STRATEGI EDUKASI ZAKAT BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT PONOROGO

TESIS

Oleh:

IKA KHURIL A'YUNI

NIM 501230022

PROGRAM MAGISTER

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PASCASARJANA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PONOROGO

2025

STRATEGI EDUKASI ZAKAT BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT PONOROGO

ABSTRACT

Public awareness in fulfilling zakat is a crucial factor in optimizing the collection and distribution of zakat. However, the level of zakat literacy among the community is still relatively low, necessitating effective educational strategies. This research employs a field study type with a qualitative research approach. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. The researcher conducted interviews with several informants from three zakat institutions in Ponorogo: BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, and LAZISNU Ponorogo. The study aims to analyze digital-based zakat education strategies implemented by zakat institutions in Ponorogo to enhance community awareness of zakat, the reasons these institutions adopt digital education strategies, and the impacts of these strategies on the community after implementing digital zakat education. The findings indicate that several digital-based zakat education strategies are employed by zakat institutions in Ponorogo through websites, social media (Instagram, TikTok, WhatsApp, YouTube, and Facebook), and applications. The reasons for using digital-based zakat education strategies include keeping up with technological advancements, broader outreach, and cost and time efficiency. This digital education strategy positively impacts increasing zakat awareness among the Ponorogo community by enhancing public literacy regarding zakat, facilitating easier contributions to zakat, reaching wider areas, and improving transparency and trust within the community.

Keywords: *Digital Education Strategies, Zakat, Digital Technology, Community Awareness.*

STRATEGI EDUKASI ZAKAT BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT PONOROGO

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat menjadi faktor penting dalam optimalisasi penghimpunan dan pendistribusian zakat. Namun, tingkat literasi zakat di masyarakat masih tergolong rendah, sehingga diperlukan strategi edukasi yang efektif. . Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan, dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber, yaitu di tiga Lembaga zakat yang ada di Ponorogo, yaitu BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISNU Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis startegi-startegi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan Lembaga zakat di Ponorogo untuk meningkatkan kesadaran zakat pada Masyarakat Ponorogo, alasan Lembaga zakat di Ponorogo menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital, dan dampak dari strategi edukasi zakat berbasis digital bagi Masyarakat setelah melakukan edukasi zakat berbasis digital. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu bahwa ada beberapa strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan Lembaga zakat di Ponorogo yaitu dengan melalui website, media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp, Youtube, dan Facebook), dan melalui aplikasi. Adapun alasan Lembaga zakat di Ponorogo menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital ini yaitu untuk mengikuti perkembangan teknologi, jangkauan yang kebih luas, dan efisiensi biaya dan waktu. Strategi edukasi zakat berbasis digital ini berdampak positif terhadap peningkatan kesadaran zakat pada Masyarakat Ponorogo karena dapat meningkatkan literasi Masyarakat terkait zakat, meningkatkan kemudahan dalam berzakat, menjangkau wilayah yang lebih luas, meningkatkan transparansi dan kepercayaan pada Masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Edukasi Digital, Zakat, Teknologi Digital, dan Kesadaran Masyarakat.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melalui pengkajian dan telaah mendalam dalam proses bimbingan intensif terhadap tesis yang ditulis oleh **Ika Khuril A'yuni**, NIM 501230022 dengan judul: "Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat Pada Masyarakat Ponorogo", maka tesis ini sudah dipandang layak diajukan dalam agenda ujian tesis pada sidang Majelis Munâqashah Tesis.

Ponorogo, 03 Maret 2025

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.	**Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.**
NIP 197502072009011007	NIP 197801122006041002

KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PASCASARJANA
Terakreditasi B sesuai SK BAN-PT Nomor : 645/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/VII/2021
Alamat : Jl. Pramuka 156 Ponorogo 63471 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893
Website: www.pasca.iainponorogo.ac.id Email: pascasarjana@iainponorogo.ac.id

KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI

Tesis yang ditulis oleh **Ika Khuril A'yuni, NIM 501230022, Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah** dengan judul: **"Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo"** telah dilakukan ujian tesis dalam sidang Majelis *Munâqashah* Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada **Hari Selasa, tanggal 18 Maret 2025** dan dinyatakan **LULUS.**

Dewan Penguji:

No	Nama Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	**Zahrul Fata, M.IRKH, Ph.D.** **NIP 19750416200911009** Ketua Sidang		25/04/2025
2	**Prof. Iza Hanifuddin, Ph.D** **NIP 196906241998031002** Penguji Utama		18/04/2025
3	**Dr. Amin Wahyudi, S.Ag., M.E.I.** **NIP 197502072009011007** Penguji 2		22/04/2025
4	**Dr. Luhur Prasetiyo, S.Ag., M.E.I.** **NIP 107801122006041002** Sekretaris		24/04/2025

Ponorogo, 30 April 2025
Direktur Pascasarjana,

Prof. Dr. H. Agus Purnomo., M.Ag.
NIP 197308011998031001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Ika Khuril A'yuni
NIM	:	501230022
Fakultas	:	Pascasarjana IAIN Ponorogo
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis	:	"Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo"

Menyatakan bahwa naskah tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id.** Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 18 Mei 2025

Penulis,

(Ika Khuril A'yuni)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini, saya, **Ika Khuril A'yuni,** NIM 501230022, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul: "Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat Pada Masyarakat Ponorogo" ini merupakan hasil karya mandiri yang diusahakan dari kerja-kerja ilmiah saya sendiri kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang saya rujuk di mana tiap-tiap satuan dan catatannya telah saya nyatakan dan jelaskan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti lain tentang adanya plagiasi, saya bersedia mempertanggungjawabkannya secara akademik dan secara hukum.

Ponorogo, 25 Februari 2025

Pembuat Pernyataan,

Ika Khuril A'yuni

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, berbagai aspek kehidupan mengalami transformasi, termasuk dalam hal pengelolaan zakat. Di era digital saat ini, zakat tidak lagi hanya dikelola secara konvensional, tetapi telah mulai mengadopsi teknologi digital.[1] Digitalisasi zakat mencakup berbagai inovasi seperti platform pembayaran zakat secara online, aplikasi pengelolaan zakat, hingga program edukasi zakat berbasis teknologi. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah mengakses informasi, menghitung zakat yang wajib dibayarkan, serta menyalurkan zakat dengan cara yang lebih praktis dan efisien. Namun demikian, kemajuan teknologi ini belum sepenuhnya diiringi oleh peningkatan literasi masyarakat terkait zakat.[2] Tingkat pemahaman masyarakat mengenai kewajiban zakat, jenis-jenis zakat, dan cara pengelolaannya masih tergolong rendah. Banyak individu yang belum memahami pentingnya zakat sebagai salah satu pilar Islam yang memiliki dampak besar dalam membangun kesejahteraan umat. Selain itu, sebagian masyarakat juga masih kurang familiar dengan penggunaan teknologi digital dalam pelaksanaan zakat, sehingga potensi digitalisasi zakat belum dapat dimanfaatkan secara optimal.[3]

Literasi zakat menjadi isu strategis dalam pengumpulan dan pengelolaan dana zakat dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan muzaki. Pemahaman yang rendah dapat mengakibatkan penurunan penerimaan zakat. Pada tahun 2022, Skor Indeks Literasi Zakat di Indonesia mencapai 75,26, meningkat dari 66,78 pada tahun 2020. Penggunaan media

---

[1] Ana Toni Roby Candra Yudha, *Fintech Syariah: Teori Dan Terapan* (Scopindo Media Pustaka, 2020).

[2] Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising," *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 1 (June 30, 2019): 59–90, https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1556.

[3] Sonia Silastia et al., "Model Pengelolaan Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh Dalam Pembangunan Suatu Negara," *Student Scientific Creativity Journal* 1, no. 3 (May 17, 2023): 393–413, https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i3.1992.

digital untuk literasi zakat menjadi penting karena penetrasi internet yang luas di Indonesia, mencapai 212,9 juta pengguna internet dan 167 juta pengguna media sosial pada Januari 2023. Media digital menawarkan biaya murah, akses cepat, dan jangkauan yang luas, memungkinkan lembaga pengelola zakat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat secara efektif melalui konten yang mudah diakses dan menarik.[4] Faktanya sekarang ini, masih banyak Masyarakat yang belum mengetahui zakat baik yang konvensional maupun berbasis digital. Menurut hasil wawancara dengan pihak BAZNAS Ponorogo, pengetahuan Masyarakat terkiat zakat masih sangat minim, apalagi bagi orang-orang yang berada di daerah pedesaan, dan orang tersebut sudah tua-tua. Mereka hanya tahu kalau pembayaran zakat itu wajib, dan orang-orang yang berada di desa pelosok kebanyakan sudah tua. Mereka juga tidak mempunyai update dengan teknologi, sehingga tidak tahu apa-apa.[5] Menurut Soekanto, terdapat indikator-indikator kesadaran terkait zakat profesi. Pertama, pengetahuan dan pemahaman yang mendalam sangat penting untuk mendorong individu agar bertindak sesuai dengan hati nuraninya dalam menunaikan zakat profesi. Kedua, sikap dan pola perilaku yang terbentuk ketika pendapatan mencapai nishab, di mana individu secara sadar mengeluarkan zakatnya, memperlihatkan kesadaran akan hak orang lain terhadap harta yang dimiliki.[6]

Edukasi zakat saat ini menjadi sorotan penting dalam masyarakat Indonesia, termasuk di wilayah Ponorogo. Sebagai salah satu rukun Islam, zakat memiliki peran yang sangat krusial dalam upaya pengentasan kemiskinan dan pemerataan kesejahteraan.[7] Namun, tingkat pemahaman masyarakat tentang zakat, baik dari segi kewajiban maupun mekanisme penyalurannya, masih tergolong rendah. Rendahnya pemahaman ini tidak

---

[4] https://analisis.republika.co.id/berita/rrykqf349/pentingnya-literasi-zakat-berbasis-media-digital, Diakses pada tanggal 02 Oktober 2024 Pukul 14.20.

[5] Diana, Perkembangan Literasi Zakat pada Masyarakat Ponorogo, Oktober 2024.

[6] Indri Kartika, "Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Membayar Zakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki Di BAZNAS Salatiga)," *Tesis IAIN Salatiga*, 2019.

[7] Dawan Raharjo, *Perspektif Deklarasi Mekkah; Menuju Ekonomi Islam*, (Bandung: Mizan, 1989), 150.

hanya dipengaruhi oleh faktor sosial dan ekonomi, tetapi juga oleh pendekatan edukasi yang selama ini dilakukan. Meskipun metode ini bermanfaat, efektivitasnya sering kali terbatas karena hanya dapat menjangkau sebagian kecil masyarakat. [8]

Di sisi lain, perilaku manusia, termasuk dalam hal pembayaran zakat, sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan kesadaran mereka mengenai zakat itu sendiri. Rendahnya literasi zakat berdampak pada minimnya partisipasi masyarakat dalam menunaikan kewajiban zakat, yang pada akhirnya memengaruhi jumlah zakat yang berhasil dikumpulkan. Berdasarkan data, pengumpulan zakat nasional masih jauh dari potensi maksimalnya. Salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya informasi dan edukasi yang dapat menjangkau masyarakat secara luas dan efektif. [9] Oleh karena itu, diperlukan pendekatan inovatif dalam strategi edukasi zakat, yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital. Edukasi zakat berbasis digital diharapkan dapat mengatasi keterbatasan jangkauan metode tradisional, memperluas akses informasi, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat. Dengan pendekatan ini, perilaku masyarakat dapat diarahkan menuju pemahaman yang lebih baik tentang zakat, sehingga partisipasi dalam pembayaran dan pengelolaan zakat dapat meningkat secara signifikan.

Oleh karena itu, diperlukan strategi edukasi zakat berbasis digital yang efektif dan terstruktur. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait zakat, baik dari segi hukum, manfaat, maupun tata cara penyalurannya melalui platform digital. Dengan adanya edukasi berbasis digital, diharapkan masyarakat dapat lebih mudah mengakses informasi tentang zakat, memahami perannya, serta termotivasi untuk aktif berkontribusi dalam pengelolaan zakat melalui teknologi. Strategi ini menjadi salah satu upaya penting untuk menjawab tantangan rendahnya

---

[8] Alifah Nur Fajrina, Farhan Rafi Putra, and Annisa Suci Susillia, "Optimalisasi Pengelolaan Zakat: Implementasi Dan Implikasinya Dalam Perekonomian," *JIEFeS: Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 4, no. 1 (2020): 102.

[9] Yulia Rakhmawati, "E-Filantropo: Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Alturisme Tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13, no. 2 (2019): 13.

literasi zakat di tengah masyarakat dan memanfaatkan perkembangan teknologi secara maksimal untuk kemaslahatan umat.

Strategi edukasi zakat berbasis digital di Ponorogo sekarang ini dapat menjadi langkah penting dalam memperluas aksesibilitas dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat.[10] Perlu dilakukan penelitian menyeluruh untuk memahami tingkat literasi digital dan kesadaran zakat di wilayah tersebut. Lembaga-lembaga zakat dan pemerintah setempat dapat bekerja sama untuk mengembangkan program-program edukasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat Ponorogo.[11] Selama proses ini, penting untuk mempertimbangkan konteks budaya dan sosial setempat untuk memastikan bahwa strategi edukasi yang diterapkan relevan dan diterima oleh masyarakat Ponorogo. Dengan pendekatan yang holistik dan terarah, pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital dapat menjadi kunci untuk meningkatkan partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam praktik zakat yang lebih modern dan efisien di Ponorogo.[12]

Kemajuan teknologi digital membawa dampak yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal edukasi zakat.[13] Kini, berbagai inovasi berbasis digital mulai digunakan untuk memperkenalkan konsep dan pentingnya zakat kepada masyarakat. Platform digital seperti aplikasi zakat, media sosial, *website*, hingga kanal video edukasi telah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai zakat.[14] Hal ini memungkinkan proses edukasi zakat dilakukan secara lebih luas, interaktif,

---

[10] Amir Yunus and Alif Risolah Sumba, "Analisis Implementasi PSAK 409 Pada Akuntansi Zakat, Infak, Dan Sedekah: Mendorong Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) StudiKasus Badan Zakat Amil Nasional (BAZNAS)Kota Gorontalo," *Jurnal Mahasiswa Akuntansi* 2, no. 1 (2023): 18.

[11] Aay Mohamad Furkon, "Zakat Sebagai Instrumen Welfare Statedalam Islam," *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 4, no. 6 (2024): 753.

[12] Wahyuni and Sigit Sasmito, "Peran Zakat Dalam Mengurangi Kemiskinan Di Indonesia," *NOMISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen* 1, no. 1 (2023): 19–20.

[13] Musdiansyah Lingga, "Transformasi Zakat Profesi Melalui Baitul Mal Aceh Di Era Digital: Menggapai Keadilan Sosial Dan Kesejahteraan Umat," *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2024): 14.

[14] Hidayatul Nafizah and Muhaimin, "Dampak Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap Peningkatan Penerimaan Zakat Pada Baznas Kota Banjarmasin," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 5 (2023): 3556, https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2661.

dan berkelanjutan. Selain itu, digitalisasi juga mampu menjawab tantangan keterbatasan waktu dan jarak, di mana masyarakat dapat mengakses informasi tentang zakat kapan saja dan di mana saja.[15] Dengan demikian, inovasi dalam edukasi zakat berbasis digital ini diharapkan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Di Ponorogo, pemanfaatan teknologi digital untuk edukasi zakat masih berada pada tahap awal. Meskipun demikian, potensi besar untuk meningkatkan kesadaran zakat melalui strategi digital sangatlah nyata. Berdasarkan kondisi sosial dan budaya di Ponorogo yang masih kental dengan nilai-nilai keagamaan, pendekatan tradisional dalam edukasi zakat perlu diintegrasikan dengan teknologi digital. Ini bertujuan agar edukasi zakat dapat lebih efektif dan relevan dengan perkembangan zaman. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga memungkinkan adanya inovasi dalam metode penyampaian informasi, seperti konten multimedia, webinar, hingga simulasi interaktif tentang bagaimana zakat dihitung dan disalurkan.

Ada beberapa permasalahan yang ada di Ponorogo yang berkaitan dengan edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran zakat yang mencakup rendahnya penetrasi teknologi digital di beberapa wilayah di mana penggunaan dan akses terhadap teknologi digital, seperti internet, *smartphone,* dan aplikasi, masih terbatas atau tidak merata di berbagai daerah. Hal ini memungkinkan masyarakat tidak menyadari kewajiban zakat atau tidak tahu bagaimana cara memenuhi kewajiban tersebut secara benar. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang manfaat zakat digital dapat mengakibatkan rendahnya partisipasi masyarakat dalam menggunakan platform tersebut serta menimbulkan kekhawatiran akan keamanan dan

[15] Irfan Nurfalah and Aam Slamet Rusydiana, "DIGITALISASI KEUANGAN SYARIAH MENUJU KEUANGAN INKLUSIF: KERANGKA MAQASHID SYARIAH," *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi* 11, no. 1 (May 31, 2019): 58, https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1205.

kepercayaan terhadap platform zakat online.[16] Selain itu, budaya tradisional yang kuat dan kurangnya literasi keuangan syariah dapat menjadi hambatan bagi adopsi zakat berbasis digital.[17] Kurangnya aksesibilitas terhadap informasi tentang zakat digital dan kurangnya sumber daya untuk memberikan edukasi yang memadai juga merupakan tantangan dalam meningkatkan kesadaran zakat di Ponorogo.[18]

Untuk mengatasi tantangan dalam meningkatkan partisipasi zakat berbasis digital, dibutuhkan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai pihak. Pertama, pemerintah berperan dalam merumuskan kebijakan dan regulasi yang mendukung transformasi digital dalam pengelolaan zakat, serta menyediakan infrastruktur yang memadai.[19] Lembaga keuangan syariah dapat memberikan dukungan dengan menciptakan produk keuangan yang mendukung transaksi zakat secara digital, serta memastikan kemudahan dan keamanan transaksi tersebut.[20] Lembaga zakat juga memiliki peran penting dalam menyediakan program pendidikan dan pelatihan terkait zakat digital, sehingga masyarakat dapat memahami cara-cara praktis dan manfaatnya.[21] Masyarakat lokal, sebagai sasaran utama, perlu didorong untuk aktif berpartisipasi melalui penyuluhan yang mengedukasi mereka tentang pentingnya zakat dalam mendukung kesejahteraan umat, serta bagaimana zakat berbasis digital dapat mempermudah proses pembayaran dan

---

[16] Siska Arie Novita and Sulistya Rusgianto, "Determinan Niat Corwdfunders Dalam Menggunakan Model Wakaf Crowdfunding: Integrasi 3 Model Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi," *Al-Buhuts* 19, no. 2 (2023): 4.

[17] Arum Nanda Listiana et al., "Digitalisasi Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Dan Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Pandemi Covid-19," *DJIEB: Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 2 (2022): 117–18.

[18] Mulkan Fadhli, "Implementasi SIMBA Baznas Dalam Meningkatkan EfektivitasPengumpulan Dan Distribusi Zakat diBaitul MalKota Banda Aceh," *JINTECH: Journal of Information Technology* 4, no. 1 (2024): 3–4.

[19] Citra Indriani, Umil Khoiri, and Mochammad Novendri S., "Tranformasi Zakat Menuju Era Digital: Peluang Dalam Penanggulangan Kemiskinan," *Jurnal Masyarakat Madani* 9, no. 1 (2024): 42.

[20] Mukharom Mukharom, Ahmad Dwi Nuryanto, and Khaidar Alifika El Ula, "Peran Lembaga Keuangan Sosial Syariah Di Indonesia Menuju Tranformasi Digital," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 4, no. 1 (March 30, 2024): 367, https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.335.

