

Kajian Literatur: Manajemen Zakat di Era Digital

Agung Budi Prakoso, Muhammad Reza Saputra, Muhammad Syarif Fahriyadi

Universitas Lambung Mangkurat

Email: 2010312310020@mhs.ulm.ac.id , 2010312210033@mhs.ulm.ac.id ,
2010312310011@mhs.ulm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan kajian literatur tentang manajemen zakat di era digital dengan fokus pada perubahan-perubahan dan tantangan yang dihadapi oleh lembaga-lembaga zakat, masyarakat, dan penerima manfaat. Kajian ini membahas berbagai aspek, termasuk pemanfaatan teknologi informasi dalam pengelolaan zakat, peran media sosial dalam penyebaran informasi zakat, serta kebijakan dan regulasi yang relevan. Kami juga menggambarkan inovasi-inovasi yang telah muncul dalam pengumpulan dan pendistribusian zakat, seperti platform digital dan aplikasi zakat. Selain itu, kajian ini juga mengulas dampak positif dan negatif dari perkembangan digitalisasi terhadap efisiensi dan transparansi dalam manajemen zakat. Hasil dari kajian ini menunjukkan bahwa era digital telah membuka peluang baru dalam manajemen zakat, meningkatkan aksesibilitas bagi masyarakat untuk berzakat, dan meningkatkan transparansi dalam penggunaan dana zakat. Namun, juga ada tantangan seperti masalah keamanan data dan kepercayaan masyarakat terhadap platform digital zakat. Kajian literatur ini dapat menjadi panduan penting bagi pemangku kepentingan zakat, pemerintah, dan peneliti untuk memahami dinamika dan perubahan dalam manajemen zakat di era digital, serta untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mengelola dana zakat di masa akan datang.

Kata kunci: Manajemen Zakat, Era Digital, Media Sosial.

1. Pendahuluan

Di tengah perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang pesat, pengelolaan zakat, infak, dan shadaqah (ZIS) menjadi semakin penting dalam menjawab tantangan kesejahteraan umat Islam dan masyarakat luas. Zakat bukan hanya tentang kewajiban agama, tetapi juga merupakan instrumen yang potensial

untuk mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi dalam masyarakat. Karena itu, manajemen ZIS tidak hanya berkaitan dengan pengumpulan dan distribusi dana, tetapi juga memiliki dampak yang lebih luas dalam membangun kesejahteraan sosial dan ekonomi.

Kampanye zakat yang masif dan efektif menjadi kunci utama untuk menggalang dana zakat yang cukup membantu mereka yang membutuhkan. Dakwah zakat, atau upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya zakat dalam Islam, harus menjadi bagian integral dari setiap strategi pengelolaan ZIS. Dalam konteks ini, peran manajemen ZIS bukan hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga melibatkan kemampuan untuk menginspirasi, mendidik, dan mendorong umat Islam untuk berzakat secara sadar dan berkelanjutan.

Manajemen ZIS mencakup pengaturan zakat, infak, dan shadaqah oleh lembaga zakat. Kegiatannya mencakup perencanaan, organisasi, pelaksanaan, dan pemantauan dana-dana tersebut. Terdapat upaya besar dalam menggalakkan pembayaran zakat melalui kampanye yang luas, sebagai bagian penting dari operasi bisnis pengelolaan zakat. Dakwah tentang zakat merupakan bagian esensial dari upaya ini. Keberhasilan pengelolaan zakat bergantung pada sejauh mana manajemen dapat membangun ekosistem zakat yang kokoh, bukan hanya membangun kesadaran tentang pentingnya zakat.¹

Indonesia mempunyai potensi zakat yang sangat besar, mengingat populasi Muslim yang besar dan ekonomi terus berkembang. Namun, masih banyak tantangan besar dalam mengoptimalkan potensi ini. Salah satu tantangannya ialah bagaimana lembaga zakat dapat mengadopsi strategi inovatif yang relevan dengan era milenial dan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan ZIS tidak hanya akan memudahkan proses pembayaran zakat, tetapi juga dapat memberikan transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi yang lebih besar dalam pengumpulan dan pendistribusian dana zakat. Di zaman digital, teknologi telah

¹ Aan Ansori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah", Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam, 7 (1), Januari- Juni 2016, h. 2.

mengalami optimalisasi yang luas untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan hidup, termasuk dalam konteks penyaluran zakat. Dalam agama Islam, membayar zakat merupakan suatu tugas yang harus dilakukan oleh individu yang memenuhi syarat. (Santoso, 2018).

