



EFEKTIVITAS PROGRAM LAYANAN DIGITALISASI ZAKAT TERHADAP PERHIMPUNAN ZAKAT PERIODE 2016-2019

Rudi Hadana, Weli Agustina, Idia Joninda Piolita, Andreas Lobi Pratama, Andi Harpepen
UIN Fatmawati Sulkarno
rudihadana@gmail.com

Abstract

Zakat is one of philanthropies that is rapidly developing in Indonesia. In addition, it is included as a highly important and strategic position. The activities of zakat is highly determined by its development started from raising, distributing and reporting the zakat. The zakat raising is one of the important activities. In this millennial era, the BAZNAS has used the existing technology to maximize the existing zakat raising. The advancement of technology finally has made BAZNAS to build the partnership and cooperation with the platforms to make the zakat raising maximum and effective. In addition, with the zakat digitalization method, it has facilitated the Muzaqi in distributing the zakat. The aim of this research is to observe to what extent the program of digital zakat service by BAZNAS in raising the zakat. The method used in this descriptive field research was the qualitative method with the socioeconomic approach. The data were collected through observation, interview, documentation and triangulation. The techniques for data collection and data analysis used the Miles and Huberman model. The results of this research showed that the zakat raising through digital fundraising can be effective with the theory given by Jamels L. Gibson, which can be declared effective if it is in accordance with productivity in achieving goals, adaptability, job satisfaction and development. In this research, the National Zakat Agency has fulfilled the theory that has been put forward by Gibson, et al, but has not met the requirements for productivity in achieving its goals, then with the digital service the National Zakat Agency makes it easier for muzaqi, especially millennials, in paying zakat. Then during the pandemic, digital fundraising services can help the Central National Zakat Agency in achieving the overall target of collecting zakat as desired.

Abstrak

Zakat adalah salah satu filantropi yang sedang berkembang pesat di Indonesia, selain itu zakat juga termasuk ibadah maliyyah ijtimaiyyah yang posisinya sangat penting dan strategis. Aktivitas atau kegiatan zakat sangat mempengaruhi tumbuh berkembangnya zakat, kegiatan tersebut antara lain dimulai dari pengumpulan, pendistribusian, dan pelaporan zakat. Pengumpulan atau pengumpulan zakat adalah salah satu kegiatan yang penting, di zaman milenial selarang Badan Amil Zakat Nasional memanfaatkan teknologi yang ada guna memaksimalkan pengumpulan zakat yang ada. Kemandirian teknologi akhirnya membuat Badan Amil Zakat Nasional membangun mitra dan bekerja sama dengan platform-platform agar dana zakat yang terkumpul maksimal dan lebih efektif. Selain itu, dengan metode digitalisasi zakat, akan memudahkan para muzaqi dalam menyalurkan zakatnya. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana efektivitas program layanan zakat digital Badan Amil Zakat Nasional terhadap pengumpulan zakatnya. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan pendekatan yang dipilih sosio ekonomi. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan sifat deskriptif. Selanjutnya Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi, dengan Teknik pengumpulan data dan menganalisis data model Miles dan Huberman. Adapun hasil penelitian ini adalah dalam pengumpulan dana zakat melalui digital fundraising bisa dikatakan efektif karena telah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Jamels L. Gibson, dkk yaitu bisa dinyatakan efektif jika sesuai dengan produktivitas dalam pencapaian tujuan, kemampuan adaptasi, kelpuasan kerja dan pengembangan. Dalam penelitian ini Badan Amil Zakat Nasional telah memenuhi teori yang telah dikemukakan Gibson, dkk akan tetapi belum memenuhi syarat pada produktivitas dalam pencapaian tujuannya, kemudian dengan adanya layanan digital Badan Amil Zakat Nasional memudahkan muzaqi terkhususnya kalangan milenial dalam membayarkan zakatnya. Kemudian di masa pandemi layanan digital fundraising dapat membantu Badan Amil Zakat Nasional Pusat dalam mencapai target keseluruhan pengumpulan zakat yang diinginkan.

Article History

Received: 1 Juni 2023

Reviewed: 30 Juni 2023

Published: 4 Juli 2023

Key Words

BAZNAS, Raising, Effectiveness,
Digital Zaka

Sejarah Artikel

Received: 1 Juni 2023

Reviewed: 30 Juni 2023

Published: 4 Juli 2023

Kata Kunci

BAZNAS, Pengumpulan,
Efektivitas, Zakat Digital.



PENDAHULUAN

Dalam pengumpulan dan pemberdayaan zakat, Indonesia memiliki potensi yang cukup besar karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam. Potensi zakat di Indonesia sendiri terus meningkat pada setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah pengumpulan zakat setiap tahun tidak terlepas dari pengelolaan zakat dengan baik, di Indonesia terdapat berbagai macam lembaga-lembaga amil zakat atau lembaga pengumpulan dan pengelolaan dana zakat yang sangat membantu dikalangan masyarakat¹

Salah satu lembaga amil zakat yang sangat membantu masyarakat di tanah air adalah lembaga yang dibentuk atau dilindungi oleh pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional. BAZNAS merupakan salah satu lembaga sosial kemasyarakatan yang bertugas untuk mengelola dana zakat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat bab 1 pasal 1 ayat 1, menjelaskan bahwa pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat².