[21] Wasilatur Rohmaniyah, "Optimalisasi Zakat Digital Melalui Penguatan Ekosistem Zakat Di Indonesia," *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 3, no. 2 (January 18, 2022): 233–35, https://doi.org/10.19105/alhuquq.v3i2.5743.

penyalurannya. Kolaborasi semua pihak ini diharapkan dapat memperluas akses, meningkatkan literasi zakat digital, dan pada akhirnya memperkuat kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat sebagai salah satu solusi untuk masalah sosial-ekonomi.

Antara pengembangan strategi edukasi berbasis digital dan teori edukasi zakat digital mengacu pada perbedaan antara apa yang direncanakan dalam strategi edukasi dan apa yang disarankan oleh teori-teori pendidikan yang relevan.[22] Jika strategi edukasi berbasis digital bertujuan untuk meningkatkan kesadaran zakat dengan fokus pada penggunaan teknologi digital dan platform online, namun tidak memperhitungkan aspek-aspek psikologis, sosial, atau kognitif yang diungkapkan oleh teori pendidikan, maka terdapat kesenjangan atau ketidaksesuaian antara dua hal tersebut. Teori-teori edukasi, seperti Teori Pembelajaran Sosial atau Teori Kognitif Sosial, dapat memberikan wawasan tentang bagaimana manusia belajar, berinteraksi, dan beradaptasi dengan teknologi baru.[23]

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi-strategi edukasi zakat berbasis digital yang dapat diterapkan di Ponorogo untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat. Dengan mempertimbangkan karakteristik masyarakat Ponorogo yang cenderung religius dan berbasis komunitas, pendekatan digital harus disesuaikan agar efektif dalam menyampaikan pesan dan informasi mengenai zakat. Hal ini melibatkan tidak hanya penggunaan platform digital yang sesuai, tetapi juga pengembangan konten edukasi yang menarik dan mudah dipahami. Di samping itu, penelitian ini juga akan melihat bagaimana masyarakat merespons edukasi zakat melalui media digital, serta mengukur tingkat partisipasi mereka dalam berzakat setelah menerima informasi melalui media tersebut.

Lokasi atau daerah yang menjadi tempat peneliti melakukan penelitian berada di Lembaga zakat Kabupaten Ponorogo (BAZNAS, Dompet Dhuafa,

---

[22] Mulyono, H., & Wekke, I. S. (2018). Strategi pembelajaran di abad digital. *Gawe Buku. Gawe Buku*, *21*.

[23] Hertina, Dede, et al. *Metode Pembelajaran Inovatif Era Digital: Teori dan Penerapan*. PT. Green Pustaka Indonesia, 2024.

dan LAZISNU). Adapun alasan memilih Lembaga zakat di BAZNAS yaitu karena di BAZNAS memberikan kesempatan untuk mengkaji pengelolaan zakat pada skala nasional, di mana BAZNAS berperan penting sebagai lembaga resmi pemerintah dalam distribusi zakat yang efektif. Dengan akses ke data zakat yang komprehensif serta berbagai program pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan, penelitian ini memungkinkan eksplorasi mendalam tentang bagaimana strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat.

Penelitian dilakukan di Lembaga zakat Kabupaten Ponorogo, yaitu BAZNAS, LAZISNU, dan LAZISMU. Pemilihan BAZNAS didasarkan pada perannya sebagai lembaga resmi pemerintah yang mengelola zakat pada skala nasional, dengan akses ke data yang komprehensif dan program pemberdayaan ekonomi, pendidikan, serta kesehatan. Hal ini memungkinkan kajian mendalam terkait strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Sementara itu, LAZISNU (Nahdlatul Ulama) dan LAZISMU (Muhammadiyah) dipilih karena keduanya berperan dalam filantropi Islam dan pemberdayaan sosial-ekonomi komunitas masing-masing. LAZISNU, dengan jaringannya yang luas hingga ke lapisan masyarakat bawah, menawarkan perspektif berbasis kearifan lokal dalam edukasi zakat digital. Kedua lembaga ini, sebagai organisasi berbasis keagamaan, memberikan peluang penting untuk memahami penerapan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam konteks masyarakat Ponorogo.

Sebenarnya, Lembaga-lembaga zakat saat ini sudah menyediakan edukasi zakat berbasis digital. Selain secara manual, mereka juga sudah menggunakan edukasi zakat berbasis digital, akan tetapi masih lemah. Hal ini dikarenakan tidak semua kalangan Masyarakat itu dapat menerima. Bagi generasi milenial, mereka mudah untuk menerimanya, akan tetapi bagi orang tua, mereka sulit untuk menerima karena mereka lebih suka dengan cara yang manual, tidak ribet. Begitu juga di Ponorogo, Lembaga zakat seperti BAZNAS, LAZISNU, dan LAZISMU juga sudah menggunakan strategi edukasi zakat, akan tetapi belum bisa berkembang secara maksimal.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tepat untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam edukasi zakat, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat Ponorogo dalam membayar zakat. Inovasi dalam edukasi zakat ini penting untuk dilakukan mengingat peran zakat yang sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan umat.[24] Di tengah era digitalisasi yang semakin berkembang, strategi edukasi zakat berbasis digital dapat menjadi solusi yang efektif dan efisien dalam menjawab tantangan pengelolaan zakat di masa depan.[25] Atas dasar inilah, peneliti mengambil topik penelitian dengan judul **"STRATEGI EDUKASI ZAKAT BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT PONOROGO."**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka muncul permasalahan yang berkaitan dengan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat Ponorogo?
2. Mengapa lembaga zakat di Ponorogo menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat Ponorogo?
3. Bagaimana dampak dari strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo terhadap peningkatan kesadaran zakat pada masyarakat Ponorogo?

---

[24] Ades Sugita et al., "Analisisperananpengelolaandanaziswafdalampemberdayaanekonomiumatpadalazisnukabupatencirebon," *Jurnal Indonesia Sosial Sains (JISS)* 1, no. 1 (2020): 10–11.

[25] Suginam, "Strategi Optimalisasi Implementasi Digitalisasi Pengelolaan Zakat Sebagai Upaya Meningkatkan Transparansi Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Di Sumatera Utara," *Disertasi*, 2021, 9–12.

C. Tujuan Penelitian

Setelah peneliti merumuskan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat Ponorogo.
2. Untuk menganalisis mengapa lembaga zakat di Ponorogo menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat Ponorogo.
3. Untuk menganalisis dampak dari strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi khazanah ilmu pengetahuan bagi semua pihak khususnya lembaga-lembaga zakat terkait dengan teori-teori dalam strategi edukasi zakat yang berbasis digital secara optimal yang akan terus mengalami perkembangan zaman dengan teknologi yang semakin berkembang yang sesuai dengan kaidah-kaidah dalam Islam, sehingga penelitian ini dapat dijadikan salah satu acuan dan rujukan di kemudian hari.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola Zakat

1) Untuk menambah dan memperkaya pengetahuan mengenai praktik pengelolaan zakat berbasis digital secara optimal pada suatu lembaga
2) Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pengelolaan pengelolaan zakat berbasis digital sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat

3) Meningkatkan pengetahuan pengelola zakat terkait beberapa hal yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga dapat dianalisis dengan baik dan benar.

b. Bagi Masyarakat/Pembayar Zakat

1) Memberikan gambaran yang jelas bagi masyarakat/orang yang membayar zakat tentang bagaimana perkembangan zakat digital dan cara membayar zakat digital secara baik dan benar, sehingga bisa menjadi pilihan mereka dalam membayar zakat secara mudah dan optimal

2) Meningkatkan pengetahuan masyarakat/orang yang membayar zakat mengenai dampak pembayaran zakat digita sehinga sapat menjadikan mereka pilihan dan pertimbangan dalam membayar zakat secara mudah dan bisa menyesuaikan perkembangan zaman yang serba digital.

c. Bagi Peneliti

1) Meningkatkan kepahaman peneliti mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat, sehingga dapat memungkinkan untuk menjadi salah satu rujukan peneliti di kemudian hari

2) Menjadi salah satu akses bagi peneliti selanjutnya dalam mengadakan penelitian dengan topik sama yang kemudian dapat dikembangkan sesuai dengan perkembangan zaman.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu dalam penelitian ini berisi tentang beberapa hasil dari penelitian yang telat dibuat oleh para peneliti sebelumnya terkait dengan zakat digital. Studi penelitian terdahulu pada penelitian ini berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran zakat masyarakat. Adanya penelitian-penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat

dijadikan sebagai sumber inspirasi bagi penelitian yang akan dilakukan, menunjukkan kebaruan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alfarizi dengan judul "Studi Eksplorasi Penerimaan Digitalisasi Pembayaran Zakat Melalui Aplikasi Fintech Indonesia Pasca Pandemi Covid-19". Penelitian ini membahas mengenai situasi Pandemi Covid-19 dan Digitalisasi Revolusi 4.0 yang meendorong adopsi pembayaran zakat melalui platform transaksi digital khususnya Fintech. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan signifikansi pada tiga dimensi toeri UTAUT, TPB, Tren Keuangan dan Pengetahuan Islam meskipun pada hipotesis harapan usaha terhadap kepercayaan dan keputusan penerimaan teknologi FinTech tidak mendapat dukungan signifikansi statistik PLS. Penguatan infrastruktur IT, keseragaman aturan pembayaran zakat digital dan kajian promotif digitalisasi zakat direkomendasikan kepada Provider FinTech dan Pembuat Kebijakan untuk semakin mengoptimalkan penghimpunan zakat untuk meningkatkan dana zakat untuk mustahiq yang membutuhkan agar semakin menumbuhkan perekonomian Islam dan Indonesia yang inklusif dan berkelanjutan sesuai Tujuan SDGs. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti tentang digitalisasi pembayaran zakat, perbedaannya yaitu penelitian ini meneliti mengenai penerimaan digitalisasi pembayaran zakat melalui aplikasi fintech sedangkan penulis meneliti tentang bagaimana pengembangan strategi zakat digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[26]

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Veri Setiawan dan Aditya Fahmi Nurwahid dengan judul "Strategi Branding Laziswaf UNIDA Gontor Dalam Optimalisasi Digital Fundraising". Hasil dari penelitian ini yaitu strategi branding Laziswaf Unida Gontor dalam mengoptimalkan penggalangan dana digital melalui portal website dan media sosial Instagram. Sementara penggalangan dana digital melalui saluran yang dioptimalkan

[26] Muhammad Alfarizi, "Studi Eksplorasi Penerimaan Digitalisasi Pembayaran Zakat Melalui Aplikasi Fintech Indonesia Pasca Pandemi Covid-19," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2022): 410.

mesin pencari belum dilakukan oleh Laziswaf Unida Gontor. Hal ini terjadi karena jumlah SDM di bidang koleksi dan publikasi digital masih minim. Namun temuan menarik dari penelitian ini adalah mengarah pada strategi branding Laziswaf melalui proses perencanaan berupa strategi pemanfaatan kanal digital fundraising, seperti website, email marketing, social media marketing, dalam rangka mengumpulkan zakat, infaq, wakaf dan shadaqah lebih optimal. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti mengenai strategi zakat digital, perbedaannya yaitu penelitian ini meneliti terkait strategi pemanfaatan kanal digital fundraising apa saja yang ebih optimal, sedangkan penulis meneliti mengenai pengembangan strategi zakat digitalnya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[27]

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Sri Malika Sari dan Maharika Cipta Raharja dengan judul "Inovasi Platform E-Commerce Dalam Pengumpulan Zakat Dan Wakaf: Meningkatkan Aksesibilitas, Transparansi, Dan Efisiensi Dalam Penggalangan Dana Sosial". Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan platform e-commerce meningkatkan aksesibilitas donatur dalam melacak penggunaan dana amal dan memverifikasi kontribusi mereka. Fitur pelaporan yang transparan memungkinkan organisasi amil zakat dan yayasan amal untuk mempublikasikan laporan keuangan dan proyek secara terbuka. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan platform digital dalam penggalangan zakat. Adapun perbedaannya yaitu jika penelitian ini tidak hanya fokus pada inovasi platform dalam pengmpulan zakat saja, akan tetapi juga inovasi pada platform wakaf. Sedangkan penulis hanya fokus pada strategi pengembangan zakat digital saja dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengeluarkan zakat.[28]

---

[27] Veri Setiawan, "Strategi Branding Laziswaf Unida Gontor Dalam Optimalisasi Digital Fundraising," *Jurnal Nawala Visual* 5, no. 1 (May 2, 2023): 22–24, https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v5i1.450.

[28] Sri Malika Sari and Mahardhika Cipta Raharja, "Inovasi Platform E-Commerce Dalam Pengumpulan Zakat Dan Wakaf: Meningkatkan Aksesibilitas, Transparansi, Dan Efisiensi Dalam

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhasanah dan Suryani dengan judul "Maksimalisasi Potensi Zakat Melalui Peningkatan Kesadaran Masyarakat". Penelitian ini menunjukkan bahwa zakat dapat mengurangi jumlah keluarga miskin dari 84% menjadi 74%. Hal ini menunjukkan betapa besar potensi zakat dalam meningkatkan kesejahteraan umat. Oleh karena itu, masyarakat perlu disadarkan akan pentingnya menunaikan kewajiban zakat. Kesadaran ini dapat ditingkatkan melalui sosialisasi dan edukasi mengenai hukum, hikmah zakat, harta benda yang menjadi objek zakat, tata cara penghitungannya, serta hubungan antara zakat dan pajak. Pemerintah dan masyarakat mempunyai tugas untuk terus mengkampanyekan zakat. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti mengenai cara memaksimalkan potensi zakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Perbedaannya yaitu terletak pada caranya, pada penelitian ini dilakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat terkait zakat, sedangkan penulis melakukan strategi edukasi zakat digital untuk meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat.[29]

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Annisa Maharani dan Ade Nur Rohim dengan judul "Analisis Pemanfaatan *Digital Fundraising* Sebagai Strategi Mengoptimalkan Penghimpunan Zakat Penghasilan Pada Baznaz DKI". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Baznas DKI memanfaatkan media digital dengan baik dalam mengumpulkan dana zakat penghasilannya. Penggunaan media digital untuk penghimpunan zakat penghasilan dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik dari sumber internal maupun eksternal. Dari kanal internal, Baznas memanfaatkan website, sedangkan dari kanal eksternal menggunakan platform *crowdfunding* seperti KitaBisa. Mekanisme pembayarannya dapat dilakukan melalui beberapa platform, termasuk *e-commerce/e-wallet,* pembayaran digital (seperti QR Code dan M-Banking),

---

Penggalangan Dana Sosial," *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf* 4, no. 2 (2023): 165–66.

[29] Siti Nurhasanah and Suryani Suryani, "Maksimalisasi Potensi Zakat Melalui Peningkatan Kesadaran Masyarakat," *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 3, no. 2 (December 3, 2018): 189–93, https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.177.

serta melalui payroll. Selain itu, Baznas juga melakukan sosialisasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk menarik minat muzakki. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama meneliti mengenai bagaimana strategi pelaksanaan zakat digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengeluarkan zakat. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini terdapat strategi alternatif pengembangan digital fundraising dan terdapat analisis SWOT, sedangkan pada penulis tidak ada.[30]

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Diana Farid, Muhammad Husni Abdulah Pakarti, dkk., dengan judul "Pengaruh Zakat Digital Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Era Digital". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Zakat digital memiliki potensi besar dalam mengurangi kemiskinan di era digital. Salah satu manfaat utamanya adalah kemudahan akses dan transparansi dalam pengumpulan dan distribusi zakat. Melalui platform digital, individu dapat dengan mudah mengumpulkan dan mengirimkan zakat mereka langsung kepada penerima yang membutuhkan, mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan dalam proses tradisional. Selain itu, zakat digital memungkinkan pendekatan yang lebih inklusif dalam mengatasi kemiskinan, dengan lebih banyak orang yang dapat berpartisipasi dalam memberikan zakat. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang dampak zakat digital terhadap pengurangan kemiskinan di era digital. Temuan dan rekomendasi dari penelitian ini dapat menjadi panduan bagi lembaga zakat, pemerintah, dan organisasi terkait lainnya dalam merancang dan menerapkan zakat digital yang efektif. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti tentang digitalisasi pembayaran zakat, perbedaannya yaitu penelitian ini meneliti mengenai pengaruh zakat digital terhadap pengentasan kemiskian, sedangkan penulis meneliti mengenai

[30] Annisa Maharani and Ade Nur Rohim, "Analisis Pemanfaatan Digital Fundraising Sebagai Strategi Mengoptimalkan Penghimpunan Zakat Penghasilan Pada Baznas DKI," *Islamic Economics and Business Review* 1, no. 1 (2022): 39–42.

bagaimana pengembangan edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[31]

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Rizkiani dan Koesmawan dengan judul "Strategi Pelaksanaan Pengumpulan Zakat, Infak, Dan Sedekah Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Baubau". Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi pengumpulan zakat, infak, dan sedekah oleh BAZNAS Kota Baubau telah menunjukkan efektivitas yang memuaskan. Mayoritas masyarakat setempat memiliki pemahaman yang baik tentang kontribusi melalui BAZNAS, dan sekitar 60% dari mereka aktif berpartisipasi dalam program pengumpulan dana. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa tantangan, termasuk perlunya peningkatan kesadaran masyarakat melalui pendidikan dan kampanye sosial. BAZNAS juga perlu mengevaluasi program-program khusus untuk membantu mereka yang kesulitan berkontribusi secara ekonomi. Selain itu, hambatan administratif dan tantangan teknologi perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti bagaimana strategi dalam mengumpukan zakat, perbedaannya yaitu penelitian ini tidak hanya meneliti pada efektivitas pengumpulan dana zakat, akan tetapi juga menjelaskan tentang hambatan-hambatan dan tantangan-tantangan yang dihadapi oleh BAZNAS dalam mendistribusikan dana, sedangkan penulis fokus terhadap bagaimana pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[32]

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Azizah Mudrikah dan Muhammad Yafiz dengan judul "Analisis Efektivitas Sistem Fundraising Berbasis Digital Banking Pada Lazismu Kota Medan". Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Muzakki yang menggunakan layanan LAZISMU kini lebih mudah menyetorkan uangnya melalui digital banking. Namun, ada

---

[31] Diana Farid et al., "Pengaruh Zakat Digital Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Era Digital," *JSE: Jurnal Sharia Economica* 2, no. 2 (2023): 4–8.