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan entitas pemerintah yang diberi wewenang untuk menghimpun serta menyalurkan zakat di Indonesia. Dalam upayanya mengikuti tren teknologi 4.0, BAZNAS telah memperkenalkan program pembayaran zakat secara digital melalui berbagai platform e-commerce yang tersedia di Indonesia. Langkah ini bertujuan untuk memudahkan warga Indonesia dalam melaksanakan kewajiban zakat mereka. Dengan proses pembayaran zakat yang semakin simpel, potensi bagi individu yang berkewajiban (muzaki) untuk berpartisipasi dalam membayar zakat akan meningkat, dan hal ini berpotensi menghasilkan peningkatan penerimaan zakat yang substansial.

2. Kerangka Teori

A. Zakat

1) Konsep zakat

Zakat dapat diartikan dalam beragam konteks, seperti berkat, perkembangan, kesucian, dan keagungan. Dalam terminologi, zakat merujuk pada bagian dari kekayaan yang harus diberikan kepada pihak yang memenuhi syarat untuk menerimanya, melalui perantara amil zakat.²

Dalam kehidupan ekonomi, ada istilah "kaya" (berkecukupan) dan "miskin" (kekurangan). Zakat adalah kebijakan Allah SWT yang ditetapkan bagi orang Muslim yang berkecukupan. Hal ini dilakukan untuk mengurangi perbedaan ekonomi antara kaya dan miskin serta mendukung tugas kekhalifahan manusia di bumi.

Zakat dianggap sebagai fasilitas yang mendukung manusia dalam menjalankan amanat kekhalifahannya dan menjaga kemuliaan serta kehormatannya. Perbedaan ekonomi yang besar dapat menyebabkan

² Didin Hafidhuddin dkk, Fiqih Zakat Indonesia, (Jakarta: BAZNAS, 2015), hlm. 8
Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya
Volume 1, Nomor 5 (2023)

kehancuran, baik bagi yang kaya karena kesombongannya maupun bagi yang miskin karena ketidakpuasan dalam keterpurukannya.³

2) Tujuan zakat

Beberapa tujuan zakat:⁴

- a) Memberikan bantuan, mengurangi penderitaan, dan meningkatkan kehidupan kaum fakir miskin.
- b) Memberikan dukungan dalam mengatasi masalah yang dihadapi oleh al Gharimin, Ibnu Sabil, dan pihak yang membutuhkan lainnya.
- c) Membangun serta memperluas ikatan solidaritas dan persaudaraan antara sesama manusia.
- d) Seimbangkan ideologi kapitalisme dan komunisme.
- e) Menghilangkan sikap serakah dan tamak dari pemilik kekayaan dan pemegang modal.
- f) Menghindari akumulasi kekayaan individu yang diperoleh dengan merugikan orang lain.
- g) Mencegah kesenjangan antara orang kaya dan miskin yang dapat memicu bencana dan kejahatan sosial.

3) Pengelolaan Zakat

Entitas yang diberi tanggung jawab oleh pemerintah untuk merencanakan, mengumpulkan, menyebarkan, dan memberikan perhatian kepada para pemberi zakat (muzakki) dan penerima zakat (mustahik) sesuai dengan peraturan yang berlaku disebut sebagai pengelola zakat. Di Indonesia, zakat dikelola oleh dua instansi, yaitu

³ Direktorat Pemberdayaan Zakat, Fiqih Zakat, (Departemen Agama RI, 2009), hlm. 2

⁴ Mardani, Hukum Islam: zakat, infak, sedekah, dan wakaf, (Citraaditya Bakti, 2016) hlm. 37-

Badan Amil Zakat (BAZ) yang dioperasikan oleh pemerintah, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dikelola oleh masyarakat.⁵

a) Badan Amil Zakat (BAZ)