BAZNAS merupakan sebuah lembaga nirlaba yang menawarkan pelayanan kepada masyarakat dan memiliki potensi persaingan yang ketat dengan berbagai lembaga nirlaba lainnya. Pada dasarnya, terdapat perbedaan diantara bentuk pelayanan pada lembaga/instansi pemerintah, lembaga bisnis dan lembaga nirlaba. lembaga nirlaba sebagaimana yang dikemukakan oleh Gusti Irhami merupakan suatu organisasi/lembaga yang tujuannya bukan untuk mencari laba/keuntungan. Meskipun lembaga-lembaga nirlaba tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi dalam pelayanan mereka saling berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaiknya.³

Salah satu lembaga nirlaba yang ada di Indonesia adalah Badan Amil Zakat Nasional(BAZNAS) yang berada di bawah pengawasan pemerintahan dan yang terdiri dari berbagai tingkatan seperti, tingkat daerah, tingkat kota atau kabupaten dan tingkat provinsi. Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang mempunyai penduduk muslim yang Tinggi, terbukti di dalam Badan Pusat Statistik(BPS) di Indonesia telah mencatat

¹ Hana Septi Kuncaraningsih dan M. Rasyid Ridla, "Good Corporate Governance Di Badan Amil Zakat Nasional", *Jurnal MD (manajemen dakwah)* (November 2015), hlm. 97–115.

² Kementerian Agama RI, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat*, no. 1 (2011).

³ Gusti Irhami, 'Reiventing Perguruan Tinggi Dalam Blue Ocean Strategy (Suatu Studi Analisis Teoritik)', *Jurnal Komunikasi, bisnis, dan Manajemen*, vol. 4, no. 2 (2017), hlm. 1–17.



bahwa kurang lebih 80% masyarakat Indonesia adalah umat Islam. Banyaknya umat Islam di Indonesia menimbulkan kesadaran masyarakat dalam berzakat, dan didukung oleh undang-undang yang ada.

Hal ini dicerminkan dengan penghargaan yang banyak diterima oleh BAZNAS tersebut, laporan keuangan BAZNAS yang terus meningkat dari tahun ketahun, dan penelitian-penelitian terdahulu yang menyebutkan BAZNAS di Indonesia dapat tumbuh dan berkembang.⁴ Adapun penghargaan yang diperoleh BAZNAS seperti yang telah disebutkan di atas adalah BAZNAS mendapatkan Sertifikat ISO 9001:2000 pada tahun 2008, pada tahun 2009,2010 dan 2011 BAZNAS kembali mendapatkan sertifikat ISO, kali ini untuk seri yang disetujui, ISO 9001:2008. BAZNAS adalah lembaga pertama yang mendapatkan sertifikat ISO 9001:2008 untuk kategori seluruh unit kerja pada tahun 2009. Tahun 2009, BAZNAS juga mendapatkan penghargaan Manajemen kualitas terbaik dari Karim Business Consulting. BAZNAS berhasil memperoleh prediket terbaik untuk lembaga non departemen versi Departemen Keuangan RI tahun 2008. BAZNAS meraih “Program Inovasi Terbaik” dan “yang terbaik dalam manajemen transparansi” pad IMZ Award 2011⁵.

Setelah berbicara mengenai pencapaian-pencapaian yang didapatkan oleh BAZNAS, berikut adalah data laporan pencapaian BAZNAS dalam hal penghimpunan dana selama 10 tahun terakhir di dalam laporan statistik zakat nasional yang diterbitkan pada bulan Juni 2018:

Tabel 1.1 Penghimpunan dan Pertumbuhan Zakat di Baznas

Tahun	Penghimpunan (Milyar Rupiah)	Pertumbuhan (%)	Pertumbuhan PDB (%)
2008	920.00	24.32	6.2
2009	1,200.00	30.43	4.9
2010	1,500.00	25.00	6.1
2011	1,729.00	15.27	6.5
2012	2,212.00	27.94	6.23
2013	2,639.00	19.30	5.78

⁴ *Ibid.*

⁵ Penghargaan Badan Amil Zakat Nasional, dikutip dari <http://baznas.go.id/>, diakses pada hari Kamistanggal 22 Juli jam 13.00 WIB



2014	3,300.00	25.05	5.02
2015	3,650.00	10.61	5.04
2016	5,017.29	37.46	5.02
2017	6,224,37	24.06	5.07
2018	8,117,60	30.42	5.17
2019	10,227.94	26.00	5.02