[32] Rizkiani and Koesmawan, "Strategi Pelaksanaan Pengumpulan Zakat, Infak Dan Sedekah Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Baubau," *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 10, no. 1 (2024): 79–81, https://doi.org/10.35326/pencerah.v10i1.4883.

kelemahan karena tidak semua muzakki dan munfiq memiliki akses ke digital banking, sehingga harus menggunakan celengan akhirat untuk menghimpun dana. Efektivitas penampungan zakat melalui digital banking di LAZISMU Kota Medan saat ini dinilai efektif berdasarkan analisis SWOT, karena kekuatan *(strengths)* lebih banyak dibandingkan kelemahan *(weaknesses).* Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti bagaimana strategi dalam mengumpukan zakat, perbedaannya yaitu penelitian ini fokus untuk mengetahui efektivitas digital banking pada lembaga zakat, sedangkan penulis fokus pada bagaimana pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[33]

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Salwa Hayati, Ulia Lestari, dan Nuraeda dengan judul "Strategi Pengumpulan Zakat Melalui Digital Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada Baznas Provinsi Nusa Tenggara Barat". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pengumpulan zakat melalui Digital QRIS di BAZNAS Provinsi NTB dimulai dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dari strategi ini, lalu menentukan target muzakki, menyiapkan sumber daya manusia, membangun sistem komunikasi, menyusun layanan, melakukan promosi, sosialisasi, dan edukasi, serta melakukan evaluasi. Implementasi pengumpulan zakat melalui Digital QRIS di BAZNAS Provinsi NTB melibatkan kampanye donasi, kerjasama dengan lembaga, pembuatan surat ketetapan, digitalisasi zakat, pelayanan konsultasi zakat, evaluasi, dan pelaporan. Penggunaan Digital QRIS sebagai strategi pengumpulan zakat memberikan kemudahan kepada muzakki karena mereka dapat menyumbang hanya dengan memindai kode QR, sehingga penerapan QRIS ini menjadi lebih efektif dan efisien. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti bagaimana strategi dalam mengumpukan zakat

[33] Azizah Mudrikah and Muhammad Yafiz, "Analisis Efektivitas Sistem Fundrasing Berbasis Digital Banking Pada Lazismu Kota Medan," *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 3, no. 1 (March 30, 2022): 77–78, https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i1.148.

digital, perbedaannya yaitu penelitian ini fokus pada Melalui Digital Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) dalam pengumpulan zakat, sedangkan penulis lebih fokus pada bagaimana pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[34]

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Mushtofa Lutfiyanto dengan judul "Pengembangan Inovasi Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (Zakat Inklusif)". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Zakat adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh setiap muslim yang telah memenuhi kriteria tertentu dan merupakan salah satu alat dalam ekonomi Islam untuk mendistribusikan kekayaan di antara masyarakat. Selain itu, zakat berperan dalam pengembangan ekonomi umat, yang dapat diwujudkan melalui inovasi berupa platform digital dengan model crowdfunding berbasis donasi. Dengan demikian, inovasi ini dapat menjadikan zakat lebih terintegrasi dan inklusif, disebut sebagai "zakat inklusif". Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti bagaimana pengembangan strategi dalam mengumpukan zakat inklusif, perbedaannya yaitu penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengembangan inovasi pada zakat, akan tetapi juga pada infaq dan shadaqah. Sedangkan penulis hanya fokus pada pengembangan zakat digital saja.[35]

Kesebelas, penelitian yang dilakukan oleh Kholid Musana dengan judul "Optimalisasi Pengelolaan Zakat Dengan Teknologi Blockchain". Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa adanya tantangan dan usulan strategi dalam pengelolaan zakat menggunakan teknologi blockchain. Dalam konteks ini, peran amil zakat dan muzakki menjadi sangat penting untuk memastikan pelaksanaan zakat yang berkualitas, efisien, akuntabel, dan profesional dalam

---

[34] Salwa Hayati, Ulia Lestari, and Nuraeda, "Strategi Pengumpulan Zakat Melalui Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Baznas Provinsi Nusa Tenggara Barat," *Journal of Economics and Business* 10, no. 1 (April 9, 2024): 90–95, https://doi.org/10.29303/ekonobis.v10i1.163.

[35] Ahmad Musthofa Lutfiyanto, "Pengembangan Inovasi Zakat Berbasis Digital Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (Zakat Inklusif)," *Jurnal Kajian Islam Kontemporer (JURKAM)* 1, no. 1 (2020): 9–10.

menyalurkan zakat kepada asnaf. Penggunaan teknologi blockchain dalam pengelolaan zakat memungkinkan pelacakan status dana zakat dan membuat proses distribusi serta transaksi dana menjadi transparan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan tata kelola zakat di Indonesia dengan memberikan strategi kepada semua pemangku kepentingan zakat, termasuk pemerintah, Kementerian Agama, Baznas, organisasi masyarakat, dan lembaga pengelola zakat. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti pengoptimalan zakat digital. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini fokus pada optimalisasi dalam mengelola zakat digital dengan menggunakan teknologi blockchain, sedangkan penulis fokus pada pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[36]

Kedua belas, penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Mustaqim dan Ahmad Atabik dengan judul "The Effectiveness of Online Zakat in Community Economic Development: A Study of the Dompet Dhuafa and Rumah Zakat Websites". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan website sebagai sarana sosialisasi, pelaksanaan, dan distribusi zakat telah efektif. Transparansi dalam pengelolaan, yang diwujudkan melalui penerbitan laporan keuangan dan laporan kegiatan, menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga penggalangan dana zakat ini. Untuk mempermudah akses, beberapa pengelola zakat juga menyediakan platform berbasis smartphone, seperti aplikasi Android dan lainnya. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti tentang efektivitas zakat online. Perbedaannya yaitu pada penelitian membahas mengenai efektivitas zakat online dalam pembangunan ekonomi masyarakat dengan menggunakan kajian website dompet dhuafa dan rumah zakat, sedangkan penulis membahas mengenai pengembangan strategi

[36] Kholid Musana, "Optimalisasi Pengelolaan Zakat Dengan Teknologi Blockchain," *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2023): 77.

edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[37]

Ketiga belas, penelitian yang dilakukan oleh Sri Maulida, Budi Rahmat Hakim, Fahmi Al Amruzi, Irfan Syauqi Beik dengan judul "Problems and solutions in zakat digitalization: Evidence from South Kalimantan, Indonesia". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar lembaga zakat di Kalimantan Selatan dan sebagian besar lembaga zakat mempunyai pemahaman dan kemauan yang baik untuk beralih ke platform digital. Berdasarkan analisis permasalahan dan solusi pengelolaan zakat platform digital, penelitian ini menemukan alternatif prioritas permasalahan dan solusi bagi lembaga zakat. Topik dan solusinya meliputi sumber daya manusia, IT, manajemen keagenan serta sosialisasi dan komunikasi, muzakki, kemasyarakatan, manajemen dan digitalisasi. Secara khusus, manajemen merupakan kelompok utama permasalahan yang diprioritaskan dan sumber daya manusia merupakan kelompok utama yang menjadi prioritas penyelesaiannya. Orisinalitas – Peneliti melalui beberapa penelitian yang menjelaskan permasalahan dan teori pengelolaan zakat melalui platform digital. Namun nampaknya masih belum ada penelitian yang mengkaji permasalahan pengelolaan dana zakat melalui platform digital yang disediakan oleh lembaga zakat. Implikasi Praktis - Studi ini menunjukkan bahwa OPZ perlu merekrut tenaga IT dan pemasaran digital. Selain itu, ia memberi nasihat kepada OPZ tentang desain dan pembuatan crowdfunding, dompet elektronik, e-commerce, situs web, dan media sosial. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti mengenai zakat berbasis digital. Perbedaannya yaitu pada penelitian fokus membahas mengenai permasalahan dan solusi terkait digitalisasi zakat, sedangkan

[37] Muhamad Mustaqim, "The Effectiveness of Online Zakat in Community Economic Development: A Study of the Dompet Dhuafa and Rumah Zakat Websites," *IQTISHADIA* 15, no. 2 (2022): 344, http://dx.doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i2.

penulis fokus pada pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[38]

Kelima belas, penelitian yang dilakukan oleh Fuad Hasyim dan Muhammad Al-Farido Awwal, dan Nur Hidayah Al Amin dengan judul "ZISWAF Digital Payment as An Effort to Reach Millennials". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi TAM dan TPB dapat memprediksi peningkatan pembayaran ZISWAF di Indonesia. Responden individu merasa bahwa kemudahan yang ditawarkan mendorong mereka untuk membayar ZISWAF secara online. Efisiensi dan efektivitas menjadi alasan utama penggunaan software pembayaran online. Selain itu, promosi kerjasama yang komprehensif antara penyedia pembayaran online melalui kode QR, e-wallet, uang elektronik, perbankan dan lembaga transaksi online meningkatkan target pendapatan nasional ZISWAF. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti mengenai pembayaran digital zakat. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini berfokus pada strategi pembayaran digital untuk memaksimumkan potensi pendapatan ZISWAF di Indonesia dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan modifikasi TAM dan TPB. Sedangkan penulis fokus meneliti pada pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif.[39]

Kelima belas, penelitian yang dilakukan oleh Ivan Rahmat Santoso dengan judul "Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital di era revolusi 4.0 melalui lembaga zakat dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan zakat. Efisiensi yang lebih baik dibandingkan penghematan waktu dan berbagai kemudahan bagi

---

[38] Sri Maulida et al., "Problems and Solutions in Zakat Digitalization: Evidence from South Kalimantan, Indonesia," *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 8, no. 1 (2022): 94, https://doi.org/10.20885/jeki.vol8.iss1.art7.

[39] Fuad Hasyim, Muhammad Al-Farido Awwal, and Nur Hidayah Al Amin, "ZISWAF Digital Payment as An Effort to Reach Millennials," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 2 (2020): 183–84, https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.2.5752.

pengguna dalam pengumpulan, pendistribusian dan penggunaan layanan zakat sebagai langkah awal kebangkitan zakat. Pemerintah mengamanatkan lembaga zakat harus beradaptasi dengan perkembangan ini untuk mengakomodasi adopsi digitalisasi zakat. Struktur lembaga zakat didukung oleh sistem informasi manajemen yang terintegrasi antara sistem BAZNAS pusat dan daerah, yang dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansi penyelenggaraan zakat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat dan mendorong masyarakat untuk melakukan hal yang sama. membayar zakat.badan resmi. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti bagaimana strategi dalam mengoptimalkan zakat digital. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini berfokus pada strategi strategi optimalisasi zakat ditigal yang tujuannya untuk mengentaskan kemiskinan. Sedangkan penulis fokus pada pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital yang tujuannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.[40]

Keenam belas, penelitian yang dilakukan oleh Heri Sudarsono, Rindang Nuri Isnaini Nugrohowati, Yunice Karina Tumewang dengan judul *"*The Effect of Zakat Institution System and Government Support on Intention to Pay Zakat: Knowledge as A Moderating Variabel". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap, norma subjektif, sistem kelembagaan zakat, dan dukungan pemerintah mempengaruhi minat pemerintah dan swasta dalam membayar zakat. Namun pengetahuan sebagai variabel moderasi tidak memperkuat pengaruh sikap, sistem kelembagaan zakat dan dukungan pemerintah. Namun hal ini memperkuat standar subjektif pejabat pemerintah dan swasta dalam mempengaruhi niat membayar zakat. BAZNAS dapat bekerjasama dengan lembaga pendidikan, lembaga vokasi, dan lembaga kemasyarakatan serta memanfaatkan jejaring sosial untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang zakat. Oleh karena itu, pengetahuan tentang zakat mendukung norma dan sikap subjektif, sistem

[40] Ivan Rahmat Santoso, "Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0," *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2019): 41–47, https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.2.5752.

kelembagaan zakat, dan dukungan negara. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti tentang kesadaran masyarakat dalam membayar zakat. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini berfokus pada pengaruh sistem lembaga zakat dan dukungan pemerintah terhadap niat membayar zakat dengan pengetahuan sebagai variabel moderating dan penelitian ini menggunakan teknik analisis partial-least-square structural equation modeling (PLS-SEM) dengan model theory of reasoned action (TRA). Sedangkan penulis fokus pada pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital yang tujuannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat dan menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.[41]

Penelitian-penelitian di atas membahas tentang "Zakat Berbasis Digital" dimana hal ini membahas tentang efisiensi pengelolaan zakat berbasis digital. Sedangkan dalam penelitian ini mengkaji tentang bagaimana strategi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh Lembaga zakat di Ponorogo untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Ponorogo dalam membayar zakat yang belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya.

F. Sistematika Penulisan

Pembahasan pada penelitian ini terdiri dari enam bab yang didalamnya terdapat sub-sub bagian yang berhubungan dengan bab terkait. Enam bab tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Bab I yaitu pendahuluan. Sistematika penulisan pada bagian pendahuluan dengan judul "Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat Masyarakat Ponorogo" mencakup beberapa elemen kunci. Pertama, latar belakang masalah yang menjelaskan pentingnya zakat dan tantangan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, serta potensi

[41] Heri Sudarsono, Rindang Nuri Isnaini Nugrohowati, and Yunice Karina Tumewang, "The Effect of Zakat Institution System and Government Support on Intention to Pay Zakat: Knowledge as A Moderating Variable," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2021): 253, http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v9i2.11605.

teknologi digital dalam edukasi zakat. Kedua, rumusan masalah yang mengidentifikasi pertanyaan-pertanyaan inti penelitian dengan rumusan masalah bagaimana strateginya edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam berzakat, alasan mengapa menggunakan strategi edukasi berbasis digital, dan dampaknya. Ketiga, tujuan penelitian yang berfokus pada efektivitas strategi edukasi berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat. Keempat, manfaat penelitian yang mencakup kontribusi teoritis dan praktis bagi filantropi Islam dan lembaga zakat. Selain itu, terdapat batasan penelitian untuk menjelaskan ruang lingkup studi dan gambaran singkat metode penelitian yang digunakan. Akhirnya, sistematika penulisan menyajikan struktur keseluruhan tesis agar pembaca dapat memahami alur penelitian secara menyeluruh.

Bab II yaitu membahas kajian teori mengenai strategi edukasi, teknologi digital, dan kesadaran masyarakat. Bab ini menjelaskan teori-teori yang akan digunakan peneliti dalam menganalisis penelitian yang diangkat. Teori-teori tersebut terdiri dari tiga sub bab. Sub bab pertama terdiri dari beberapa poin yang membahas mengenai strategi edukasi yang sebelumnya dikaitkan dengan pemasaran dan promosi untuk kemudian dikaitkan dengan sub bab kedua yaitu teknologi edukasi digital. Dalam edukasi digital, ada berapa macam edukasi digital tersebut. Sedangkan sub ketiga merupakan sub bab yang membahas mengenai kesadaran masyarakat dalam membayar zakat yang juga terdiri dari beberapa poin. Nantinya, bagaimana perilaku Masyarakat dalam membayar zakat dan bagaimana polanya.

Bab III yaitu menjelaskan data terkait strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh Lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat Masyarakat Ponorogo disertai dengan analisisnya. Bab ini menjelaskan mengenai bagaimana Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital yang Telah Dilakukan oleh Lembaga Zakat di Ponorogo dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Masyarakat dimulai dengan pengantar yang menjelaskan relevansi topik dan tujuan pembahasan, diikuti oleh

deskripsi lembaga zakat di Ponorogo yang mencakup profil, visi, dan misi lembaga-lembaga yang terlibat dalam edukasi zakat. Selanjutnya, bab ini menguraikan analisis strategi edukasi digital, menjelaskan berbagai metode yang digunakan, seperti pemanfaatan media sosial, website, dan aplikasi, serta materi edukatif yang disampaikan. Konteks dan adaptasi terhadap karakteristik masyarakat Ponorogo juga dijelaskan, menggambarkan bagaimana lembaga zakat menyesuaikan pendekatannya dengan budaya dan tingkat literasi digital masyarakat setempat.

Bab IV yaitu menjelaskan data terkait alasan Lembaga zakat di Ponorogo melakukan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran zakat Masyarakat Ponorogo disertasi dengan analisisnya. Sistematika penulisan dalam bab Alasan Lembaga Zakat di Ponorogo Melakukan Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Masyarakat dimulai dengan pengantar yang memperkenalkan konteks dan urgensi penggunaan strategi digital dalam edukasi zakat, diikuti oleh latar belakang yang menjelaskan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat Ponorogo serta tingkat kesadaran zakat yang ada. Selanjutnya, bab ini menguraikan faktor-faktor yang mendasari lembaga zakat dalam menerapkan strategi digital, seperti perkembangan teknologi informasi, karakteristik demografis masyarakat, dan perubahan perilaku generasi muda yang lebih aktif dalam dunia digital. Bagian analisis kebijakan menjelaskan bagaimana lembaga zakat merumuskan strategi digital yang sesuai untuk menjangkau audiens secara efektif. Selain itu, terdapat implementasi dari lembaga zakat yang menunjukkan keberhasilan penggunaan strategi digital, disertai data yang mendukung peningkatan kesadaran zakat. Bab ini ditutup dengan kesimpulan yang merangkum alasan-alasan utama lembaga zakat dalam mengadopsi strategi edukasi digital dan dampaknya terhadap kesadaran zakat masyarakat di Ponorogo.

Bab V yaitu menjelaskan data terkait dampak dari edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat Ponorogo. Sistematika penulisan

dalam bab ini dimulai dengan pengantar yang menjelaskan pentingnya mengevaluasi dampak dari strategi edukasi zakat digital. Selanjutnya, bab ini menguraikan metodologi penelitian yang digunakan untuk mengukur dampak, termasuk teknik pengumpulan data seperti survei, wawancara, dan analisis statistik. Kemudian, bagian analisis hasil menyajikan data dan temuan terkait perubahan tingkat kesadaran zakat masyarakat setelah penerapan edukasi digital, mencakup indikator-indikator seperti peningkatan pemahaman tentang zakat, partisipasi dalam program zakat, dan respons masyarakat terhadap kampanye digital. Selain itu, bab ini juga membahas dampak jangka panjang yang mungkin terjadi, seperti perubahan sikap masyarakat terhadap zakat dan peningkatan kontribusi zakat secara keseluruhan. Pada bagian akhir, bab ini disimpulkan dengan ringkasan dampak utama yang teridentifikasi, serta rekomendasi untuk pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital yang lebih efektif di masa depan.

Bab VI berisi penutup. Sistematika penulisan dalam bab Penutup dengan judul Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital yang Telah Dilakukan oleh Lembaga Zakat di Ponorogo dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Masyarakat dimulai dengan ringkasan temuan utama dari penelitian yang menyoroti efektivitas strategi edukasi zakat digital dan dampaknya terhadap kesadaran zakat masyarakat Ponorogo. Selanjutnya, bab ini menyajikan kesimpulan yang mencakup jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian, menekankan pentingnya inovasi digital dalam konteks filantropi Islam. Kemudian, terdapat rekomendasi yang ditujukan kepada lembaga zakat dan pemangku kepentingan lainnya mengenai langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan strategi edukasi digital, termasuk pengembangan konten yang lebih menarik dan peningkatan keterlibatan masyarakat. Bab ini diakhiri dengan refleksi tentang pentingnya kesadaran zakat dalam pembangunan sosial dan ekonomi, serta harapan untuk penelitian lanjutan yang dapat menggali lebih dalam tentang dampak jangka panjang dari strategi edukasi zakat berbasis digital.

BAB II
STRATEGI EDUKASI DIGITAL DAN KESADARAN ZAKAT

A. Strategi Edukasi Digital

1. Definisi Strategi Edukasi

Strategi Edukasi dalam pemasaran merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang produk atau layanan sehingga mereka lebih memahami manfaat, keunggulan, dan cara penggunaannya.[42] Edukasi dalam pemasaran berfokus pada menciptakan nilai bagi pelanggan dengan cara memberikan informasi yang relevan, mendidik mereka tentang produk, dan membantu mereka membuat keputusan yang lebih tepat. Berikut adalah beberapa strategi edukasi yang efektif dalam pemasaran:[43]

a. Konten edukatif yaitu membuat konten yang memberikan informasi bermanfaat dan relevan bagi konsumen. Contoh strategi ini meliputi:
   (1) Artikel dan Blog yang menulis konten yang menjelaskan fitur dan manfaat produk, serta memberikan solusi atas masalah yang dihadapi konsumen.
   (2) Infografis yaitu menyajikan informasi dalam bentuk visual yang mudah dipahami, sehingga konsumen dapat mempelajari produk secara lebih cepat.
   (3) Video Edukasi yaitu dengan menggunakan video untuk menjelaskan cara kerja produk atau layanan, tutorial penggunaan, serta keunggulan produk.
b. Webinar dan *Workshop* yaitu berfokus pada topik yang terkait dengan produk atau layanan. Ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam melalui interaksi langsung dengan perusahaan.

