indonesia. *Jurnal Bimas Islam*, 10(4), 701–726.
<https://doi.org/10.37302/jbi.v10i4.41>
- Yuliar, A. (2021). Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat di Era Digitalisasi. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 2(1), 65-76.
- Zaimah. (2018). Analisis Progresif Skema Fundraising Wakaf dengan Pemanfaatan E-Commerce di Indonesia. *anil islam jurnal kebudayaan dan ilmu islam*, 10, 285-316.