Sumber: Statistik Zakat Nasional 2019

Dari hasil tabel diatas, dapat dilihat bahawa dunia zakat mempunyai potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang, kemudian laporan terbaru, menurut direktur utama Badan Amil Zakat Nasional Arifin Purwakananta menyatakan bahwa capaian pengumpulan zakat sepanjang 2019 di tingkat pusat melampaui target yaitu 103,5%, peningkatan ini tidak terlepas dari kerja sama menyeluruh.⁶ Kemudian wakil presiden Ma'ruf Amin mengingatkan bahwa masih besarnya potensi zakat di Indonesia yang masih belum tergali, zakat di Indonesia baru mencapai 3,5% dari potensi yang ada. Berikut adalah gambaran pertumbuhan pengumpulan ZIS.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengumpulan ZIS Berdasarkan Tahun
Sumber: Statistik Zakat 2019

⁶ Humaniora, "Pengumpulan Zakat 2019 Lampau Target", *Kedaulatan Rakyat*, dikutip dari <https://mediaindonesia.com>, diakses pada hari Jumat tanggal 22 juli jam 13,14 WIB



Setelah mengetahui bagaimana pertumbuhan zakat di Indonesia, BAZNAS terus membuat kinerja dan dobrakan agar membantu perekonomian negara. BAZNAS optimis suatu pengumpulan dan penyaluran zakat dapat membantu negara dalam menuntaskan masalah kemiskinan. Hal ini dibuktikan dengan gebrakan yang dilakukan BAZNAS bekerjasama dengan BAPPENAS dalam menandatangani dan turut bekerja sama membantu negeri dalam penyediaan air minum dan sanitasi di Indonesia. Hal ini juga mendukung zakat juga program *Sustaineble Develompment Goals* (SDGs) pada tahun 2015 BAZNAS ikut serta menandatangani document terkait SDGs di New York, Amerika Serikat tentang kesepakatan antar negara untuk menuntaskan masalah ketimpangan-ketimpangan yang terjadi diberbagai dunia melalui program yang berkelanjutan.

Program yang berkelanjutan tersebut setidaknya memiliki 17 tujuan dan 169 target dalam kurun waktu 15 tahun yaitu 2015-2030. Dalam gebrakan besar tersebut, semua tidak terlepas dari pelayanan dan program yang diberikan oleh Badan Amil Zakat Nasional tersebut kepada pihak Mustahik dan Muzakki, dan didukung oleh VISI dan MISI dari Badan Amil Zakat tersebut sehingga pengumpulan bisa tercapai setiap tahunnya. Berbicara mengenai pencapaian dan visi misi Badan Amil Zakat Nasional BAZNAS sebagai salah satu sub penting dalam membantu perekonomian negara dalam mensejahterakan rakyat, tidak hanya membantu dalam bidang konsumsi saja, tetapi mengangkat derajat para mustahik zakat agar bisa menjadi muzakidikemudian hari.

Tidak hanya melakukan gebrakan seperti di atas, langkah BAZNAS dalam upaya peningkatan dan penghimpunan dana zakat, BAZNAS dan OPZ lain terus mengupayakan berbagai perencanaan program kerja dan kerja sama dengan beberapa instansi baik negeri maupun swasta, yang diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan penghimpunan dan penyerapan dana zakat setiap tahunnya.



Berangkat dari semangat Badan Amil Zakat Nasional dalam melakukan peningkatan penghimpunan zakat di atas, kemajuan teknologi juga merupakan salah satu faktor yang dapat membantu BAZNAS dalam penghimpunan dananya. Di era yang dikatakan modern sekarang, segala kemudahan dapat di akses melalui digital. Era digital membawa manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan tugas dan pekerjaan. Peran penting teknologi ini yang membawa peradaban manusia memasuki era digital dan pada masa ini segala bentuk transaksi bisa dilakukan dengan hanya menekan digit angka dan *paperless* menjadi salah satu trend di era ini⁷.

Seiring berkembangnya dunia digital, KOMINFO menyatakan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke enam di dunia setelah Tiongkok, Amerika Serikat, India, Brazil dan Jepang dalam menggunakan atau mengakses internet, terdapat sebanyak 112 juta orang yang mengakses internet di Indonesia per tahun 2017. Oleh karena itu, seiring dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat, dengan penggunaan internet mencapai nomor enam di dunia, lembaga zakat yang diawasi oleh pemerintah juga melakukan dan mengembangkan inovasi terbaru terkait pelayanan terhadap muzaki yang bertujuan untuk memperluas jangkauan muzaki yang mengikuti digitalisasi serta melakukan optimalisasi penyerapan dana zakat dari masyarakat. BAZNAS dalam hal ini terus meningkatkan pelayanan terhadap muzaki dan terus mengembangkan beberapa program layanannya agar penghimpunan dana di masyarakat bisa terhimpun secara maksimal.⁸

Jenis program layanan baznas dalam menghimpun dana zakat sangat beragam, hal ini

⁷ Wawan Setiawan, "Era Digital dan Tantangannya" disampaikan dalam Seminar Nasional tahun 2017, Universitas Pendidikan Indonesia, hlm 2-4.