---

[42] Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Pearson, 2016).

[43] Ika Widiastuti and Sri Mulyono, "Optimalisasi Pemberdayaan Pelaku Umkm Desa Margaluyu Melalui Edukasi Marketing Digital," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2024): 52–55.

(1) Webinar Langsung yaitu mengadakan sesi edukasi interaktif di mana konsumen dapat mengajukan pertanyaan.

(2) Kursus Online yaitu dengan menyediakan kursus singkat yang memberikan wawasan mengenai cara menggunakan produk dengan lebih efisien.

c. Media Sosial Edukatif yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai platform untuk menyampaikan konten edukatif secara menarik dan interaktif. Strategi ini mencakup:

(1) Postingan Informasi yang membagikan informasi singkat dan padat mengenai produk, tren, atau tips penggunaan.

(2) *Live Streaming* yaitu dengan mengadakan sesi live di media sosial di mana pelanggan dapat belajar langsung dari brand atau influencer tentang produk.

2. Definisi Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital

Strategi Edukasi Zakat Digital adalah suatu pendekatan sistematis yang menggabungkan teknologi digital dengan metode edukasi konvensional untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang zakat, mendorong kesadaran berzakat, serta memudahkan proses pembayaran zakat. Dalam konteks ini, "digital" merujuk pada penggunaan berbagai platform dan alat online, seperti *website*, aplikasi, media sosial, dan email, untuk menyampaikan pesan-pesan edukasi tentang zakat.[44]

3. Tujuan Dan Manfaat Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital

a. Tujuan Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital

1) Meningkatkan literasi zakat

Tujuan utama dari Strategi Edukasi Zakat Digital adalah untuk meningkatkan literasi zakat di kalangan masyarakat.[45] Melalui berbagai platform digital, strategi ini bertujuan memberikan

[44] Verdianti and Puja, "Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat Terhadap Efektivitas Dalam Pengumpulan Zakat Pada Baznas Kalbar," *AKTIVA: Journal of Accountancy and Management* 1, no. 1 (2023): 46–51.

[45] Riki Walian Dani et al., "Literasi Informasi Dalam Pembayaran Zakat Digital Melalui Aplikasi KitaBisa Di Desa Payakabung, Indralaya Utara, OganIlir," *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 139–40.

pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai hukum, rukun, serta jenis-jenis zakat. Dengan demikian, diharapkan masyarakat tidak hanya mengetahui kewajiban berzakat, tetapi juga memahami secara detail bagaimana cara menghitung, membayar, dan mendistribusikan zakat. Pemahaman yang baik akan mendorong kesadaran berzakat yang lebih tinggi dan memaksimalkan manfaat zakat bagi penerima manfaat.

2) Membangun kesadaran berzakat

Selain meningkatkan literasi, Strategi Edukasi Zakat Digital juga bertujuan untuk membangun kesadaran berzakat di kalangan masyarakat. Melalui berbagai konten edukasi yang menarik dan interaktif, strategi ini berupaya menumbuhkan kesadaran akan kewajiban berzakat sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab sosial.[46] Kampanye-kampanye digital yang kreatif akan menyoroti berbagai manfaat berzakat, baik bagi individu yang membayar zakat (seperti memperoleh keberkahan, ketenangan hati, dan peningkatan rezeki) maupun bagi masyarakat secara keseluruhan (seperti mengurangi ketimpangan sosial, membantu mustahik, dan mendorong pertumbuhan ekonomi). Dengan demikian, diharapkan masyarakat tidak hanya memahami teori zakat, tetapi juga termotivasi untuk melaksanakannya secara konsisten.

3) Memudahkan pembayaran zakat

Dengan memanfaatkan teknologi digital, masyarakat dapat menyalurkan zakatnya dengan lebih praktis dan efisien.[47] Berbagai saluran pembayaran zakat yang mudah, cepat, dan aman disediakan melalui platform digital seperti *website,* aplikasi mobile, dan gateway pembayaran online. Kemudahan ini diharapkan dapat

[46] Muhammad Rizaludin As, "Peran Digitalisasi Zakat Dalam Peningkatan Fundraising Dan Jumlah Muzakki Di Indonesia," *TADABBUR: JURNAL INTEGRASI KEILMUAN* 1, no. 1 (2022): 19–25.

[47] Kasri and Yuniar, "Determinants of Digital Zakat Payments: Lessons from Indonesian Experience," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 12, no. 3 (2021): 362–79.

mendorong lebih banyak orang untuk menunaikan zakatnya secara tepat waktu. Selain itu, dengan adanya transparansi dalam proses pembayaran, masyarakat akan merasa lebih aman dan percaya terhadap pengelolaan zakat yang mereka tunaikan.

4) Meningkatkan kepercayaan Masyarakat

Tujuan penting dari Strategi Edukasi Zakat Digital adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat**.** Untuk mencapai hal ini, strategi ini menekankan pentingnya transparansi dalam pengelolaan zakat. Melalui platform digital, lembaga amil zakat dapat memberikan laporan pertanggungjawaban secara berkala kepada masyarakat. Laporan ini berisi informasi detail mengenai jumlah zakat yang terkumpul, alokasi dana, serta dampak yang dihasilkan dari penyaluran zakat. Dengan adanya transparansi ini, masyarakat dapat melihat secara langsung bagaimana zakat yang mereka tunaikan digunakan dan dimanfaatkan untuk membantu mereka yang membutuhkan. Selain itu, lembaga amil zakat juga dapat memanfaatkan platform digital untuk melakukan live streaming atau kunjungan virtual ke lokasi penyaluran zakat, sehingga masyarakat dapat melihat secara langsung bagaimana program-program zakat dilaksanakan.[48]

b. Manfaat Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital

1) Meningkatkan akses informasi

Strategi Edukasi Zakat Digital secara signifikan meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi tentang zakat. Melalui berbagai platform digital seperti *website*, aplikasi, dan media sosial, masyarakat dapat dengan mudah dan cepat memperoleh informasi yang luas dan mendalam mengenai hukum, rukun, jenis-jenis zakat,

[48] A. Irhamsyah, "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*, 2019, 8.

serta tata cara pembayaran dan penyalurannya.[49] Keunggulan utama dari akses informasi digital ini adalah akurasi dan relevansi informasi yang disampaikan. Karena bersumber dari lembaga-lembaga amil zakat yang terpercaya, informasi yang diberikan dapat diandalkan dan selalu diperbarui. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan pemahaman yang benar dan terkini tentang zakat, sehingga dapat menjalankan kewajiban agamanya dengan lebih baik.

2) Informasi yang lebih komprehensif

Strategi Edukasi Zakat Digital memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi tentang zakat secara lebih komprehensif. Melalui platform digital, masyarakat tidak hanya mendapatkan pemahaman dasar tentang zakat, tetapi juga dapat menggali lebih dalam berbagai aspek terkait zakat.[50] Mulai dari pengertian zakat yang mencakup tujuan dan hikmahnya, hingga rincian hukum zakat yang meliputi syarat wajib, objek zakat, dan nisab. Selain itu, masyarakat juga dapat mengetahui berbagai jenis zakat yang ada, seperti zakat fitrah, zakat maal, dan zakat profesi, beserta tata cara perhitungan dan pembayarannya. Informasi yang disajikan pun tidak hanya bersifat umum, tetapi juga mencakup penjelasan yang lebih detail mengenai aspek-aspek tertentu dari zakat, misalnya ketentuan zakat bagi pengusaha, petani, atau peternak. Dengan demikian, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang menyeluruh dan mendalam tentang zakat, sehingga mampu menjalankan kewajiban agamanya dengan lebih baik.

---

[49] Dina Fornia Makarim and Muhammad Zilal Hamzah, "Peran Dan Potensi Digitalisasi Manajemen Zakat: Sebuah Systematic Literature Review," *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 463–71.

[50] Holilur Rohman, "Inovasi Pengelolaan Zakat Di Era Digital (Studi Akses Digital Dalam Pengumpulan Zakat)," *DIROSAT: Journal of Islamic Studies* 6, no. 2 (2021): 56–61.

3) Meningkatkan Transparansi

Strategi Edukasi Zakat Digital mendorong peningkatan transparansi dalam pengelolaan zakat. Melalui platform digital, lembaga amil zakat dapat memberikan laporan pertanggungjawaban yang jelas dan detail kepada masyarakat.[51] Laporan ini mencakup informasi mengenai jumlah zakat yang terkumpul, alokasi dana, serta realisasi program-program yang telah dilaksanakan. Selain itu, masyarakat juga dapat melacak penyaluran zakatnya secara real-time melalui fitur pelacakan online. Dengan adanya transparansi ini, masyarakat dapat melihat secara langsung bagaimana zakat yang mereka tunaikan digunakan dan dimanfaatkan untuk membantu mereka yang membutuhkan. Hal ini tentunya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat dan mendorong partisipasi yang lebih aktif dalam kegiatan zakat.

4) Menjangkau segmen yang lebih luas

Strategi Edukasi Zakat Digital memungkinkan penyampaian informasi zakat kepada segmen masyarakat yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi digital, informasi zakat dapat menjangkau generasi muda dan masyarakat urban yang lebih akrab dengan penggunaan perangkat digital seperti smartphone dan komputer.[52] Selain itu, melalui kerja sama dengan lembaga-lembaga di daerah, informasi zakat juga dapat disosialisasikan kepada masyarakat pedesaan yang mungkin memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi digital dapat menjembatani kesenjangan digital dan memastikan bahwa informasi zakat dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Dengan demikian, kesadaran berzakat dapat tumbuh dan berkembang di berbagai kalangan masyarakat.

---

[51] Jihan Nazila Salsabila, "Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengelolaan Zakat Di Era Digital," *JSE: Jurnal Sharia Economica* 3, no. 2 (2024): 118–22.

[52] Juliana Nasution, "Strategi Digital Fundraising Zakat Di Indonesia," *10* 2 (n.d.): 145–52.

5) Membangun kepercayaan

Strategi edukasi zakat digital berperan penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat. Dengan menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas, lembaga amil zakat dapat menunjukkan kepada masyarakat bahwa zakat yang terkumpul dikelola dengan baik dan digunakan secara efektif untuk membantu mereka yang membutuhkan. Melalui platform digital, masyarakat dapat mengakses informasi yang transparan mengenai pengelolaan zakat, mulai dari proses pengumpulan hingga penyaluran dana. Selain itu, masyarakat juga dapat melihat secara langsung dampak positif dari zakat yang mereka tunaikan melalui laporan kegiatan dan testimoni dari penerima manfaat. Ketika masyarakat merasa yakin bahwa zakatnya disalurkan dengan tepat dan bermanfaat, maka kepercayaan mereka terhadap lembaga amil zakat akan semakin meningkat. Hal ini akan mendorong masyarakat untuk lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan zakat dan mendukung program-program kemanusiaan yang diselenggarakan oleh lembaga amil zakat.

6) Efisiensi Biaya

Strategi edukasi zakat digital memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi biaya operasional lembaga amil zakat. Dengan memanfaatkan teknologi digital, berbagai proses administrasi seperti pengumpulan data, pencatatan transaksi, dan pembuatan laporan dapat dilakukan secara otomatis dan efisien.[53] Hal ini tidak hanya menghemat waktu dan tenaga, tetapi juga mengurangi biaya operasional yang sebelumnya harus dikeluarkan untuk mencetak dokumen, mengirim surat, dan membayar tenaga kerja administrasi. Efisiensi biaya yang diperoleh ini memungkinkan lembaga amil zakat untuk mengalokasikan dana zakat secara lebih efektif untuk program-program penyaluran. Dana yang sebelumnya

[53] Ibid.

digunakan untuk kegiatan administrasi dapat dialihkan untuk membantu lebih banyak mustahik dan meningkatkan dampak sosial dari program-program zakat. Dengan demikian, penggunaan teknologi digital tidak hanya menguntungkan lembaga amil zakat, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat yang membutuhkan.

4. Peran Strategi Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat

Peran strategi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat sangat penting, terutama dalam konteks edukasi sosial seperti zakat. Strategi edukasi yang baik memungkinkan penyampaian informasi dan pembentukan pemahaman yang efektif sehingga masyarakat lebih mudah memahami, menghayati, dan mempraktikkan nilai-nilai yang ingin disampaikan. Berikut adalah beberapa peran strategi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat:

a. Mengidentifikasi Kebutuhan dan Minat Masyarakat

Strategi edukasi membantu dalam memahami karakteristik, kebutuhan, dan minat masyarakat sebagai audiens yang dituju. Dengan identifikasi ini, konten edukasi dapat disesuaikan agar relevan dan menarik bagi mereka. Dalam konteks zakat, strategi ini membantu memahami sejauh mana masyarakat mengetahui konsep zakat, jenis-jenisnya, dan manfaatnya, sehingga materi yang disampaikan dapat mengatasi pemahaman yang kurang atau kesalahpahaman yang ada.

b. Memilih Metode dan Media yang Tepat

Strategi yang baik membantu dalam menentukan metode dan media yang paling sesuai untuk menjangkau masyarakat. Pemilihan media yang efektif, misalnya media sosial, video pendek, atau infografis, akan membuat informasi lebih mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat. Dalam edukasi zakat, misalnya, menggunakan video singkat dengan kisah-kisah inspiratif atau infografis sederhana dapat membantu menjelaskan kewajiban zakat dan dampaknya pada masyarakat.

c. Meningkatkan Keterlibatan dan Partisipasi Masyarakat

Strategi edukasi juga berperan dalam menciptakan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses belajar. Keterlibatan ini bisa berupa diskusi, simulasi, atau kegiatan interaktif lainnya yang mendorong masyarakat untuk berpikir, bertanya, dan memahami lebih dalam. Dalam edukasi zakat, strategi seperti kampanye interaktif atau webinar memungkinkan masyarakat untuk bertanya dan memperoleh informasi yang lebih jelas tentang zakat, sehingga mereka lebih memahami dan terdorong untuk ikut serta.

d. Membantu Menginternalisasi Nilai-Nilai Positif

Edukasi tidak hanya tentang penyampaian informasi tetapi juga internalisasi nilai-nilai. Strategi yang efektif akan membantu masyarakat menghayati dan menginternalisasi nilai-nilai zakat sebagai bentuk kebaikan sosial dan kewajiban agama. Dengan pendekatan emosional atau narasi inspiratif, misalnya, masyarakat bisa memahami bahwa zakat adalah bagian penting dari kehidupan yang dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkan, sehingga mereka terdorong untuk berzakat.

e. Memudahkan Pemahaman Melalui Penyederhanaan Informasi

Informasi yang terlalu kompleks dapat menjadi penghambat bagi masyarakat untuk memahami dan menyadari pentingnya suatu konsep. Strategi edukasi yang baik akan menyederhanakan konsep-konsep yang sulit menjadi lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Dalam edukasi zakat, prinsip-prinsip dan perhitungan zakat yang kadang sulit dipahami bisa disajikan dengan infografis, contoh praktis, atau simulasi yang mempermudah pemahaman masyarakat tentang kapan dan bagaimana harus berzakat.

f. Membangun Sikap dan Perilaku Positif

Strategi edukasi yang efektif juga membantu membentuk sikap dan perilaku positif yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang konsisten dan konten yang mendalam, masyarakat akan lebih

termotivasi untuk mengubah sikap dan perilaku mereka. Dalam hal zakat, strategi edukasi yang berkelanjutan dapat membangun kebiasaan berzakat secara rutin dan menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial dalam membantu sesama.

g. Mengatasi Hambatan Sosial dan Budaya

Strategi edukasi juga memainkan peran dalam mengatasi hambatan sosial dan budaya yang mungkin menghalangi penerimaan atau pemahaman terhadap suatu konsep. Dalam edukasi zakat, misalnya, mungkin ada persepsi yang keliru bahwa zakat hanya untuk mereka yang memiliki banyak harta. Dengan strategi yang mengedepankan sosialisasi dan pelurusan persepsi, misalnya melalui kisah sukses penerima zakat atau testimoni, masyarakat bisa lebih terbuka dan memahami konsep yang sebenarnya.

5. Tantangan dan Peluang dalam Implementasi Strategi Edukasi

Implementasi strategi edukasi dalam masyarakat seringkali menghadapi tantangan khusus, namun juga menawarkan berbagai peluang untuk sukses. Berikut adalah tantangan dan peluang yang dapat muncul dalam konteks ini:[54]

a. Tantangan dalam Implementasi Strategi Edukasi di Masyarakat

1) Keragaman Sosial dan Budaya

Masyarakat seringkali terdiri dari kelompok dengan latar belakang budaya, bahasa, dan nilai yang berbeda. Hal ini bisa menyebabkan kesulitan dalam merancang materi edukasi yang relevan dan diterima oleh semua kelompok.

[54] Muhammad Saiful Anwar, "Ketimpangan Aksesibilitas Pendidikan Dalam Perpsektif Pendidikan Multikultural," *FOUNDASIA* 13, no. 1 (2022): 3, http://journal.uny.ac.id/index.php/foundasia/index.

2) Keterbatasan Akses dan Infrastruktur

Banyak di daerah-daerah, terutama pedesaan atau terpencil, akses terhadap fasilitas pendidikan, teknologi, dan sumber daya bisa sangat terbatas.

3) Kesenjangan Ekonomi

Ketimpangan ekonomi di masyarakat dapat menyebabkan perbedaan dalam akses terhadap pendidikan, serta kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar yang menghambat partisipasi dalam program edukasi.

4) Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Tenaga Pendidik Tantangan: Tenaga pendidik atau fasilitator mungkin tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan yang memadai untuk menyampaikan materi dengan efektif, terutama dalam konteks masyarakat yang spesifik.

b. Peluang dalam Implementasi Strategi Edukasi di Masyarakat

1) Partisipasi aktif masyarakat yang melibatkan anggota masyarakat secara langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan program edukasi dapat meningkatkan relevansi dan keberhasilan program. Dengan hal itu, asyarakat merasa lebih memiliki program dan lebih mungkin untuk terlibat aktif serta menerapkan pengetahuan yang didapat.[55]

2) Penerapan teknologi yang terjangkau seperti ponsel pintar dan aplikasi berbasis SMS, dapat digunakan untuk menjangkau masyarakat yang memiliki akses terbatas ke teknologi canggih. Teknologi ini dapat memperluas jangkauan program edukasi dan memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dengan peserta.

3) Pemberdayaan dan keterlibatan komunitas dapat membangun kapasitas komunitas melalui pelatihan dan pemberdayaan dapat menciptakan pemimpin lokal yang dapat melanjutkan dan memperluas program edukasi. Keterlibatan komunitas meningkatkan

[55] Ibid.

keberlanjutan program dan membantu mengatasi tantangan lokal dengan solusi yang sesuai.

4) Kolaborasi dengan organisasi dan lembaga peluang yang bekerja sama dengan organisasi non-pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan sektor privat dapat menyediakan sumber daya tambahan dan memperluas cakupan program edukasi. Kolaborasi ini dapat membawa dukungan finansial, teknologi, dan keahlian yang diperlukan untuk menjalankan program dengan lebih efektif.
5) Penggunaan Media Massa dan Sosial dapat digunakan untuk menyebarluaskan informasi secara luas dengan biaya yang relatif rendah dan dapat menjangkau audiens yang lebih besar. Penggunaan media ini memungkinkan penyebaran pesan edukasi yang cepat dan efektif kepada berbagai segmen masyarakat.