Badan Amil Zakat (BAZ) memiliki tugas utama dalam pengumpulan, distribusi, dan penggunaan zakat sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Untuk memudahkan layanan, BAZ membentuk Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) di berbagai tingkatan, termasuk di kecamatan, desa, atau kelurahan, untuk melayani muzakki yang menyerahkan zakat.

b) Lembaga Amil Zakat (LAZ)

Sebuah entitas yang didirikan oleh komunitas dengan tujuan membantu dalam mengumpulkan, mendistribusikan, dan memanfaatkan zakat. Kepemimpinan yang efektif dalam mengelola zakat menjadi suatu keharusan untuk memastikan bahwa semua tahapan berjalan dengan lancar, terstruktur, dan sesuai dengan tujuan yang tepat.

4) Pendistribusian Zakat

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 menggarisbawahi signifikansi pengelolaan zakat berdasarkan ajaran Islam. Hal ini mesti dipahami dan dijalankan oleh semua pengurus zakat (amil zakat). Zakat harus disebarkan serta dimanfaatkan sesuai dengan norma-norma Syariah yang bersumber dari Al-Quran (Surat At-Taubah: 60) dan hadis Rasulullah SAW sebagai acuan hukum.⁶

Prinsip kewilayahan dalam distribusi zakat mengimplikasikan bahwa zakat yang terkumpul di suatu wilayah harus disalurkan kepada mustahik yang ada di wilayah tersebut. Hal ini sejalan dengan praktik Rasulullah SAW saat mengutus Mu'adz bin Jabal untuk mengelola zakat

⁵ Direktorat Pemberdayaan Zakat, Fiqih Zakat..., hlm. 107

⁶ Didin Hafidhuddin, Fiqih zakat Indonesia..., hlm. 135

di Yaman, di mana zakat dikumpulkan dan disalurkan kepada penerima zakat setempat..

Hukum tersebut juga memerintahkan bahwa zakat harus diperlakukan sesuai dengan ajaran Syariah dan harus diprioritaskan berdasarkan kepentingan dengan mengedepankan prinsip-prinsip kesetaraan, keadilan, dan aspek geografis. Selain itu, semua zakat yang terkumpul harus disalurkan dalam kurun waktu tidak lebih dari satu tahun. Hal ini bertujuan untuk memastikan agar zakat segera diberikan kepada yang memerlukannya sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁷

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode studi literatur, yang melibatkan serangkaian kegiatan, termasuk pengumpulan data dari berbagai sumber pustaka, membaca dan mencatat informasi, serta melakukan analisis terhadap materi penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Manajemen zakat adalah suatu upaya pengelolaan dana zakat secara efektif dan efisien. Era digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, termasuk dalam berzakat. Tulisan ini akan membahas bagaimana manajemen zakat telah bertransformasi di era digital dan mengapa hal ini penting.

1. Platform Digital untuk Pengumpulan Zakat

Di era digital, banyak organisasi zakat telah memanfaatkan platform online untuk mengumpulkan zakat. Ini memudahkan para muzakki (orang yang memberikan zakat) untuk berkontribusi dengan mudah melalui berbagai metode pembayaran, seperti transfer bank, kartu kredit, atau pembayaran digital seperti e-wallet. Ini juga membantu dalam pelacakan dan pencatatan kontribusi zakat.

⁷ Akmad Fauzi & Rusdi Hidayat Nugroho A, Manajemen Kinerja, (Surabaya: Airlangga University Press, 2020), hlm. 1

2. Transparansi dan Akuntabilitas

Manajemen zakat di era digital memungkinkan transparansi yang lebih besar. Organisasi zakat dapat memberikan laporan secara online kepada para muzakki tentang bagaimana dana zakat digunakan. Ini menciptakan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi di antara para muzakki dan organisasi zakat.

3. Analisis Data

Era digital memungkinkan organisasi zakat untuk melakukan analisis data yang lebih baik terkait dengan pengumpulan dan pengelolaan zakat. Data dapat digunakan untuk mengidentifikasi tren, memahami preferensi muzakki, dan mengoptimalkan alokasi dana zakat.