⁸ *Ibid.*



dilakukan agar muzaki dapat lebih fleksibel dalam menunaikan zakatnya. Adapun delapan program layanan BAZNAS yang ditawarkan kepada muzaki adalah sebagai berikut¹³:

1. Layanan digital zakat
2. Online payment chaneel
3. Gerai zakat BAZNAS
4. Aplikasi muzaki corner
5. Pembayaran via ATM
6. Zakat payroll sistem
7. Konsultasi zakat
8. Layanan jemput zakat.

Kedelapan jenis program di atas adalah bentuk dari kesungguh-sungguhan BAZNAS dalam menghimpun dana dari muzaki, dan tentunya BAZNAS tidak melakukannya sendiri, BAZNAS tersebut bermitra dengan institusi atau perusahaan baik pemerintah maupun swasta. Sebagaimana dari layanan yang disediakan BAZNAS di atas tidak terlepas dari dunia digitalisasi.

Layanan digital zakat pada BAZNAS adalah salah satu program layanan BAZNAS yang selalu diperbarui perkembangannya, layanan digital ini yang membantu penghimpunan zakat yang mulanya dilakukan secara konvensional menjadi bergeser kearah digital. Menurut M. Arifin Purwakananta dalam berita yang dikabarkan oleh Khazanah, bahwasanya ada beberapa strategi yang dikembangkan BAZNAS, yang pertama adalah *Internal Platfrom* yaitu baznas mengembangkan sendiri berbagai layanan digital, seperti donasi via situs internet, program android, dan berbagai program lainnya.

Yang kedua *eksternal platfrom* yaitu bekerja sama dengan berbagai provider penyedia platfrom toko online dan bisnis digital, ketiga social media platfrom dengan BAZNAS mengembangkan berbagai inovasi layanan donasi via social media seperti Line, Iklan



Whasaap dal lainnya. Keempat Artificial Intelligence Platfrom, dimana BAZNAS mengembangkan Intelligent Enterprise (EI) untuk memperkuat kampanye dan bekerja sama dengan berbagai pihak. Dan yang terakhir Innovation Platform dimana BAZNAS melahirkan berbagai inovasi seperti melahirkan mesin zakat dan lainnya.

Dengan latar belakang kemajuan dan pencapaian target Badan Amil Zakat Nasional kemudian didukung oleh layanan pengumpulan zakat dengan metode digitalisasi, peneliti tertarik melihat efektivitas dari layanan pengumpulan zakat melalui metode digitalisasi. Efektivitas dapat diartikan hubungan antara output dan tujuan, sehingga semakin besar kontribusi atau sumbangan *output* dari pencapaian tujuan, maka akan semakin efektif organisasi, program atau kegiatan yang dilakukan sebuah organisasi atau Lembaga.⁹ Terdapat beberpa cara untuk mengukur efektifitas, namun peneliti akan menggunakan tolak ukur yang digunakan oleh James L. Gibson, dkk. Yang mana dalam menentukan efektivitas suatu perusahaan atau sebuah Lembaga yang memiliki beberapa tolak ukur, yaitu produktivitas dalam pencapaian tujuan, kemampuan adaptasi, kepuasan kerja, dan pengembangan.¹⁰

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, dengan melakukan kegiatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yang dapat disebut dengan penelitian empiris.¹¹ Penelitian ini dilakukan secara teliti dan mendalam untuk menemukan jawaban dari kasus yang akan diteliti. Dalam hal ini adalah bagaimana efektifitas implementasi program layanan zakat digital terhadap penghimpunan zakat.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosio- ekonomi, pendekatan sosio ekonomi ini adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara melihat kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis

⁹ Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, (Jakarta: UPP STIM YKPN, 2005), hlm.92.

¹⁰ James L. Gibson, dkk. *Organisasi (Perilaku, Struktur dan proses)* terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm 27-30

¹¹ Ita Aulia Coryna dan Hendri Tanjung, "Strategy Formulation of Zakat Collection by The National Amil Institution (BAZNAS)", *Al m u z a r a ' a h* (2011), hlm. 79- 158.



aktivitas ekonomi, pendidikan serta pendapatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional.¹² Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional.¹³

Analisis Efektifitas Program Layanan Digital Baznas dalam Pengumpulan Zakat Terhadap Peningkatan Pengumpulan Zakat di Indonesia

Badan Amil Zakat Nasional pusat adalah badan resmi yang dibentuk pemerintah dalam mengumpulkan dan mengelola zakat, infaq dan sedekah tingkat nasional sesuai dengan keputusan Presiden Republik Indonesia No.8 tahun 2001. Dalam penghimpunan dana ZIS Badan Amil Zakat Nasional mengikuti perkembangan zaman. Pada awalnya penghimpunan dana dilakukan secara manual atau offline, kemudian berkembang dengan menggunakan sistim digital atau digital fundraising. Berkaitan dengan kajian yang dilakukan peneliti, peneliti berusaha menggali informasi dengan melakukan wawancara terhadap pihak yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, yaitu mewawancarai pegawai yang berkaitan langsung dengan penelitian yang dilakukan.