6. Difusi Inovasi *(Diffusion of Innovation Theory)*

Artikel berjudul *The People's Choice* yang ditulis oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan H. Gaudet pada tahun 1944 menjadi tonggak awal lahirnya teori difusi inovasi. Teori ini menyatakan bahwa komunikator yang menerima pesan dari media massa memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini orang lain. Oleh karena itu, inovasi atau penemuan yang disebarluaskan melalui media massa dapat memberikan dampak signifikan dalam mendorong masyarakat untuk mengadopsinya.[56]

Pada tahap awal perkembangannya, teori ini menekankan peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Dengan kata lain, media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan inovasi atau penemuan baru, terutama jika informasi tersebut didukung dan diteruskan oleh tokoh masyarakat. Namun, dalam beberapa kasus, difusi inovasi juga dapat langsung menjangkau khalayak

[56] E. M. Rogers, *Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th Ed.). New York: Free Press.* (New York: Free Press., 2003).

luas. Menurut Rogers dan Shoemaker (1971), difusi merupakan proses penyebaran suatu penemuan kepada anggota dalam suatu sistem sosial.[57]

Rogers (1995) mengidentifikasi empat teori utama yang berkaitan dengan difusi inovasi, yaitu:[58]

a. Teori Proses Keputusan Inovasi

Teori ini berfokus pada tahapan adopsi inovasi yang berlangsung secara bertahap, yaitu:

1) Pengetahuan: Individu mengenal inovasi untuk pertama kalinya.
2) Persuasi: Mereka mempertimbangkan manfaat inovasi.
3) Keputusan: Individu menentukan apakah akan mengadopsi inovasi atau tidak.
4) Implementasi: Jika diadopsi, inovasi mulai diterapkan.
5) Konfirmasi: Individu menilai kembali keputusan mereka dan menentukan apakah akan terus menggunakan inovasi.

b. Teori Inovasi Individu

Teori ini berhubungan dengan siapa yang mengadopsi inovasi dan kapan mereka melakukannya. Kurva berbentuk lonceng digunakan untuk menggambarkan pola adopsi inovasi dalam suatu masyarakat.

c. Teori Tingkat Adopsi

Teori ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi inovasi mengikuti pola S-curve, di mana adopsi dimulai secara perlahan, kemudian meningkat dengan cepat sebelum akhirnya mencapai kestabilan dan mulai menurun.

d. Teori Atribut Persepsi

Teori ini menyatakan bahwa individu cenderung mengadopsi suatu inovasi jika inovasi tersebut memiliki:

1) Keunggulan dibandingkan metode sebelumnya.
2) Kesesuaian dengan nilai dan kebiasaan yang ada.
3) Kemudahan dalam pemahaman dan penggunaan.

---

[57] Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), 187–88.

[58] Rogers, *Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th Ed.). New York: Free Press.*

4) Kemungkinan untuk diuji coba sebelum diadopsi penuh.
5) Manfaat yang dapat diamati secara langsung.

Rogers (1995) mendefinisikan difusi inovasi sebagai proses penyebaran inovasi melalui saluran komunikasi dalam suatu sistem sosial dari waktu ke waktu. Ia menggambarkan inovasi sebagai gagasan, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu. Menurutnya, teknologi bukan hanya sekadar alat fisik, tetapi juga mencakup informasi yang membantu mengurangi ketidakpastian dalam mencapai suatu tujuan. Teknologi sendiri terdiri dari dua aspek, yaitu *hardware* (peralatan fisik) dan *software* (informasi yang mendukung penggunaan alat tersebut).[59]

Teori ini membagi proses adopsi inovasi ke dalam lima tahap utama:[60]

a. Pengetahuan *(Knowledge)*

Pada tahap ini, individu atau masyarakat pertama kali mengenal keberadaan FinTech, misalnya melalui media sosial, iklan, atau rekomendasi dari teman. Mereka mulai memahami bahwa ada layanan keuangan berbasis digital seperti dompet elektronik (*e-wallet*), pembayaran digital, investasi online, atau crowdfunding.

b. Persuasi *(Persuasion)*

Setelah mengetahui tentang FinTech, masyarakat mulai tertarik dan mencari informasi lebih lanjut. Mereka mempertimbangkan manfaatnya, seperti kemudahan transaksi tanpa uang tunai, keamanan data, serta efisiensi waktu dan biaya.

c. Keputusan *(Decision)*

Pada tahap ini, individu memutuskan apakah akan menggunakan layanan FinTech atau tidak. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kenyamanan penggunaan, kepercayaan terhadap sistem, dan rekomendasi dari pengguna lain.

---

[59] Ibid.
[60] Mailin Mailin et al., "Teori Media/Teori Difusi Inovasi," *Jurnal Guru Kita PGSD* 6, no. 2 (March 12, 2022): 168, https://doi.org/10.24114/jgk.v6i2.31905.

d. Implementasi *(Implementation)*

Jika seseorang memilih untuk mengadopsi FinTech, mereka mulai menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari, seperti melakukan pembayaran digital, investasi, atau transfer dana melalui aplikasi perbankan online.

e. Konfirmasi *(Confirmation)*

Setelah menggunakan layanan FinTech, individu akan mengevaluasi apakah keputusan mereka memberikan manfaat nyata. Jika pengalaman mereka positif, misalnya, transaksi lebih cepat dan aman, mereka akan terus menggunakannya. Sebaliknya, jika ada kendala seperti sulitnya akses atau biaya yang tinggi, mereka mungkin berhenti menggunakannya.

7. FinTech *(Financial Technology)*

Financial Technology (FinTech) adalah integrasi antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari sistem tradisional menjadi lebih modern.[61] Jika sebelumnya transaksi keuangan harus dilakukan secara langsung dengan membawa uang tunai, kini pembayaran dapat dilakukan secara digital dalam waktu singkat tanpa perlu pertemuan tatap muka. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan Fintech sebagai inovasi dalam sektor jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi. Umumnya, produk Fintech berupa sistem yang dirancang untuk mengoperasikan mekanisme keuangan tertentu. Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD), layanan keuangan digital merupakan aktivitas yang memanfaatkan teknologi berbasis mobile atau web dalam sistem pembayaran dan layanan keuangan. Kegiatan ini dilakukan melalui kerja sama dengan pihak ketiga untuk mendukung inklusi keuangan.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa FinTech merupakan inovasi dalam layanan

[61] Zulfa Qur'anisa, "Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital: Studi Literatur," *GEMILANG: GEMILANG* 4, no. 3 (2024): 99–114.

digital yang menawarkan produk keuangan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

Adapun jenis-jenis FinTech yaitu:[62]

a. *Payment Gateway* dan *Digital Payment*

FinTech dalam kategori ini berfokus pada sistem pembayaran digital yang memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara cepat, aman, dan tanpa uang tunai. Adapun contohnya yaitu:

1) *Payment Gateway:* Midtrans, Xendit, Doku (memfasilitasi pembayaran di e-commerce dan bisnis online).
2) Dompet Digital *(E-Wallets):* OVO, GoPay, Dana, LinkAja, ShopeePay.
3) QRIS *(Quick Response Code Indonesian Standard):* Standarisasi pembayaran digital di Indonesia.

b. *Peer-to-Peer Lending* (P2P Lending)

Jenis FinTech ini memungkinkan individu atau bisnis kecil mendapatkan pinjaman tanpa melalui perbankan konvensional. Platform P2P Lending menghubungkan peminjam dengan investor atau pemberi pinjaman. Contoh Platform yaitu KoinWorks, Modalku, Investree, Akseleran.

c. *Crowdfunding* (Penggalangan Dana Digital)

Crowdfunding adalah metode penggalangan dana dari banyak orang melalui platform digital, baik untuk bisnis, sosial, amal, maupun proyek kreatif. Contoh Platform yaitu Kitabisa, BenihBaik, GoFundMe, GandengTangan.

d. *Wealth Technology* (WealthTech) - Manajemen Investasi Digital

WealthTech menyediakan layanan digital untuk membantu pengguna mengelola investasi dan keuangan secara otomatis. Adapun contoh platform nya yaitu:

1) Investasi Saham & Reksadana: Bibit, Bareksa, Ajaib, Stockbit.

[62] Hadi Purwanto, Delfi Yandri, and Maulana Prawira Yoga, "Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat," *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2022): 80–91.

2) Robo-Advisor: Aplikasi yang memberikan rekomendasi investasi berbasis AI.

e. *Digital Banking* (Neobank) - Bank Tanpa Cabang

Neobank adalah layanan perbankan digital yang beroperasi tanpa kantor fisik, di mana semua transaksi dilakukan melalui aplikasi mobile. Contoh Neobank di Indonesia: Jenius (BTPN), Bank Jago, Blu by BCA, Line Bank.

B. Teknologi Digital

1. Pengertian Teknologi Digital

Teknologi digital memungkinkan individu untuk berkomunikasi dan mengakses informasi dengan cepat. Peranan teknologi sangat krusial karena kemajuannya mendorong aktivitas pemasaran online. Teknologi adalah pendekatan rasional yang meningkatkan efisiensi dalam semua aktivitas manusia.[63] Digital merupakan cara yang kompleks dan fleksibel untuk menjadikan sesuatu menjadi inti dalam kehidupan manusia. Digital sangat terkait dengan media karena ia adalah alat elektronik yang menampilkan gambar visual.

Teknologi digital adalah sebuah alat yang beroperasi tanpa memerlukan banyak tenaga manusia dan cenderung menggunakan sistem otomatis yang dapat terhubung dengan semua komputer. Literasi teknologi digital juga membawa berbagai implikasi terkait kesadaran penggunaan digital, termasuk dampak sosial seperti menciptakan ruang publik virtual dan mempercepat transmisi informasi. Hampir setiap hari, manusia berinteraksi dengan berbagai teknologi digital mulai dari internet hingga *smartphone*. Perkembangan teknologi digital memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi terkait pembayaran secara online.[64]

---

[63] Yusuf Hadi Miarso, *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 131.

[64] Diah Ajeng Purwani, *Pemberdayaan Era Digital* (Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2021), 16.

Teknologi digital adalah teknologi yang memanfaatkan sistem komputerisasi yang terkoneksi dengan internet. Menurut beberapa ahli, teknologi digital memiliki beberapa pengertian, yaitu:

a. *Digital Technologies Agency* (Australia) mengartikan teknologi digital sebagai teknologi yang menggunakan sinyal digital untuk menciptakan, mengubah, dan mengirimkan informasi secara efisien dan aman.
b. Menurut *International Telecommunication Union* (ITU), teknologi digital mencakup semua teknologi yang menggunakan sinyal digital, termasuk dalam komunikasi nirkabel, telepon seluler, satelit, dan teknologi jaringan lainnya.
c. Karl Heinz Brandenburg, seorang ahli audio digital terkenal, mendefinisikan teknologi digital sebagai teknologi yang memungkinkan kompresi, penyimpanan, dan transmisi sinyal audio dalam format digital.
d. David Crystal, seorang ahli bahasa terkenal, menganggap teknologi digital sebagai alat yang meningkatkan interaksi manusia dalam komunikasi, pengajaran, dan pembelajaran.[65]
e. Techopedia mengacu pada teknologi digital sebagai berbagai jenis teknologi yang menggunakan data digital yang diproses secara elektronik, umumnya di dalam komputer atau perangkat elektronik lainnya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa teknologi digital adalah penggunaan sinyal digital untuk membuat, mengubah, dan mengirimkan informasi dengan efisien, serta memiliki peran vital dalam interaksi sosial, komunikasi, dan penyimpanan data dalam bentuk digital.

[65] David Crystal, *Language and the Internet* (Cambridge: Cambridge University Press, 2001).

2. Fungsi dan Peran Teknologi Digital

Berikut ini fungsi dan peran dari teknologi digital diantaranya:[66]

a. Teknologi digital sebagai sarana pemasaran

Perkembangan teknologi digital yang semakin maju mempermudah perusahaan dalam memasarkan produknya dengan lebih efisien. Teknologi ini menjanjikan prospek yang menarik dalam pemasaran produk melalui aplikasi beragam dan penelitian pemasaran yang sesuai dengan produk yang dijual. Penggunaan teknologi digital juga memungkinkan mencapai semua wilayah yang terkoneksi internet dan dapat berkontribusi dalam meningkatkan jumlah muzaki dan penggalangan dana.[67]

1) Untuk memudahkan pekerjaan

Teknologi digital memungkinkan orang untuk bekerja dengan lebih fleksibel, baik itu di mana dan kapan saja. Beberapa manfaat dari teknologi digital dalam mempermudah pekerjaan antara lain pengiriman pesan melalui email, transfer data, pencarian informasi, serta pengiriman, penyimpanan, dan penyajian informasi.[68]

2) Teknologi telah menciptakan jenis pekerjaan baru yang belum ada sebelumnya, seperti di bidang teknologi informasi, pengembangan aplikasi, dan keamanan siber. Selain itu, teknologi juga memungkinkan fleksibilitas dalam bekerja dan bekerja dari lokasi yang jauh, yang memberikan kesempatan bagi individu di daerah terpencil atau mereka yang memiliki keterbatasan mobilitas.

Dari manfaat dan peran teknologi digital di atas, dapat disimpulkan bahwa teknologi ini memainkan peran kunci dalam pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah. Teknologi digital memfasilitasi muzaki untuk menyumbangkan zakat, infak, dan sedekah

---

[66] Wildan Mahendra Ardiansyah, "Peran Teknologi Dalam Transformasi Ekonomi Dan Bisnis Di Era Digital," *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis* 1, no. 1 (2023): 13, : https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb.

[67] Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Di Era Digital* (Jakarta: CV Prisani Cendikia, 2014).

[68] Eddy Yunus, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2016), 9.

tanpa perlu datang ke kantor secara langsung. Selain itu, teknologi digital efektif sebagai alat untuk memperkenalkan lembaga tersebut kepada masyarakat secara luas.

3. Jenis-jenis Teknologi Digital

Ada beberapa jenis tempat pemasaran melalui teknologi digital (internet) antara lain yaitu:[69]

a. *Website*

Website merupakan bagian dari teknologi digital yang memungkinkan pembuatan dokumen secara lokal maupun jarak jauh. Dokumen di dalamnya biasanya disebut sebagai halaman web dan dilengkapi dengan tautan. Website dapat diakses dan dilihat melalui berbagai browser seperti Internet Explorer dan lainnya. Di era digital ini, hampir semua produk dan layanan memiliki website untuk menjangkau audiens pengguna internet yang lebih luas. Desain website yang efektif bergantung pada elemen-elemen dasar seperti teks, gambar, animasi, serta tata letak yang rapi, sehingga menyajikan informasi yang menarik bagi pengunjung.

b. Media Sosial *(Facebook, Twitter, Whatsapp, Tiktok, Instagram)*

Media sosial adalah platform di Internet yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan diri, berinteraksi secara virtual, berkolaborasi, berbagi konten, berkomunikasi dengan orang lain, serta membangun hubungan sosial. Media sosial menjadi sarana komunikasi online yang memfasilitasi pengguna untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi konten melalui berbagai aplikasi seperti *Facebook, Twitter,* dan lain-lain, serta memudahkan mereka untuk berhubungan dengan teman dan keluarga, baik yang dekat maupun jauh, di seluruh dunia.[70]

---

[69] Didin Hadi Saputra, *Digital Marketing : Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah* (Yayasan Kita Menulis, 2020), 27.

[70] Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perpektif Komunikasi Budaya Dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosa Rektama Media, 2015), 15.

c. Aplikasi *Mobile*

Aplikasi mobile adalah perangkat lunak yang dibuat khusus untuk platform seluler seperti iOS, Android, atau *Windows Mobile*. Biasanya, aplikasi ini dapat diunduh melalui sistem operasi seluler seperti Google Play untuk Android, *Apple App Store*, dan platform lainnya. Ada aplikasi yang gratis, namun ada juga yang berbayar. Aplikasi mobile dikembangkan oleh perusahaan atau lembaga untuk tujuan tertentu, seperti bermain video game, menjual, membeli, atau memasarkan produk. Contoh aplikasi mobile adalah BCA *Mobile*, BNI *Mobile*, dan lainnya.

4. Strategi Digital *Fundraising*

Strategi penggalangan dana digital melibatkan pendekatan organik dan berbayar. Penggalangan dana organik adalah upaya mengumpulkan dana tanpa menambah biaya untuk iklan. Sebaliknya, penggalangan dana berbayar melibatkan pengeluaran untuk mempromosikan program organisasi atau komunitas guna mengumpulkan dana. Penggalangan dana organik merujuk pada segala bentuk penggalangan dana digital yang tidak memerlukan iklan berbayar. Metode penggalangan dana organik ini mencakup empat kegiatan, yaitu:[71]

a. *Search Engine Optimization*

Search Engine Optimization (SEO) adalah usaha untuk mengoptimalkan sebuah website menggunakan kata kunci tertentu agar mendapatkan peringkat tertinggi di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Semakin tinggi lalu lintas sebuah situs, semakin besar peluang calon donatur untuk memberikan sumbangan, karena biasanya orang akan mengklik situs yang muncul di bagian atas hasil pencarian ketika mereka mencari dengan kata kunci tertentu.

[71] Nur Malik Ibrahim, "Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu," *Bengkulu: IAIN Bengkulu*, 2019, 28–29.

b. *Organic Social Media*

Organic Social Media adalah bentuk pemasaran media sosial tanpa biaya, yang dilakukan dengan memposting foto, video, teks, gambar, tagar, atau tautan terkait lainnya. Konten media sosial organik hanya dapat dilihat oleh pengikut atau audiens yang mengikuti akun suatu organisasi, komunitas, atau institusi. Membuat konten organik bertujuan untuk berinteraksi dengan pengikut dan membangun citra merek organisasi, komunitas, atau lembaga tersebut. Platform media sosial yang digunakan meliputi Facebook, Instagram, dan Twitter.

c. *Email Marketing*

Pemasaran melalui email melibatkan pengiriman pesan kepada donatur terdaftar yang berisi informasi mengenai pemberian donasi. Tujuan dari pemasaran email ini adalah untuk melibatkan donatur, memberikan mereka informasi tentang organisasi, komunitas, atau lembaga yang akan menyalurkan donasi mereka, serta menjaga minat donatur terhadap program-program yang dijalankan oleh organisasi, komunitas, atau institusi tersebut.

d. Promosi Menggunakan *WhatsApp*

Iklan atau promosi di *WhatsApp* terdiri dari pesan yang disebarkan ke nomor-nomor yang dimiliki oleh suatu organisasi, komunitas, atau lembaga. Penggunaan *WhatsApp* mempermudah komunikasi dengan para donatur.

5. Dampak Penggunaan Teknologi Digital

Berikut ini ada beberapa dampak positif penggunaan teknologi digital:[72]

a. Kemudahan Akses Informasi

Teknologi digital memungkinkan akses mudah dan cepat terhadap informasi dari berbagai sumber di seluruh dunia. Ini mendukung peningkatan dalam bidang pendidikan, riset, dan komunikasi global.

[72] Alfiyatun Ni'mah, ""Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Mata Pendidikan Agama Islam" (Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, n.d.).

b. Efisiensi Operasional

Bisnis dan organisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka dengan menggunakan teknologi digital. Contohnya termasuk otomatisasi proses, pengelolaan inventaris yang lebih baik, dan analisis data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

c. Inovasi dan Pengembangan Produk

Teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk melakukan inovasi dalam produk dan layanan mereka. Misalnya, pengembangan produk baru yang lebih canggih atau penyempurnaan proses produksi.

d. Koneksi dan Kolaborasi

Memungkinkan kolaborasi tim yang lebih efektif di antara individu atau kelompok yang berbeda lokasi geografisnya. Hal ini mendukung kerja tim yang lebih produktif dan fleksibilitas dalam bekerja.

e. Kemudahan Transaksi Keuangan

Teknologi digital telah mempermudah transaksi keuangan, baik itu pembayaran online, transfer uang, atau investasi secara elektronik. Hal ini meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam berbagai aktivitas keuangan.

f. Sebagai sumber penghasilan

Teknologi digital dapat digunakan sebagai sumber penghasilan dengan berbagai cara yang inovatif dan fleksibel. Mulai dari menjual produk atau jasa secara online di *platform e-commerce* atau pasar *freelancing,* hingga menciptakan dan menjual konten digital seperti video, musik, atau kursus online. Dengan memanfaatkan kemudahan akses dan jangkauan global yang ditawarkan oleh teknologi digital, individu dapat mengoptimalkan potensi mereka untuk menghasilkan pendapatan tambahan atau bahkan membangun bisnis yang berkelanjutan.