4. Penggunaan Teknologi untuk Menjangkau yang Lebih Luas

Media sosial dan kampanye digital memungkinkan organisasi zakat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Mereka dapat menggunakan platform ini untuk meningkatkan kesadaran tentang zakat, mengajak lebih banyak orang untuk berzakat, dan berbagi cerita tentang dampak positif zakat.

5. Fintech Zakat

Banyak startup fintech telah muncul yang fokus pada zakat. Mereka mengembangkan aplikasi dan platform yang memudahkan orang untuk berzakat secara rutin dan otomatis. Ini membantu dalam pengumpulan dana zakat secara konsisten.

Adapun keuntungan dan tantangan manajemen zakat di era digital sebagai berikut:

A. Keuntungan Manajemen Zakat di Era Digital

Manajemen zakat di era digital memberikan sejumlah keuntungan. Pertama, ini memudahkan para muzakki untuk berzakat dengan cara yang lebih nyaman dan mudah. Kedua, transparansi yang lebih besar membangun kepercayaan di antara para muzakki dan organisasi zakat. Ketiga, analisis data membantu organisasi zakat dalam mengambil keputusan yang lebih baik terkait dengan alokasi dana zakat. Keempat, teknologi membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas, yang pada gilirannya

meningkatkan jumlah zakat yang terkumpul. Kelima, fintech zakat membantu dalam pengumpulan dana zakat yang konsisten.

B. Tantangan Manajemen Zakat di Era Digital

Meskipun era digital membawa banyak keuntungan, ada juga tantangan yang harus dihadapi dalam manajemen zakat. Salah satunya adalah masalah keamanan data dan privasi. Organisasi zakat harus menjaga data pribadi muzakki dengan baik. Selain itu, mereka harus berinvestasi dalam keamanan siber untuk melindungi transaksi online dan informasi penting lainnya. Selain itu, ada juga tantangan terkait dengan literasi digital. Beberapa muzakki mungkin tidak terbiasa dengan penggunaan platform online, dan organisasi zakat harus memberikan bimbingan dan dukungan.

5. Simpulan

Manajemen zakat telah mengalami transformasi yang signifikan di era digital. Pemanfaatan platform online, transparansi yang lebih besar, analisis data, penggunaan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dan kemunculan fintech zakat telah membawa banyak keuntungan. Ini memudahkan para muzakki untuk berzakat, membangun kepercayaan, meningkatkan efisiensi pengelolaan dana zakat, dan meningkatkan kesadaran tentang zakat.

Namun, tantangan juga ada, seperti masalah keamanan data dan privasi serta tingkat literasi digital yang beragam di antara muzakki. Organisasi zakat harus berupaya menjaga keamanan data dan memberikan bimbingan kepada mereka yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Dengan pemahaman yang baik tentang manfaat dan tantangan manajemen zakat di era digital, kita dapat terus memajukan upaya zakat untuk memberikan dampak positif yang lebih besar dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

4550-12369-1-PB. (t.t.).

Konseptual, A. D., & Zakat, M. (t.t.). *BAB II LANDASAN TEORITIK*.
<http://kanazakat.blogspot.co.id/2011/07/manajemenzakat.html>,

PELAKSANAAN ZAKAT SECARA ONLINE (Studi pada Badan Amil Zakat Nasional Kotabumi Lampung Utara). (t.t.).

Rizal, S., & Pakkanna, M. (2023). Digitalization of Zakat in Stimulating Community Socio-Economic Development in the Middle of the Covid-19 Pandemic (Maqashid Syariah Perspective). *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 3(1), 23–33.
<https://doi.org/10.24018/ejsocial.2023.3.1.384>

Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64.
<https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>

Sunarya, ; S L, & Qital, S. (2022). Digital management on zakat institutions; mapping using Biblioshiny R. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 1(2), 97. <https://doi.org/10.20885/RISFE>

Syarifudin, E. (t.t.). *DIGITALISASI SEDEKAH; Peluang dan Tantangan Lembaga Zakat*.

Teori, A. L. (t.t.). *BAB II KERANGKA TEORITIS*.

Yuliar, A. (2021). Ade Yuliar: Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat. *ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI ERA DIGITALISASI*. Dalam *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* (Vol. 2, Nomor 1).