Adapun informan penelitian yang dipilih adalah pegawai Badan Amil Zakat Nasional Kepala Bagian Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Bapak Taris) dan Manajer Digital Badan Amil Zakat Nasional (Ibu Hafiza Elvira), wawancara dilakukan secara online pada hari Kamis tanggal 01 Oktober 2020 via google meet.

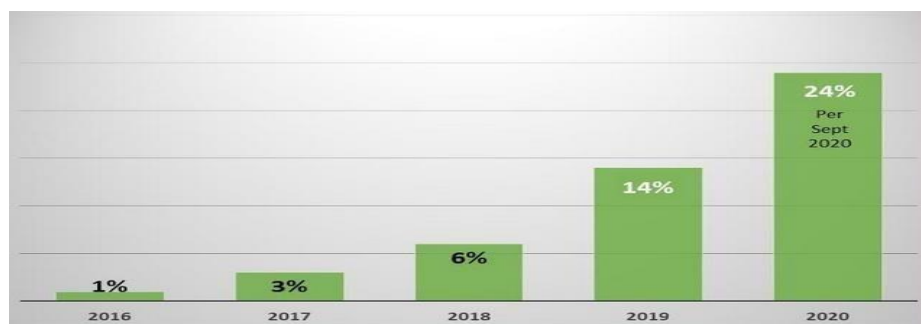
Pertumbuhan dalam pengumpulan dalam bidang digital fundraising belum ditetapkan

¹² Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2001 Tentang Badan Amil Zakat Nasional

¹³ Undang- Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat pasal 21-29



target pertahunnya oleh Badan Amil Zakat Nasional, target yang ditetapkan disatukan dalam pengumpulan dana ZIS secara keseluruhan pertahun. Pertumbuhan dibidang digital fundraising dilihat dari persentase pengumpulan yang meningkat pada setiap tahun. Hal ini dibuktikan dengan pada data awal pengumpulan dana digital fundraising ditahun 2006 sebesar 1% dari pengumpulan keseluruhan dana ZIS, ditahun 2017 sebesar 3% dari total pengumpulan dana ZIS, ditahun 2018 meningkat sebesar 6% dari total keseluruhan dana ZIS yang dikumpulkan, pada tahun 2019 mencapai 14% dari total keseluruhan pengumpulan dana ZIS, pada tahun 2020 sebesar 24% dari total keseluruhan dana ZIS yang terkumpul.³⁹ Berikut tabel pertumbuhan digital fundraising Badan Amil Zakat Nasional dari tahun 2016-2019 :



Tabel di atas menjadi tolak ukur pertumbuhan zakat digital fundraising yang meningkat pertahun, pengumpulan zakat fundraising akan dianggap mencapai target jika dana digital fundraising yang terkumpul meningkat dari tahun sebelumnya. Dari hasil tersebut kemudian digabungkan dengan zakat tunai yang terkumpul.

Adapun tahun efektifitas yang diteliti dimulai dari tahun 2016, 2017, 2018, 2019, dengan tahun pembandingan pertama adalah satu tahun sebelum tahun yang diteliti yaitu tahun 2015. Berdasarkan data Badan Amil Zakat Nasional adapun dana zakat yang terkumpul ditahun 2015 dan 2016 adalah sebagai berikut:



Tabel 4.17 Dana Zakat yang Terkumpul di Tahun 2015 dan 2016

No	Tahun	Jumlah Pengumpulan/tahun
1.	2015	3,650,369,012,964
2.	2016	5,017,293,126,950

Dari tabel di atas tergambar capaian Badan Amil Zakat Nasional pusat dari tahun 2015 ke tahun 2016 meningkat sebesar 1.366.924.113.986,00. Dan dapat dikatakan secara umum pengumpulan di Badan Amil Zakat Nasional pusat mengalami peningkatan.

Tabel 4.18 Dana Zakat yang Terkumpul di Tahun 2016 dan 2017

No	Tahun	Jumlah Pengumpulan/tahun
1.	2016	5,017,293,126,950
2.	2017	6,224,371,269,471

Dari tabel di atas tergambar capaian Badan Amil Zakat Nasional pusat dari tahun 2016 ke tahun 2017 meningkat sebesar 1.207.078.142.521,00. Dan dapat dikatakan secara umum pengumpulan di Badan Amil Zakat Nasional pusat mengalami peningkatan.

Selanjutnya pengumpulan ditahun 2018, pada tahun 2018 laporan statistik telah diperinci dan lebih jelas, yaitu pendapatan zakat digital fundraising lebih diperinci, sehingga dapat diketahui proporsinya, berikut tabel penghimpunan ditahun 2018 dengan tahun pembandingan 2017

Tabel 4.19 Dana Zakat yang Terkumpul di Tahun 2017 dan 2018

No	Tahun	Jumlah Pengumpulan/tahun
1.	2017	6,224,371,269,471
2.	2018 (Keseluruhan)	8,117,597,683,267
3.	2018 (Chanel Pembayaran/Digital)	206,374,175,575

Dari tabel di atas telah dijelaskan pengumpulan Badan Amil Zakat Nasional pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 1.8993.226.413.796,00. Dari total pengumpulan tahun 2018, pengumpulan melalui digital sebanyak 206.374.175.575,00.