Selain dampak positif, ada beberapa dampak negative dari adanya teknologi digital, yaitu:[73]

a. Keamanan dan Privasi

Penggunaan teknologi digital meningkatkan risiko terhadap keamanan data pribadi dan serangan cyber. Hal ini dapat mengancam privasi individu dan keamanan informasi sensitif.

b. Kesenjangan Digital

Belum semua orang atau wilayah memiliki akses yang setara terhadap teknologi digital. Ini dapat memperdalam kesenjangan antara mereka yang memiliki akses dan tidak memiliki akses terhadap teknologi tersebut.

c. Gangguan Kesehatan

Penggunaan yang berlebihan terhadap teknologi digital dapat berkontribusi terhadap masalah kesehatan mental dan fisik seperti gangguan tidur, kelelahan mata, dan kecanduan.

d. Ketergantungan

Penggunaan yang berlebihan terhadap teknologi digital dapat menyebabkan ketergantungan, terutama pada media sosial atau permainan online, yang dapat mengganggu produktivitas dan keseimbangan kehidupan.

e. Pengangguran Struktural

Penerapan teknologi digital dalam proses produksi atau otomatisasi dapat mengurangi jumlah pekerjaan dalam beberapa sektor tertentu, yang mengarah pada pengangguran struktural bagi mereka yang kehilangan pekerjaannya.

[73] I Gede Ratnaya, "Dampak Negatif Perkembangan Teknologi Informatika Dan Komunikasi Dan Cara Antisifasinya," *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan* 8, no. 1 (March 23, 2011), https://doi.org/10.23887/jptk-undiksha.v8i1.2890.

C. Kesadaran Diri / Self Awareness dalam Membayar Zakat

1. Pengertian Kesadaran Diri *(Self Awareness)*

Kesadaran diri *(Self Awareness)*, menurut Flurentin merupakan fondasi yang sangat penting bagi seorang konselor dalam menjalankan tugasnya. Memahami diri sendiri adalah prasyarat yang esensial sebelum mulai memahami orang lain.[74] Interaksi antara dinamika intrapersonal dan interpersonal harus dianggap sebagai komponen kunci dalam menafsirkan keyakinan, sikap, pendapat, dan nilai-nilai. Melalui penggalian tentang pemikiran dan perasaan seseorang, konselor dapat lebih baik memahami pengaruh budaya yang membentuk individu.[75]

Menurut jurnal penelitian yang dilakukan oleh Laila Maharani, kesadaran diri atau *self awareness* adalah pemahaman mendalam atau pemahaman tentang alasan-alasan di balik perilaku atau pengenalan terhadap diri sendiri. *Self awareness* merupakan komponen kunci yang penting untuk mengklarifikasi dan memahami perilaku seseorang. Ini juga memungkinkan seseorang untuk mengamati dirinya sendiri dan membedakan diri dari lingkungan sekitarnya, serta mampu menempatkan diri dalam konteks waktu dan situasi tertentu.[76]

Robert L. Solso menyatakan bahwa kesadaran diri melibatkan interaksi antara proses fisik dan psikologis yang saling mempengaruhi dalam kehidupan mental, termasuk tujuan hidup, emosi, dan proses kognitif yang mengikutinya. Ketika seseorang memiliki kesadaran diri, mereka mampu mengontrol bagaimana mereka berhubungan dengan tujuan hidup mereka, mengatur emosi mereka, dan memahami pengaruh emosi terhadap pemikiran mereka.[77] Kesadaran diri muncul saat kita memusatkan perhatian kita ke dalam untuk fokus pada konten dari diri

---

[74] E. Flurentin, *Konseling Lintas Budaya* (Malang: FIP UM, 2001).

[75] Duane Brown and Srebalus D. J., *An Introduction to the Counseling Profession* (Boston: Allyn and Bacon, 1998).

[76] Laila Maharani and Meri Mustika, "Hubungan Self Awareness Dengan Kedisiplinan Peserta Didik Kelas VIII DI SMP Wiyatama Bandar Lampung," *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, n.d., 19.

[77] Robert L. Solso, *Psikologi Kognitif* (Jakarta: Erlangga, 2008), 109.

sendiri. Hal ini menunjukkan seberapa besar perhatian diarahkan ke dalam untuk mengkonsentrasikan perhatian pada berbagai aspek dari diri sendiri.[78]

Kesadaran diri timbul saat kita memusatkan perhatian kita ke dalam untuk fokus pada konten dari diri sendiri. Tingkat kesadaran diri mencerminkan seberapa dalam kita memusatkan perhatian pada berbagai aspek dari diri sendiri. Menurut Goleman yang dikutip oleh Suryani Fajrin Suparno, kesadaran diri adalah kemampuan untuk menyadari dan menggunakan apa yang kita rasakan pada saat itu untuk membimbing pengambilan keputusan pribadi. Selain itu, kesadaran diri juga mencakup menetapkan standar yang realistis untuk kemampuan dan keyakinan diri yang kuat. Ini adalah kemampuan untuk mengenali perasaan, memahami alasan di balik perasaan tersebut, dan menyadari bagaimana perilaku kita mempengaruhi orang lain.[79]

Kesadaran diri adalah bentuk kepekaan di mana seseorang dapat bertindak sesuai dengan pemikiran dan menerima dirinya tanpa perlawanan terhadap hal yang tidak diinginkan, sehingga penerimaan diri lebih condong ke emosi positif. Kesadaran merupakan tingkat kehidupan mental yang langsung tersedia bagi kita, di mana pikiran dapat mencapai kesadaran dari berbagai arah. Sistem persepsi sadar kita terarah ke dunia luar dan bertindak sebagai medium untuk mempersepsikan stimulus-stimulus eksternal. Dengan kata lain, apa pun yang kita persepsikan melalui indera kita akan masuk ke dalam kesadaran jika tidak dianggap sebagai ancaman yang signifikan.[80]

Goleman menyatakan bahwa kesadaran diri adalah kemampuan untuk memahami apa yang sedang dirasakan, yang digunakan sebagai panduan dalam pengambilan keputusan. Selain itu, kesadaran diri

---

[78] Tridayakisna and Hudaniyah, *Psikologi Sosial* (Malang: UMM Press, 2009), 63.

[79] Suryani Fajrin Suparno, "Hubungan Dukungan Sosial Dan Kesadaran Diri Dengan Motivasi Sembuh Pecandu Napza (Studi Pada Warga Binaan Lapas Klas II A Samarinda)," *PSIKOBORNEO* 5, no. 2 (2017).

[80] Semiun and Yustinus, *Teori Kepribadian & Terapi Psikoanalitik FREUD* (Yogyakarta: Kanisius, 2006), 59.

dianggap sebagai ukuran realistis dari kemampuan dan tingkat kepercayaan diri yang kuat. Terdapat tiga aspek dalam kesadaran diri, yaitu pengenalan emosi, pengakuan diri yang akurat, dan kepercayaan diri. Menurut Soekanto, terdapat indikator-indikator kesadaran, yaitu:[81]

a. Pengetahuan dan Pemahaman: Pengetahuan dan pemahaman sangat penting untuk mendorong individu agar bertindak sesuai dengan hati nuraninya, dalam hal ini adalah menunaikan zakat profesi.
b. Sikap dan Pola Perilaku (Tindakan): Ketika pendapatan telah mencapai nishab, segeralah untuk mengeluarkan zakatnya, sehingga muncul kesadaran bahwa ada hak orang lain dalam harta yang dimiliki.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self Awareness* (Kesadaran Diri)

Ada dua faktor yang mempengaruhi kesadaran diri, yaitu pengetahuan, lingkungan sosial.

a. Pengetahuan

Kesadaran diri berkembang seiring dengan pemahaman individu terhadap diri sendiri, termasuk pemikiran, perasaan, nilai-nilai, kelebihan, dan kekurangan. Pengetahuan ini bisa diperoleh melalui refleksi diri, pengalaman hidup, serta pembelajaran dari berbagai sumber, seperti pendidikan dan bacaan. Semakin banyak seseorang mengenali pola pikir, emosi, dan perilakunya, semakin tinggi tingkat self-awareness yang dimilikinya.

b. Lingkungan Sosial dan Budaya

Interaksi dengan orang lain, seperti keluarga, teman, dan masyarakat, membentuk cara seseorang memahami dirinya. Umpan balik yang diberikan oleh orang lain membantu individu mengevaluasi perilaku dan reaksi mereka dalam berbagai situasi. Faktor budaya juga berpengaruh, karena norma dan nilai yang berlaku dalam suatu komunitas akan menentukan bagaimana seseorang memahami peran dan identitas dirinya.

[81] Kartika, "Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Membayar Zakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki Di BAZNAS Salatiga)."

3. Jenis-jenis *Self Awareness* (Kesadaran Diri)

Menurut Buss dalam bukunya yang disusun oleh Tri Dayakisni dan Hudaniah, berjudul Psikologi Sosial, terdapat dua jenis kesadaran diri, yaitu:[82]

a. Kesadaran Diri Pribadi

Kesadaran ini terjadi ketika perhatian seseorang terfokus pada aspek-aspek yang bersifat pribadi, seperti suasana hati, persepsi, dan perasaan mereka.

b. Kesadaran Diri Publik

Kesadaran ini terjadi ketika perhatian diarahkan pada aspek-aspek diri yang tampak oleh orang lain, seperti penampilan dan tindakan sosial. Individu yang memiliki kesadaran diri pribadi yang tinggi cenderung terus-menerus memusatkan perhatian pada identitas diri mereka dan sangat memperhatikan pikiran serta perasaan mereka.

4. Tahapan-tahapan *Self Awareness* (Kesadaran Diri)

Kesadaran diri yang dimiliki remaja dapat memengaruhi perkembangan pribadi serta perkembangan orang lain di sekitarnya. Hal ini karena manusia mengekspresikan dirinya di luar dan merenungkan keberadaannya. Oleh karena itu, kesadaran diri menjadi aspek yang sangat penting dalam pertumbuhan remaja. Menurut Sastrowardoyo, untuk mencapai kesadaran diri yang kreatif, seseorang harus melalui empat tahap, yaitu:[83]

a. Tahap ketidaktahuan

Pada tahap ini, bayi belum memiliki kesadaran diri, sehingga sering disebut sebagai tahap kepolosan.

b. Tahap pemberontakan

Tahap ini ditandai dengan sikap permusuhan dan perlawanan dalam upaya memperoleh kebebasan untuk membangun "kekuatan batin". Pemberontakan ini adalah hal yang wajar sebagai bagian dari

---

[82] Tridayakisna and Hudaniyah, *Psikologi Sosial*, 65.
[83] Ina Sastrowardoyo, *Teori Kepribadian Rollo May* (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), 83–84.

transisi pertumbuhan, di mana seseorang melepaskan ikatan lama untuk masuk ke fase baru dengan keterikatan yang berbeda.

c. Tahap kesadaran diri normal

Pada tahap ini, seseorang mampu mengakui kesalahannya dan mengambil tindakan yang bertanggung jawab. Kesadaran diri ini didasarkan pada pembelajaran dari pengalaman, yang mengarah pada keyakinan positif terhadap kemampuan diri. Di sini, kesadaran diri memperluas kontrol seseorang atas kehidupannya, dan memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik.

d. Tahap kesadaran diri kreatif

Pada tahap ini, seseorang mencapai kesadaran kreatif, di mana ia mampu melihat kebenaran secara objektif tanpa terpengaruh oleh perasaan atau keinginan subjektif. Kesadaran ini dapat dicapai melalui aktivitas religius, ilmiah, atau kegiatan lain di luar rutinitas. Dalam tahap ini, seseorang dapat melihat hidup dari sudut pandang yang lebih luas, mendapatkan inspirasi, dan merancang rencana mental untuk langkah-langkah ke depan.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan *(field research)* yaitu penelitian dilakukan secara langsung di masyarakat untuk mengetahui secara detail masalah-masalah yang tengah terjadi di dalam masyarakat tersebut.[84] Studi lapangan dalam penelitian kualitatif menghasilkan data yang dipersepsikan sebagai fakta atau informasi dari topik penelitian (subjek penelitian, informasi, pelaku), aktivitas, dan lokasi.[85] Dalam penelitian ini, peneliti akan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang valid mengenai bagaimana strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat Ponorogo dan dampaknya.

2. Pendekatan Penelitian

pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena atau gejala tertentu dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata terhadap fenomena yang diteliti oleh subjek penelitian tersebut.[86] Penelitian kualitatif menggambarkan kehidupan dunia secara terbalik, yakni dari perspektif orang-orang yang terlibat (partisipan) di dalamnya. Dengan demikian, ia berusaha menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang realitas sosial dan memfokuskan pada proses, pola-pola makna dan ciri-ciri struktural.[87] Pada penelitian ini, peneliti memberikan gambaran

---

[84] Muhammad Rizal Pahleviannur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Pradina Pustaka, 2022), 28.

[85] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 61.

[86] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 6.

[87] Uwe Flick, Ines Steinke, and Ernst von Kardoff, *BUKU INDUK PENELITIAN KUALITATIF: Paradigma, Teori, Prosedur Dan Praktik* (Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2017), 24.

dan menerangkan suatu fenomena yang ditemukan di lapangan, yaitu strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat Ponorogo dan dampaknya.

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga kehadiran peneliti dalam penelitian sangatlah penting dan utama.[88] Ciri-ciri penelitian kualitatif tidak dapat dipisahkan dari pengamatan partisipan karena fungsi penelitian mempengaruhi keseluruhan situasinya.[89] Kehadiran peneliti ini bertujuan agar peneliti memperoleh seluruh data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian seperti data mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat Ponorogo dan dampaknya, baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Peneliti juga akan hadir di lapangan sejak mendapatkan izin melakukan penelitian dari pihak terkait untuk melakukan penelitian mengenai pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital tersebut.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi atau daerah yang menjadi tempat peneliti melakukan penelitian berada di Lembaga zakat Kabupaten Ponorogo (BAZNAS, LAZISNU, dan LAZISMU). Adapun alasan memilih Lembaga zakat di BAZNAS yaitu karena di BAZNAS memberikan kesempatan untuk mengkaji pengelolaan zakat pada skala nasional, di mana BAZNAS berperan penting sebagai lembaga resmi pemerintah dalam distribusi zakat yang efektif. Dengan akses ke data zakat yang komprehensif serta berbagai program pemberdayaan

---

[88] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

[89] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 117.

ekonomi, pendidikan, dan kesehatan, penelitian ini memungkinkan eksplorasi mendalam tentang bagaimana strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat.

Alasan memilih LAZISNU dan LAZISMU yaitu LAZISNU (Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Sedekah Nahdlatul Ulama) dan LAZISMU ((Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Sedekah Muhammadiyah) memberikan kesempatan untuk mengkaji peran filantropi Islam dalam pemberdayaan ekonomi dan sosial, terutama di kalangan komunitas Nahdlatul Ulama. LAZISNU memiliki jaringan luas hingga ke lapisan bawah, Selain itu, penelitian di LAZISNU dapat membantu memahami model strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat yang berbasis kearifan lokal. Keduanya ini sama-sama merupakan basis organisasi keagamaan.

D. Data Dan Sumber Data

1. Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian.[90] Data-data yang diperlukan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data-data yang berkaitan dengan strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat Ponorogo.
b. Data yang berkaitan dengan mengapa Lembaga zakat di Ponorogo menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat Ponorogo.
c. Data yang berkaitan dengan dampak dari strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo dalam meningkatkan kesadaran zakat Masyarakat Ponorogo.

[90] H. M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 123.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang diperoleh secara langsung dari pihak yang berkaitan. Sumber data primer pada penelitian ini adalah responden yang terdiri dari responden utama, yaitu pengelola utama di Lembaga zakat Kabupaten Ponorogo (BAZNAS, LAZISNU, dan LAZISMU), serta masyarakat yang pernah melakukan pembayaran zakat berbasis digital.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung yang tidak diperoleh secara langsung dari pihak yang berkaitan. Sumber data sekunder dalam penelitian tesis berjudul "Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat Masyarakat Ponorogo" meliputi berbagai informasi yang telah tersedia dan dapat diakses dari sumber-sumber terpercaya. Data ini mencakup laporan resmi dari lembaga zakat seperti BAZNAS, Dompet Dhuafa, dan LAZISNU, yang menyediakan informasi tentang program edukasi zakat berbasis digital dan dampaknya. Penelitian terdahulu terkait strategi filantropi digital, perilaku zakat, serta studi kesadaran masyarakat di wilayah Ponorogo atau daerah dengan karakteristik serupa juga menjadi acuan penting. Selain itu, statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) tentang tingkat penetrasi internet, penggunaan media sosial, serta data demografi masyarakat Ponorogo membantu memahami konteks teknologi dan sosial di daerah tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan terhadap hal-hal yang

perlu diteliti.[91] Teknik pengumpulan data observasi dalam penelitian dengan judul "Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat Masyarakat Ponorogo" dilakukan dengan mengamati langsung pelaksanaan kampanye edukasi zakat melalui platform digital yang digunakan oleh lembaga zakat di Ponorogo, seperti media sosial, situs web, aplikasi mobile, dan platform digital lainnya. Peneliti dapat memantau konten edukasi yang disebarkan, seperti video, artikel, infografis, dan postingan media sosial, serta melihat bagaimana masyarakat merespon kampanye tersebut melalui interaksi seperti komentar, likes, shares, dan partisipasi dalam kegiatan online. Selain itu, observasi juga mencakup pemantauan tren penggunaan platform digital oleh masyarakat Ponorogo untuk mendapatkan informasi mengenai zakat, termasuk seberapa sering dan intensif masyarakat mengakses konten edukasi tersebut. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana strategi digital ini efektif dalam meningkatkan kesadaran zakat serta memahami pola perilaku digital masyarakat terkait zakat.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu pertemuan secara langsung antara pewawancara dengan pihak yang diwawancarai yang sudah direncanakan sebelumnya untuk mendapatkan suatu informasi tertentu baik berupa keterangan, pendapat, ataupun yang lainnya.[92] Wawancara ini dilakukan untuk mengumpulkan data terkait pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat, sehingga peneliti akan bertanya secara langsung kepada pihak utama yang mengelola zakat di Lembaga zakat Kabupaten Ponorogo (BAZNAS, Dompet Dhuafa, dan LAZISNU). Selain itu peneliti juga akan bertanya secara langsung kepada masyarakat yang ikut berpartisipasi alam pembayaran zakat melalui digital. Namun, ada kalanya peneliti akan juga

[91] Fandi Rosi Sarwo Edi, *Edi, . Teori Wawancara Psikodignostik. , 2016.* (Penerbit LeutikaPrio, 2016).

[92] Mayang Sari Lubis, *Metodologi Penelitian* (Deepublish, 2018).

akan melakukan wawancara secara tidak langsung melalui telepon atau lainnya.