Dengan proporsi 2,54%

Selanjutnya pengumpulan ditahun 2019 dengan tahun pembanding 2018, dijelaskan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.20 Dana Zakat yang Terkumpul di Tahun 2018 dan 2019

No	Tahun	Jumlah Pengumpulan/tahun
1.	2018	8,117,597,683,267
2.	2019(Keseluruhan)	10,227,943,806,555
3.	2019 (Chanel Pembayaran/Digital)	296,234,308,349

Berdasarkan hasil penelitian, maka akan dicari titik efektivitasnya hal ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh James L. Gibson tentang efektivitas, yaitu:

Produktivitas dalam pencapaian tujuan yang dapat diartikan sebagai ukuran sampai sejauh mana target yang ditetapkan oleh organisasi ataupun lembaga yang dapat direalisasikan dengan baik. Dalam hal ini pencapai tujuan merupakan sebuah proses, oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin maka perlu diadakannya penetapan pencapaian, baik itu pencapaian bagian-bagian dari organisasi ataupun pencapaian dari keseluruhan organisasi. Pada Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sedekah, produktivitas dapat dilihat dari sejauh mana pelaksanaan pengumpulan zakat sesuai target penghimpunan kepada para donatur. Dalam penelitian yang dilakukan di Badan Amil Zakat nasional pusat berdasarkan hasil data dan wawancara, Badan Amil Zakat Nasional pusat telah mencapai produktivitasnya. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengumpulan di Badan Amil Zakat Nasional setiap tahunnya dan peningkatan donator setiap tahun. Namun jika dikaitkan didalam teori James L. Gibson pencapaian target menurut narasumber belum bisa dikatakan efektif sepenuhnya, karena bagian pengumpulan zakat fundraising belum menetapkan target yang harus dicapai setiap tahunnya. Dalam hal menentukan efektifitasnya bagian pengumpulan zakat fundraising hanya melihat kenaikan dana yang terhimpun setiap tahunnya.⁴²Berikut grafik



pertumbuhan pengumpulan di Badan Amil Zakat Nasional secara keseluruhan:

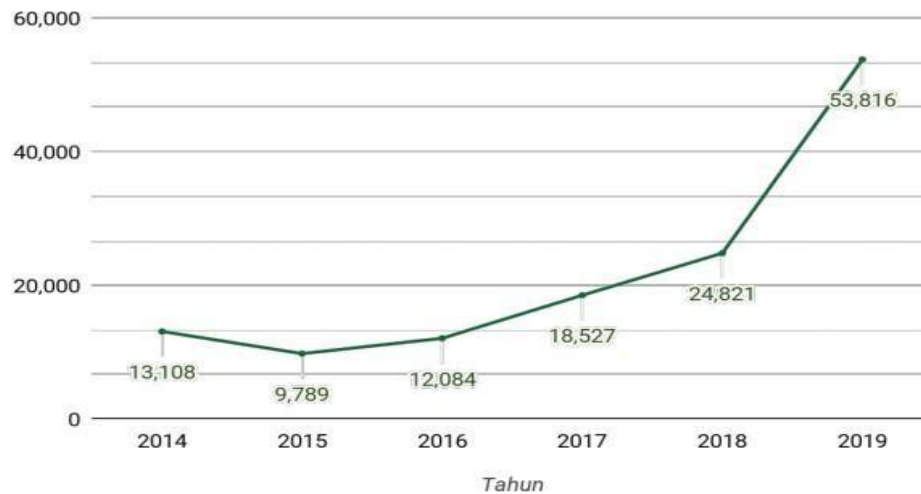


Gambar 4.19 Pertumbuhan Pengumpulan Zakat di BAZNAS

Kemudian pertumbuhan jumlah donator di Badan Amil Zakat Nasional pusat secara keseluruhan, dapat dijelaskan dengan tabel dan gambar sebagai berikut:

Tabel 4.21 Pertumbuhan Jumlah Donatur di BAZNAS

Tahun Years	Donatur Donors	Pertumbuhan (%) Growth
1	2	3
2014	13,108	-33.3
2015	9,789	-25.3
2016	12,084	23.4
2017	18,527	53.3
2018	24,821	34.0
2019	53,816	116.8
Rerata	28.150	168.9