Metode wawancara yang digunakan peneliti yaitu metode wawancara semi terstruktur, dimana sebelumnya peneliti akan membuat daftar pertanyaan wawancara terlebih dahulu untuk kemudian ditanyakan kepada narasumber. Akan tetapi, ada kalanya pengajuan pertanyaan dalam wawancara tersebut mengalir atau tidak mirip dengan daftar pertanyan yang telah dibuat, karena menyesuaikan situasi dan kondisi saat wawancara sedang berlangsung.[93]

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.[94] Teknik pengumpulan data dokumentasi dalam penelitian berjudul "Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat Masyarakat Ponorogo" melibatkan pengumpulan berbagai dokumen yang relevan dengan implementasi strategi edukasi zakat berbasis digital. Dokumen-dokumen yang digunakan mencakup laporan resmi lembaga zakat seperti BAZNAS, Dompet Dhuafa, atau LAZISNU yang berisi data tentang program edukasi zakat digital, jumlah penerima manfaat, serta hasil atau dampak kampanye yang telah dilakukan. Selain itu, dokumen lain seperti materi edukasi zakat dalam bentuk digital (video, artikel, infografis, dan publikasi online) juga diambil sebagai sumber data. Dokumentasi dari platform media sosial, aplikasi zakat, atau website yang digunakan untuk kampanye edukasi digital akan dikaji untuk melihat konten, frekuensi publikasi, serta jumlah interaksi pengguna.

---

[93] Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).
[94] Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Jakarta Pusat: PT Bina Imu, 2004), 29.

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam proses pengecekan keabsahan data, pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pengecekan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data dengan tujuan mengecek atau membandingkan data tersebut. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran data, akan tetapi untuk menguji kredibilitas data juga peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang ia temukan dengan cara membandingkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data.[95] Peneliti langsung melakukan pengecekan data dengan wawancara dan observasi secara langsung kepada beberapa responden yaitu pihak Lembaga zakat Kabupaten Ponorogo (BAZNAS, Dompet Dhuafa, dan LAZISNU) serta masyarakat yang terlibat dalam pembayaran zakat berbasis digital. Hasil wawancara dan observasi tersebut masih dicek kembali oleh peneliti dengan cara mencocokkan dengan data jumlah masyarakat yang membayar zakat digital dengan jumlah dana yang diperoleh.

G. Teknik Pengolahan Data

1. Reduksi Data

Merupakan meringkas, memilih poin utama, berfokus pada detail yang signifikan, menemukan tema dan pola, dan membuang informasi yang tidak relevan. Akibatnya, data yang direduksi akan menyajikan gambaran yang lebih baik dan memudahkan peneliti untuk memperoleh data tambahan dan mencarinya jika diperlukan.[96] Peneliti kemudian melakukan reduksi data yang berkaitan dengan strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh Lembaga zakat di Ponorogo untuk meningkatkan kesadaran pada Masyarakat Ponorogo.

2. Penyajian Data

Peneliti mengumpulkan beberapa data dengan cara memilih beberapa data dari keseluruhan kuantitas data, dan tahap selanjutnya

---

[95] Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif ,Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 372.

[96] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, n.d., 338.

adalah memberikan inti permasalahan yang dijelaskan dengan menggunakan temuan penelitian lapangan. Data yang terkumpul selanjutnya akan ditentukan tingkat validitasnya sebelum dievaluasi menggunakan teknik kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada Lembaga zakat di Ponorogo dan Masyarakat yang telah diedukasi terkait bagaimana strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh Lembaga zakat di Ponorogo untuk meningkatkan kesadaran pada Masyarakat Ponorogo.

3. Penarikan Kesimpulan

Merumuskan kesimpulan dari data yang telah disaring dan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif. Kesimpulan dip eroleh dengan menggunakan pola induktif, atau kesimpulan umum yang ditarik dari pernyataan khusus.[97] Dalam hal ini peneliti mengkaji sejumlah data spesifik mengenai masalah yang menjadi objek penelitian, kemudian menarik kesimpulan secara umum. Peneliti juga menggunakan pola induktif, yang memerlukan evaluasi fakta-fakta tertentu, yang mengarah pada temuan yang lebih bersifat umum, yang kemudian peneliti tempatkan dalam kerangka tulisan lengkap.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi atau teknik pengumpulan data lainnya dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melaksanakan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari dan penting, serta membuat suatu kesimpualan sehingga akan mudah dipahami.[98] Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data induktif, yaitu data

[97] Muhammad Arif Tito, *Masalah Dan Hipotesis Penelitian Sosial-Keagamaan* (Makassar: Andira Publisher, 2005), 9.: Andira Publisher, 2005), 9.

[98] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 131.

diketegorikan menuju abstraksi yang lebih tinggi, kemudian melakukan sintesa hingga menjadi suatu kesimpulan.[99]

Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data di lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti akan meneliti fakta yang sudah ada terlebih dahulu yaitu mengenai latar belakang mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat, kemudian dampak pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital. Setelah data terkumpul, maka dilakukan pengelompokan dan reduksi data, yaitu mengurangi data dengan memilah data yang diperlukan, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

[99] Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, n.d.), 99.

BAB IV
STRATEGI EDUKASI ZAKAT BERBASIS DIGITAL YANG TELAH DILAKUKAN OLEH LEMBAGA ZAKAT DI PONOROGO DALAM MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT PONOROGO

A. Data Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital yang telah dilakukan oleh Lembaga Zakat Kabupaten Ponorogo dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo

1. BAZNAS Kabupaten Ponorogo

Badan Amil Zakat ini merupakan lembaga yang sah secara hukum, diakui secara resmi dalam lingkup Pemerintah Kabupaten Ponorogo. BAZDA ini didirikan pada bulan September 2001, sebagaimana yang diamanatkan oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 dan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2000 yang merupakan amendemen ketiga dari Undang-undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.

BAZNAS Kabupaten Ponorogo telah mengembangkan beberapa strategi edukasi berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran zakat di kalangan masyarakat. Strategi ini mencakup berbagai pendekatan melalui platform digital yang bertujuan untuk memudahkan akses informasi, meningkatkan pemahaman, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam kewajiban zakat. Berdasarkan wawancara dengan salah satu pihak BAZNAS Kabupaten Ponorogo, diperoleh data rinci mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah diterapkan. Strategi ini difokuskan pada penggunaan teknologi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat. Temuan wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

Strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh lembaga zakat di Ponorogo, seperti BAZNAS, sangat inovatif dan efektif. Mulai dari strategi edukasi dengan Website maupun sosial media *(Whatsapp,*

Instagram, Youtube, dan *Facebook)* semuanya sudah dilakukan. Melalui penggunaan media sosial seperti *Instagram, Facebook, dan YouTube,* mereka berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat. Selain itu, platform digital ini juga memungkinkan proses penghimpunan zakat menjadi lebih mudah dan transparan, sehingga masyarakat merasa lebih percaya dan termotivasi untuk berkontribusi. Dengan pendekatan yang lebih modern dan terjangkau, strategi ini tidak hanya meningkatkan jumlah pengumpulan zakat, tetapi juga memperluas jangkauan muzakki, terutama di kalangan generasi muda. Agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, strategi edukasi berbasis digital yang dilakukan oleh BAZNAS Ponorogo dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Website

Website merupakan media utama yang digunakan untuk memberikan edukasi zakat berbasis digital pada Masyarakat. *Website* ini berisi pengetahuan terkait Lembaga BAZNAS itu apa, berita yang berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan BAZNAS Ponorogo, agenda pimpinan, layanan (konfirmasi ZIS, kalkulator zakat, dan informasi rekening zakat), laporan keuangan, jaringan, dan event. Selain itu, juga terdapat layanan bayar zakat, sedekah, dan transfer zakat sehingga bisa memudahkan Masyarakat dalam membayar zakat tanpa harus datang langsung ke kantor.

Di dalam *website* ini berisi profil BAZNAS Ponorogo yang terdapat visi dan misi BAZNAS Ponorogo, struktur BAZNAS Ponorogo, penghargaan yang diperoleh BAZNAS Ponorogo, mitra BAZNAS Ponorogo, Pemberitahuan, dan kontak BAZNAS Ponorogo jika ingin mengetahui BAZNAS Ponorogo lebih lanjut. *Website* BAZNAS Ponorogo juga terdapat agenda pimpinan di mana agenda tersebut berisi semua informasi-informasi kegiatan apa saja yang telah dilakukan oleh BAZNAS Ponorogo. Di dalam layanan, terdapat tiga jenis layanan yaitu konfirmasi ZIS, kalkulator zakat, dan informasi

rekening zakat. Konfirmasi ZIS ini berisi halaman konformasi apabila kita telah melakukan pembayaran ZIS-Kurban di BAZNAS Ponorogo. Kalkulator zakat digunakan untuk menghitung berapa zakat yang harus kita keluarkan, jadi, kita tidak perlu menghitung sendiri. Kalkulator ini akan menghitung secara otomatis berapa besaran zakat yang harus kita keluarkan. Sedangkan informais rekening zakat berisi daftar rekening BAZNAS Ponorogo yang digunakan untuk berzakat. Adapun BAZNAS Ponorogo ini menggunakan rekening BSI untuk transfer zakat.

Laporan keuangan dalam *website* BAZNAS Ponorogo berisi laporan keuangan tahunan audit. Sedangkan jaringan ini berisi kerja sama Bersama siapa saja yang sudah mendapatkan rekomendasi dari pihak BAZNAS Ponorogo. *Event* dalam *website* ini berisi kegiatan apa yang akan diadakan Bersama dengan BAZNAS Ponorogo. Selain itu, juga terdapat layanan bayar zakat, sedekah, dan juga transfer zakat. Di dalam layanan bayar zakat dan sedekah ini, kita tidak perlu pergi ke BAZNAS untuk membayar zakat dan sedekah, akan tetapi di layanan ini sudah disediakan fitur untuk membayar zakat dan sedekah dengan mudah, tinggal memilih metode pembayarannya dan jenis zakatnya. Sedangkan di dalam transfer zakat, ini berisi konfirmasi jenis bank yang digunakan oleh BAZNAS Ponorogo. Adapun jenis bank yang digunakan yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yuni Ahad Diana selaku Wakil Ketua 4 BAZNAS Ponorogo, beliau menyebutkan:[100]

> *"Sekarang ini karena kemajuan teknologi, maka kita juga mengadakan strategi edukasi berbasis digital melalui website. Website ini bisa dijangkau oleh semua orang, tidak hanya Masyarakat Ponorogo saja. Adapun website ini berisi sangat lengkap, mulai dari profil BAZNAS, layanan pembayaran zakat dan sedekah, maupun informasi kegiatan yang kita lakukan. Selain itu, juga terdapat kalkulator zakat yang bisa digunakan*

[100] Yuni Ahad Diana, Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital, Kamis, Oktober 2024.

untuk menghitung zakat, jadi tidak perlu menghitung sendiri jumlah zakat yang harus dikeluarkan, cukupmemasukkan nominal penghasilan maka otomatis akan keluar jumlah zakat yang harus dibayar. Dengan adanya website ini, maka memudahkan Masyarakat untuk mengetahui terkait zakat dan nantinya akan memberikan kesadaran terhadap Masyarakat untuk membayar zakat."

b. Media Sosial

1) Instagram

Tabel 4.1. Data Hasil Penggunaan Instagram oleh BAZNAS Ponorogo

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	382
2.	Total Views	Kurang lebih 1337.000 tayangan
3.	Total Likes	3.500 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers	1.497 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Kurang dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan dalam edukasi zakat berbasis digital. Di dalam Instagram ini berisi kegiatan-kegiatan yang ada di BAZNAS

Ponorogo mulai dari penyaluran bantuan bedah rumah, kerja sama dengan PT lain untuk membangun sumur, penyaluran program beasiswa SMP/MTs, penyaluran program bantuan perbaikan rumah, program tanggap bencana, bantun kepada kaum dhuafa, dan kegiatan-kegiatan lain untuk Masyarakat. Adapun Instagram BAZNAS Ponorogo yaitu baznas_ponorogo. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yuni Ahad Diana, beliau menyebutkan:

> *"Sekarang ini kan serba digital, jadi kita menyesuaikannya yaitu dengan menggunakan Instagram untuk melakukan edukasi. Dengan menggunakan Instagram ini, maka semua Masyarakat bisa mengunjungi Instagram kita."*
>
> *"Salah satu media sosial yang kita gunakan untuk edukasi zakat itu Instagram. Semua kegiatan yang kita lakukan mulai dari bedah rumah, bekerja sama dengan pihak-pihak terkait, bantuan kepada kaum dhuafa, maupun bantuan beasiswa kepada SMP/MTs kita upload di sana. Tujuannya supaya semuanya tahu terkait penyaluran dana di BAZNAS bagaimana dan dengan otomatis bisa memberikan edukasi kepada Masyarakat supaya sadar membayar zakat."*

Sasaran dalam edukasi zakat berbasis digital melalui Instagram ini yaitu generasi=generasi milenial karena generasi milenial sekarang ini banyak yang minat dalam menggunakan media sosial Instagram. Instagram mendukung berbagai format visual seperti gambar, video, infografis, dan reels, yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh generasi milenial. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Ahad Diana:

> *"Instagram ini sekarang lebih diminati generasi muda karena fitur-fiturnya yang menarik. Kita bisa meng-upload video, gambar, video pendek di sana sehingga mudah juga bagi kita untuk melakukan edukasi."*

Dari data penggunaan *Instagram* pada **Tabel 4.1**. di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah konten yang dibuat oleh BAZNAS Ponorogo ini sudah lumayan banyak pada beberapa tahun ini, yaitu sekitar 382 konten yang dibuat. Media sosial *Instagram* ini merupakan media sosial yang paling sering digunakan karena hampir semua kegiatannya di unggah di media sosial ini.

2) Tiktok

Tabel 4.2. Data Hasil Penggunaan *Tiktok* oleh BAZNAS Ponorogo

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	56
2.	Total Views	Kurang lebih 28.000 tayangan
3.	Total Likes	1.594 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 100 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 500 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	222 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat

TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek. Fitur-fiturnya banyak digunakan untuk edukasi berbasis digital oleh BAZNAS Ponorogo, seperti video pendek yang Memungkinkan untuk membuat video pendek dengan durasi hingga beberapa menit untuk menyampaikan informasi secara singkat dan padat. Selain video pendek, juga ada foto-foto kegiatan yang disertai dengan efek

dan filter serta suara dan music. Dalam melakukan edukasi zakat berbasis digital melalui media *Tiktok* ini, konten-konten yang diupload sama seperti konten-konten di Instagram, akan tetapi biasanya lebih sering dilakukan di *Tikotk* dan durasinya lama. Adapun konten-kontennya yaitu berisi kegiatan sosial, keagamaan seperti penyaluran beasiswa kepada anak sekolah, bantuan perbaikan rumah, bedah rumah, tanggap bencana, bantuan untuk kaum dhuafa, dan bantuan lainnya. Adapun seperti yang beliau katakana:

> *"Kita juga menggunakan media sosial Tiktok yang lagi trend sekarang ini. Tujuannya supaya bisa mengikuti kemajuan teknologi. Adapun konten yang kita upload itu aslinya sama saja dengan media sosial lainnya, akan tetapi kita lebih sering melakukan upload kegiatan di Tiktok ini karena banyak yang menggunakan Tiktok meskipun yang melihat juga belum banyak, akan tetapi bisa diakses oleh semua orang, tidak hanya Masyarakat Ponorogo saja."*

Adapun konten yang diupload sudah lebih dari 50 konten. Jumlah followernya hampir setiap hari nambah, akan tetapi belum begitu signifikan. Sedangkan peningkatan kesadaran zakat setelah melakukan edukasi zakat berbasis digital dalam bentuk *Tiktok* ini belum sepenuhnya berhasil karena kebanyakan Masyarakat yang ikut serta di BAZNAS Ponorogo ini ASN yang rata-rata umurnya sudah lansia. Hal ini sesuia dengan hasil wawancara dengan Ibu Ahad Diana:

> *"Hampir setiap hari kita meng-upload kegiatan kita di Tiktok, akan tetapi media Tiktok tidak terlalu berkembang di BAZNAS ini karena kebanyakan Masyarakat yang membayar zakat di sini adalah ASN."*

Berdasarkan data penggunaan *Tiktok* pada **Tabel 4.2.** di atas, dapat disimpulkan bahwa hanya 56 konten yang diunggah media sosial *Tiktok.* Sedangkan pengikutnya yaitu berjumlah 222 pengikut.

Media sosial Tiktok di BAZNAS Ponorogo ini merupakan media sosial yang tergolong baru karena masih sedikit konten yang di unggah. BAZNAS Ponorogo ini belum begitu aktif melakukan edukasi di media sosial *Tiktok* ini.

3) Whatsapp

Whatsapp ini merupakan media sosial yang paling sering digunakan untuk melakukan edukasi berbasis digital. *Whatsapp* ini memungkinkan semua orang untuk berkomunikasi langsung dan interaktif antara BAZNAS dan masyarakat melalui fitur chat, panggilan suara, video call, serta grup diskusi. Grup *WhatsApp* memungkinkan diskusi yang lebih mendalam mengenai berbagai aspek zakat. Selain itu, *WhatsApp* mendukung berbagai format media seperti teks, gambar, video, dan audio, sehingga edukasi zakat bisa lebih menarik dan mudah dipahami. Fitur *WhatsApp* Status juga dapat dimanfaatkan untuk berbagi foto, video pendek, atau pesan inspiratif tentang zakat yang bisa dilihat oleh banyak orang. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

> *"Kita paling sering ngeshare kegiatan edukasi kita dengan menggunakan Whatsapp karena penggunaannya juga mudah dan bisa dijangkau semua orang. Setelah mengadakan kegiatan, kita biasanya upload foto atau video ke status dan mengirimkan ke group, tujuannya ya supaya bisa dilihat oleh banyak orang."*

Akan tetapi, penggunaan *Whatsapp* ini juga mempunyai kelemahan untuk melakukan strategi edukasi zakat. Media sosial ini hanya bisa menjangkau orang-orang yang sudah terhubung dalam kontak atau grup tertentu. Di dalam grup nya juga anggotanya terbatas. Selain itu, di dalam group, sering kali bercampur dengan pesan lain yang kurang relevan, sehingga informasi terkait edukasi menjadi sulit untuk diakses (tenggelam). Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Kalau di Whatsapp itu, konten yang kita share itu yang melihat hanya sebatas kontak yang kita simpan, kalau group ya hanya sebatas orang yang masuk grup saja, sehingga jangkauannya tidak terlalu luas. Hanya saja cara kita edukasi itu mudah dan pastinya yang masuk group dan kontak yang kita simpan itu melihat edukasi kita. Di dalam group nya itu juga terbatas, ada maksimal orangnya, jadi edukasi kita hanya sebatas orang yang ada di dalam group saja."

4) Youtube

Tabel 4.3. Data Hasil Penggunaan *Youtube* oleh BAZNAS Ponorogo

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	97
2.	Total Views	Kurang lebih 6.203 tayangan
3.	Total Likes	3.500 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 200 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Durasi Video	Kurang lebih 1 menit
6.	Jumlah Followers Baru	76 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Kurang dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan berbagai jenis video. Semua kegiatan yang dilakukan oleh BAZNAS Ponorogo di unggah dan di upload di *Youtube*. Adapun kegiatannya yaitu bantuan kepada kaum dhuafa, santunan kepada kaum dhuafa,

Pembangunan rumah, dan lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Ibu Yuni Ahad Diana:

> *"Kita juga punya Youtube yang isinya video-video kegiatan kita, seperti pemberian bantuan kepada kaum dhuafa, Pembangunan rumah, UMKM, dan lainnya. Semua kegiatan kita upload di sana."*

Dari hasil penggunaan Youtube di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam beberapa tahun ini, hanya ada 76 *subscriber* di *Youtube* nya, ada 97 konten, dan kurang lebih 3.500 like. Hal ini dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial Youtube di BAZNAS Ponorogo belum begitu berkembang.