Gambar 4.20 Pertumbuhan Jumlah Donatur di BAZNAS

1. Kemampuan Adaptasi merupakan kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Dalam kemampuan adaptasi yang perlu diperhatikan adalah organisasi atau Lembaga dapat benar-benar tanggap dalam perubahan internal dan eksternal dari yang dihadapi organisasi. Dalam penelitian ini yang diperhatikan apakah program penghimpunan dana zakat dengan digitalisasi dapat diterima perubahannya dengan baik dalam organisasi tersebut dan apakah penghimpunan secara digital juga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar atau tidak. Misalnya penggunaan teknologi sesuai perkembangan zaman yang memberi kemudahan kepada masyarakat yang ingin menyalurkan dana melalui BAZNAS. Pada dasarnya program digital fundraising yang disediakan Badan Amil Zakat Nasional pusat bertujuan untuk memudahkan muzaki dalam membayar zakat, dengan perkembangan teknologi yang ada, muzaki dari berbagai kalangan dapat terjangkau dari seperti milenial yang ingin membayar zakatnya dengan cara yang mudah. Kemampuan adaptasi Badan Amil Zakat Nasional dibuktikan dengan kemampuan Lembaga ini dalam menarik platform-platform yang telah menyebar dan membentuk kerja sama, kemudian Badan Amil Zakat Nasional menciptakan aplikasi-aplikasi yang



akan memudahkan muzaki. Dalam hal kemampuan adaptasi ini BAZNAS cukup membutuhkan keahliannya dalam kemampuan adaptasi, menurut hasil wawancara

BAZNAS mampu membaca peluang pengumpulan melalui digital fundraising, dibuktikan dengan pada tahun 2016 BAZNAS telah memfokuskan pengumpulan melalui digital dan hal tersebut diperbarui terus menerus.

2. Kepuasan Kerja adalah perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristiknya atau dengan kata lain kepuasan adalah ukuran untuk menunjukkan tingkat dimana organisasi dapat memenuhi kebutuhan muzaki. Kepuasan kerja bisa diukur dari respon atau penilaian para muzaki terhadap kinerja atau layanan yang diberikan BAZNAS. Dengan semakin meningkat pengumpulan Badan Amil Zakat Nasional dan respon positif dari mitra yang bekerja sama, hal tersebut menjadikan awal baru dalam pengumpulan zakat digital fundraising dan lebih optimis dalam meningkatkan kemampuan kinerja dalam bidang tersebut. Setelah dilakukan wawancara kepada narasumber, dalam bentuk memenuhi kepuasan kerja pengumpulan zakat digital fundraising sudah menarik kalangan milenial untuk berzakat, akan tetapi masih adanya hambatan *trust* atau kepercayaan bagi muzaki-muzaki yang baru mengenali dunia digitalisasi dan kurangnya literasi tentang dunia digital dikalangan masyarakat. Namun dari sisi platform yang bekerja sama dengan pihak Badan Amil Zakat Nasional menyambut positif kinerja yang dilakukan oleh BAZNAS sehingga semakin banyak platform-platform yang ingin bekerja sama dengan BAZNAS tersebut.
3. Pengembangan yang merupakan cara atau mengukur sebuah kemampuan organisasi untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menghadapi tuntutan muzaki. Seperti pengembangan yang terdiri dari sumber daya manusia, sarana, dan prasarana yang sangat menentukan keberhasilan organisasi ataupun lembaga dalam mencapai tujuan.



Dengan adanya sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, keterampilan serta pengetahuan yang memadai, maka kegiatan suatu lembaga dapat berjalan dengan baik. Pengembangan bisa diukur dari sumber daya manusia, sarana dan prasarana maupun pembiayaan yang sangat menentukan keberhasilan suatu lembaga atau organisasi dalam mencapai tujuan. Badan Amil Zakat Nasional pusat dalam memaksimalkan sumber daya manusia membentuk tim-tim khusus dalam penghimpunan digital fundraising, sehingga bisa dikelola dengan maksimal. Untuk memaksimalkan kinerja sumber daya manusia tim digital fundraising memanfaatkan relawan yang memiliki berbagai macam kemampuan, seperti pada bidang IT atau komputer, relawan yang menguasai tata cara menyuarakan layanan zakat fundraising dan lain sebagainya. Dengan terpenuhinya empat elemen tentang teori efektifitas oleh Badan Amil Zakat Nasional pusat, maka dalam pengumpulan digital fundraising zakat bisa dinyatakan sudah berjalan sangat efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjelasan penelitian di atas tentang efektivitas program layanan digital zakat Badan Amil Zakat Nasional pusat (Digital Fundraising) terhadap penghimpunan zakat pada BAZNAS periode 2016-2019 sehingga peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam program layanan digital zakat atau digital fundraising di Badan Amil Zakat Nasional pusat dinyatakan cukup efektif hal ini dilihat dari beberapa hal, menurut teori tentang efektifitas oleh James L. Gibson, dkk, menyatakan efektif jika memenuhi empat hal yaitu, produktivitas, kemampuan adaptasi, kepuasan kerja dan pengembangan. Dari empat elemen tersebut terdapat beberapa kriteria yang belum terpenuhi oleh Badan Amil Zakat Nasional. (1) Produktivitas, walaupun jumlah pengumpulan dan proporsi zakat digital meningkat setiap tahunnya, dari tahun 2016-



2019 akan tetapi BAZNAS belum mempunyai target tetap penghimpunan zakat digital, sehingga hal tersebut belum memenuhi kriteria produktivitas. (2) Kemampuan adaptasi yang dijalankan oleh Badan Amil Zakat Nasional ditunjukkan dengan semakin bertambahnya mitra yang bekerja sama dengan Badan Amil Zakat Nasional dalam penghimpunan digital zakat dan kemampuannya dalam membaca situasi tentang perkembangan digital (3) Kepuasan kerja dinilai oleh respon muzaki dalam menilai Badan Amil Zakat Nasional, layanan digital fundraising bisa diterima dengan baik oleh muzaki karena pada tujuannya layanan ini akan memudahkan muzaki, akan tetapi masih adanya ketidakpercayaan dan kebutaan dalam dunia digital membuat tim zakat fundraising harus mengkampanyekan hal tersebut (4) Dan yang terakhir adalah pengembangan, dalam hal ini devisi layanan digital sangat memaksimalkan sumber daya yang ada, membagi tugas dan memanfaatkan relawan yang memiliki kemampuan sehingga kinerja devisi digital fundraising di Badan Amil Zakat Nasional Pusat bisa lebih optimal dan akan lebih baik kedepannya.

2. Pertumbuhan program layanan digital zakat dalam penghimpunan zakat yang mengalami peningkatan dari tahun 2016-2019, membuktikan kemudahan bertransaksi secara digital dikalangan milenial.

B. Saran

1. Badan Amil Zakat Nasional pusat

- a. Sebagai Lembaga yang telah mencakup tingkat nasional, akan menjadi lebih efektif jika devisi digital lebih diperhatikan dan difokuskan, akan lebih baik jika lebih sering dalam menyuarakan tentang digital zakat di zaman milenial sekarang.
- b. Dalam devisi digital fundraising menetapkan target pertahun atau persemester akan lebih memudahkannya dalam menilai efektifitas peningkatan pengumpulan dana dan akan lebih baik jika efektifitas diukur menggunakan alat yang telah tersedia.



- c. Penyusunan laporan tentang digital fundraising di statistik tahunan agar diperinci sehingga *trust* atau kepercayaan masyarakat dalam bertransaksi didigital fundraising lebih meningkat.

2. Peneliti selanjutnya

- a. Saran untuk peneliti selanjutnya untuk memperluas pembahasan dan menambah informan penelitian, agar informasi yang terkumpul bisa lebih luas dan kuat, bertujuan untuk melihat perkembangan dan pengaruh digital zakat di masa yang akan datang.
- b. Minimnya penelitian tentang digital zakat tentunya dapat menambah indikator-indikator yang akan diteliti oleh peneliti yang selanjutnya, agar bisa menambah referensi bacaan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M, Karim, 2007, "*History of the Muslim Thought and Civillization, terj. Tim Pustaka Book Publisher, Sejarah Pemikiran dan Peradaban*", Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Amalia, Hanny., dkk, 2017, "Efektivitas dan Efisiensi Sistem Layanan Keuangan Digital Pada Karyawan DPU Daarut Tauhid", *Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*", No. 2, Tahun 2017 (2017).
- Anis, Fahmi, Muhammad., Kasim, H. Salina, 2016, "Effectiveness of Zakat Based Programs on Poverty Alleviation And Economic Empowerment Of Poor Women A case Study Of Bangladesh", *Journal Of Islamic Monetary Economic and Finance*, No. 2, Tahun 2016. (Februari 2016).
- Anthony, N, Rhobet., 2012, *Management Control in Nonprofit Organization*, Massachusetts: Crismon Perss.
- Gusti Irhami, "Reiventing Perguruan Tinggi Dalam Blue Ocean Strategy (Suatu Studi Analisis Teoritik)", *Jurnal Komunikasi, bisnis, dan Manajemen*, vol. 4, no. 2 (2017), hlm. 1–17.
- Hana Septi Kuncaraningsih dan M. Rasyid Ridla, "Good Corporate Governance Di Badan Amil Zakat Nasional", *Jurnal MD (manajemen dakwah)* (November 2015), hlm. 97–115.



Hanifah, Hai., 2017, “Implementasi Zakat Sebagai Instrumen Pengentasan Kemiskinan Di Badan Amil Zakat Banyuwangi”, *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.8 No.1 (2017)

Humaniora, “Pengumpulan Zakat 2019 Lampau Target”, *Kedaulatan Rakyat*, dikutip dari <https://mediaindonesia.com>, diakses pada hari Jumat tanggal 22 juli jam 13.14 WIB

Kementrian Agama RI., 2011, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat*, no. 1.

Penghargaan Badan Amil Zakat Nasional, dikutip dari [http:// baznas.go.id/](http://baznas.go.id/), diakses pada hari Kamistanggal 22 Juli jam 13.00 WIB