Jadi, BAZNAS Ponorogo memberikan edukasi ini dalam bentuk kegiatan yang diupload, dan kegiatan ini tidak setiap hari selalu ada. Hanya pada event-event tertentu saja BAZNAS Ponorogo memberikan edukasi zakat berupa unggahan video kegiatannya.

5) Facebook

Tabel 4.4. Data Hasil Penggunaan *Facebook* oleh BAZNAS Ponorogo

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	10 video, 46 foto
2.	Total Views	820 tayangan
3.	Total Likes	Kurang lebih 200 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 100 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	1.226 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo

8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Kurang dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Facebook merupakan media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten baik foto atau video, profil, serta sebagai media untuk komunikasi. BAZNAS Ponorogo ini menggunakan *Facebook* sebagai edukasi berbasis digital kepada Masyarakat terkait zakat. Adapun edukasinya ini berupa edukasi terkait zakat dan kegiatan-kegiatan yang ada di BAZNAS Ponorogo. Kegiatan-kegiatan ini dapat berupa foto atau video yang di upload di *Facebook.* Adapun kegiatan-kegiatannya yaitu kegiatan santunan kepada anak yatim piatu, penyaluran bantuan rumah, bantuan biaya Pendidikan, dan lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Ibu Yuni Ahad Diana:

> *"Di Facebook ini kita juga melakukan edukasi zakat. Adapun kegiatannya yaitu tidak hanya terkait teori-teori tentang zakat, akan tetapi edukasi kit aitu berupa kegiatan-kegiatan yang kita upload di sana, bisa berupa foto ataupun video. Kegiatan-kegiatan yang kita upload itu berupa kegiatan santunan kepada yatim piatu, kaum dhuafa, bantuan Pendidikan, bantuan perbaikan rumah, dan bantuan lainnya."*

Dari data hasil penggunaan *Facebook* pada **Tabel 4.4.** di atas, dapat diketahui bahwa *Facebook* ini tidak begitu dikembangkan untuk edukasi berbasis digital. Hal ini dapat dilihat dari jumlah unggahannya yang hanya sedikit, yaitu video yang berjumlah sepuluh, dan foto yang hanya berjumlah 46. Selain itu, hanya ada 1226 teman yang ada di *Facebook,* sedangkan di Ponorogo saja pengguna *Facebook* beribu-ribu. Selain itu, konten terakhir yang diunggah itu sudah dari tahun 2023. Sehingga dalam hal ini dpat disimpulkan bahwa BAZNAS

Ponorogo tidak begitu mengembangkan strategi edukasi berbasis digital melalui media sosial Facebook. BAZNAS Ponorogo hanya mengikuti trend perkembangan zaman sekarang, akan tetapi belum sepenuhnya mengembangkannya.

Hal ini juga sependapat dengan hasil wawancara dengan Ibu Yuni Ahad Diana bahwa strategi edukasi digital zakat melalui Facebook ini belum begitu berkembang meskipun sudah bertahun-tahun. berikut hasil wawancaranya:

"Kita juga menggunakan Facebook sebagai media edukasi berbasis digital, akan tetapi belum berkembang karena Masyarakat banyak yang suka menggunakan edukasi secara konvensional karena lebih paham."

Dalam era digital seperti sekarang, masyarakat semakin terhubung dengan dunia maya. Oleh karena itu, penerapan strategi edukasi zakat berbasis digital bertujuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku masyarakat. Dengan memanfaatkan platform digital, BAZNAS Ponorogo dapat menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi, serta memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi dan berinteraksi dengan lembaga zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

"Kalau strategi berbasis digital ini memang tujuannya untuk generasi milenial, kaum-kaum muda yang suka menggunakan digital, mereka yang sering menggunakan media sosial. Akan tetapi, untuk Masyarakat awam, orang tua, kita tetap menggunakan cara tradisional, karena kbanyakan yang berzakat di sini itu ASN, dan ASN tersebut banyak yang usianya sudah tua."

Proses perencanaan dan pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital diawali dengan analisis mendalam terhadap kondisi masyarakat, khususnya terkait tingkat pemahaman tentang zakat dan preferensi media yang digunakan. Setelah itu, BAZNAS Ponorogo merumuskan tujuan yang ingin dicapai, target audiens, serta pesan-pesan

kunci yang akan disampaikan. Selanjutnya, tim mengembangkan berbagai konten kreatif seperti infografis, video animasi, dan artikel yang menarik dan mudah dipahami. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Langkah awal kita dalam perencanaan yaitu melihat kondisi Masyarakat yang ada di sekitar. Jika mereka bisa menerima dan sesuai dengan umur, maka kita akan mengembangkan berbagai media atau membuat konten digital supaya bisa dipahami dengan mudah terkait zakat. Akan tetapi, jika targetnya orang tua, maka kita harus menyesuaikan juga. Kita biasanya hanya bersosialisasi karena jika diberikan media digital, ya percuma karena mereka lebih senang dan paham kalau menggunakan media tradisional seperti sosialisasi dan lainnya."*

Salah satu langkah penting adalah melibatkan masyarakat Ponorogo secara aktif dalam proses pembuatan konten. Melalui survei, focus group discussion, atau media sosial, dapat diketahui preferensi dan kebutuhan masyarakat terkait konten digital yang mereka inginkan. Dengan demikian, konten yang dihasilkan akan lebih relevan dan sesuai dengan ekspektasi mereka. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

> *"Adapun Langkah khusus dalam melakukan edukasi zakat berbasis digital itu membuat konten terkait zakat. Konten tersebut harus disesuikan dengan kebutuhan dan keinginan supaya bisa diterima dan menarik perhatian Masyarakat."*

Dalam merancang strategi edukasi, BAZNAS Ponorogo menerapkan teori komunikasi efektif. Pesan-pesan zakat disampaikan dengan jelas, singkat, dan mudah diingat. Selain itu, digunakan juga berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, *website*, dan aplikasi mobile untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Teori *framing* digunakan untuk membingkai pesan zakat dalam konteks yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Ponorogo. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu diana, yaitu:

"Dalam melakukan strategi edukasi berbasis digital, kita harus bisa menyampaikan pesan-pesan dengan jelas dan singkat supaya bisa dipahami. Di dalam website atau aplikasi itu, juga ada cara-caranya berzakat, edukasi zakat supaya bisa membuat Masyarakat sadar akan pentingnya membayar zakat."

BAZNAS Ponorogo menggunakan pendekatan multi-kanal untuk memastikan jangkauan yang luas. Selain platform digital, mereka juga memanfaatkan saluran komunikasi tradisional seperti ceramah di masjid, sosialisasi di pasar, dan kerja sama dengan tokoh masyarakat. Bagi masyarakat yang kurang akrab dengan teknologi, disediakan layanan konsultasi tatap muka untuk membantu mereka memahami dan memanfaatkan layanan digital BAZNAS. Selain itu, Untuk memudahkan masyarakat, terutama yang kurang familiar dengan teknologi, BAZNAS Ponorogo menyederhanakan proses pembayaran zakat melalui berbagai metode, seperti transfer bank, pembayaran melalui minimarket, atau pembayaran tunai di kantor BAZNAS. Selain itu, antarmuka platform digital juga dirancang senyaman mungkin dengan bahasa yang sederhana dan navigasi yang mudah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu diana:

"Kalau kita hanya mengandalkan digital, maka tidak bisa maksimal zakat yang kita peroleh ya. Kita juga harus turun langsung ke Masyarakat, melakukan ceramah di masjid, sosialisasi di pasar, sekolah, ataupun yang lainnya. Untuk pembayarannya, kita sudah bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman ya, bisa langsung di transfer, bisa langsung dating ke kantor kita. Jadi, membayar zakat bisa dengan mudah, karena kebanyakan yang membayar zakat itu ASN dan lansia."

BAZNAS Ponorogo juga melakukan kolaborasi dengan influencer atau tokoh publik yang relevan untuk mempromosikan program zakat. Dengan memanfaatkan popularitas influencer, pesan-pesan tentang zakat dapat disampaikan dengan lebih luas dan menarik, terutama bagi generasi muda. Kolaborasi dengan berbagai pihak dapat memperkuat legitimasi dan

kepercayaan masyarakat terhadap program zakat. Dukungan dari pemerintah dan tokoh masyarakat dapat meyakinkan masyarakat bahwa program ini bermanfaat dan dapat diandalkan. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas juga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program zakat. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Kita juga bekerja sama dengan bebagai komunitas supaya jangkauannya luas. Kadang pihak sana mengusulkan dengan cara digital, ada lagi yang tidak suka dengan digital, maka harus dijelaskan satu-satu terlebih dahulu terkait edukasi zakat.*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa BAZNAS Ponorogo sudah menggunakan strategi edukasi berbasis digital yaitu melalui *Website* dan Media Sosial *(Instagram, Tiktok, Whatsapp, Youtube,* dan *Facebook),* akan tetapi dalam hal ini belum bisa efektif dan berkembang karena kondisi lingkungan yang tidak mendukung. Banyak muzakki dari BAZNAS yang merupakan ASN (Aparatur Sipil Negara) yang mana mereka sudah berusia lansia dan kurang update terhadap teknologi. Mereka lebih suka diedukasi melalui cara konvensional seperti sosialisasi dan melalui media cetak seperti banner, spanduk, dan lainnya karena lebih mudah untuk dipahami. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Meskipun kita sudah menggunakan digital dalam melakukan edukasi, akan tetapi edukasi berbasis digital ini belum sepenuhnya berkembang, bahkan kita masih banyak menggunakan cara-cara yang konvensional seperti sosialisasi karena kebanyakan muzakki kita itu ASN yang mana mereka sudah berusia lanjut dan kurang tahu terhadap teknologi."*

BAZNAS Kabupaten Ponorogo telah berhasil mengimplementasikan strategi edukasi zakat berbasis digital yang inovatif dan efektif. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, *website,* dan aplikasi, lembaga ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat meskipun belum sepenuhnya tercapai. Pendekatan multi-

kanal yang diadopsi, yakni menggabungkan media digital dengan metode tradisional seperti ceramah dan sosialisasi, memungkinkan BAZNAS menjangkau berbagai segmen masyarakat, termasuk generasi muda dan kelompok usia lanjut.

2. LAZISNU Ponorogo

Di era digital, lembaga amil zakat, termasuk LAZISNU Cabang Ponorogo, dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk menyampaikan edukasi zakat secara lebih efektif dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Dalam konteks ini, LAZISNU Cabang Ponorogo telah mengintegrasikan berbagai strategi berbasis digital guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya zakat. Strategi ini mencakup pemanfaatan platform digital dan media sosial, peluncuran aplikasi zakat, hingga kolaborasi dengan tokoh agama untuk menyampaikan materi edukasi melalui media online.

Sebagai lembaga yang berperan penting dalam pengelolaan zakat, LAZISNU memahami bahwa media digital dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menjangkau generasi muda, pekerja, dan masyarakat urban yang sering menggunakan perangkat digital. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat sebagai kewajiban agama, tetapi juga untuk mempermudah proses pembayaran zakat dengan cara yang transparan, akuntabel, dan modern. Sebelum membahas lebih jauh hasil wawancara dengan pihak-pihak terkait, penting untuk memahami bahwa strategi ini merupakan respons terhadap kebutuhan zaman sekaligus upaya untuk memperkuat peran zakat dalam pemberdayaan masyarakat.

Bapak Didik Eko Suryanto sebagai Kepala Kantor Cabang LAZISNU Ponorogo, yang beralamat di tambang, Kecamatan Pudak, Kabupaten Ponorogo. Beliau ini merupakan kepala cabang Ponorogo. Beliau menjabat sebagai kepala cabang ini mulai tahun 2021. Sebelum

menjabat kepala cabang, beliau menjabat sebagai sekretaris di LAZISNU Cabang Ponorogo.

Untuk meningkatkan kesadaran zakat pada Masyarakat Ponorogo, ada beberapa strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh LAZISNU cabang Ponorogo yaitu dengan memalui via Website, aplikasi, dan media sosial seperti *ig, facebook, whatsapp,* dan lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Di LAZISNU ini, strategi edukasi zakat berbasis digitalnya itu dilakukan melalui via medsos atau media sosial seperti ig, facebook, story whatsapp, dan juga youtube. Biasanya kita itu membuat konten yang akan kita share melalui medsos seperti video terkait edukasi zakat, ceramah-ceramah singkat terkait zakat, poster digital, jenis-jenis zakat itu apa saja, dan juga ada acara membayar zakat itu bagaimana. Tujuan dari pendekatan ini yaitu untuk supaya bisa menjangkau pengguna yang lebih luas lagi, terutama yaitu generasi milenial atau generasi muda yang lebih sering menggunakan media sosial atau aktif di media sosial."* [101]

a. *Website*

Website merupakan Kumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet. *Website* ini berisi informasi dalam bentuk gambar, video, dan lainnya. Di dalam *Website* ini, menyediakan berbagai informasi maupun menyediakan layanan. Hal ini sesuai dengan hasil wawncara dengan beliau Bapak Didik Eko Suryono:

> *"Kita melakukan edukasi digital zakat ini menggunakan website juga. Website ini bisa diakses oleh semua orang. Di dalam website ini berisi kegiatan-kegiatan kita berupa gambar atau video-video."*

[101] Didik Eko Suryanto, Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital, Desember 2024, Kantor LAZISNU Ponorogo.

Adapun tujuan adanya *Website* di LAZISNU yaitu untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan dan program-program yang ada di LAZISNU Ponorogo, memudahkan Masyarakat untuk berdonasi, dan mengedukasi Masyarakat terkait zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Tujuan kita mengedukasi zakat dengan digital melalui website itu supaya jangkauan kita luas dalam mengedukasi sehingga mudah dalammngedukasi. Selain itu, Masyarakat bisa mudah membayar zakat tanpa langsung datang ke kantor, serta memberikan informasi apa saja kegiatan-kegiatan yang kita lakukan sehingga bisa membuat Masyarakat sadar untuk membayar zakat."*

Secara umum, LAZISNU memiliki Website utama yaitu nucare.id yang mana website ini merupakan platform nasional dari NU Care LAZISNU. Adapun isi dari website ini yaitu informasi terkait program-program dari LAZISNU, berita terkiat kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh LAZISNU, informasi terkait zakat, laporan keuangan, dan juga informasi bagaimana cara berdonasi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Website nya bisa dilihat di nucare.id. Website ini isinya sangat lengkap, mulai dari kegiatan-kegiatan kita, program-program yang kita adakan, terkait zakat, laporan keuangan baik bulanan maupun tahunan, dan juga ada cara untuk berdonasi di LAZISNU."

b. Media Sosial

Selain melalui website, di LAZISNU cabang Ponorogo juga menyediakan media sosial sebagai sarana edukasi zakat berbasis digital. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh data berikut ini:

> *"Selain melalui website, kita juga menyediakan media sosial yang berfungsi sebagai platform multifungsi untuk edukasi zakat berbasis digital. Hampir semua media sosial kita gunakan, mulai dari Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, maupun Whatsapp.*

Semua kita lakukan supaya bisa menjangkau seluruh wilayah, tdaik hanya bagian perkotaan saja, akan tetapi juga pedesaan."

1) Facebook

Tabel 4.5. Data Hasil Penggunaan *Facebook* oleh LAZISNU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	56 video, kurang dari 500 foto
2.	Total Views	Kurang lebih 7.000 tayangan
3.	Total Likes	Kurang dari 3.000 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 3.000 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	1.401 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Kurang dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Facebook merupakan media sosial yang paling sering digunakan LAZISNU Cabang Ponorogo unruk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Alasannya karena *Facebook* ini merupakan aplikasi yang masih banyak orang yang menggunakan, terutama lansia. Mereka suka menggunakan *Facebook* karena caranya yang masih mudah dan tentunya media sosial ini media sosial paling lama, sehingga banyak dikenal di kalangan lansia. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Kita sering menggunakan Facebook. Karena apa? Karena pengguna Facebook itu kebanyakan orang-orang dewasa, dan yang banyak mengeluarkan zakat itu juga orang-orang dewasa. Facebook ini penggunaannya juga mudah, dan tentunya media sosial ini sudah ada sejak lama sehingga banyak dikenal di kalangan lansia."*

Adapun konten yang sering di unggah di *Facebook* yaitu berupa kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di LAZISNU Cabang Ponorogo seperti kegiatan galang dana, bantuan pengembangan usaha untuk kaum dhuafa, ajakan untuk berbagi pada jumat berkah, pentasyarufan zakat mal, dan kegiatan yang lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak Didik Eko Suryono:

> *"Semua kegiatan yang kita lakukan itu akan kita unggah di media sosial Facebook mbak, mulai dari kegiatan penggalangan dana, kegiatan pengembangan usaha untuk kaum dhuafa, ajakan berbagi pada juamt berkah, pentasyarufan zakat mal, dan kegiatan lainnya."*

Dari data hasil penggunaan *Facebook* oleh LAZISNU Cabang Ponorogo pada Tabel 4.5. di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi edukasi zakat berbasis digital melalui media sosial *Facebook* ini sudah berkembang. Hal ini bisa dilihat dari jumlah postingan yang sudah banyak, yaitu jumlah video sekitar 56 video dan jumlah foto sekitar 500 foto. Selain itu, pertemanan di *Facebook* ini sudah lebih dari 1.000 yaitu sekitar 1.401 teman. Hal ini bisa dikatakan bahwa edukasi zakat berbasis digital melalui media sosial *Facebook* ini sudah berjalan dengan lancar.

2) Instagram

Tabel 4.6. Data Hasil Penggunaan *Instagram* oleh LAZISNU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	29
2.	Total Views	Kurang lebih 200 tayangan
3.	Total Likes	580 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	256 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Kurang dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Instagram merupakan salah media sosial yang digunakan oleh LAZISNU Cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. LAZISNU Cabang Ponorogo menggunakan *Instagram* ini sejak tahun 2019. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menyesuaikan perkembangan zaman supaya tidak tertinggal. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"LAZISNU Cabang Ponorogo ini menggunakan media sosial berupa Instagram ini sejak tahun 2019. Hal ini dilakukan karena tehun ini, media sosial Instagram lagi banyak digunakan di kalangan muda. Oleh karena itu, kita juga menggunakannya untuk edukasi digital supaya bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman."*

Adapun edukasi berbasis digital yang dilakukan oleh LAZISNU Cabang Ponorogo ini merupakan kegiatan-kegiatan yang di unggah di Instagram. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain kegiatan berbagi, sedekah jariyah, bantuan kepada bencana alam, pemberian zakat, dan kegiatan lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Semua kegiatan yang kita lakukan di LAZISNU ini kita unggah di media sosial Instagram, baik kegiatan sedekah jariyah, kegiatan bantuan korban bencana alam, pemberian zakat, maupun kegiatan yang lainnya."*

Dari data hasil penggunaan Instagram oleh LAZISNU Cabang Ponorogo pada Tabel 4.6 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa edukasi berbasis digital melalui media sosial *Instagram* belum sepenuhnya berjalan. Hal ini dapat diketahui dari jumlah unggahannya yang hanya 29 unggahan dan terakhir mengunggah pada tahun 2023 lalu. Jumlah pengikutnya pun hanya 256 pengikut. Sehingga dalam hal ini, startegi edukasi zakat berbasis digital melalui media sosial *Instagram* masih belum bisa berkembang dengan baik."

3) Tiktok

Tabel 4.7. Data Hasil Penggunaan *Tiktok* oleh LAZISNU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	10
2.	Total Views	Kurang lebih 1.091 tayangan
3.	Total Likes	29 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	102 pengikut

7.	Engagement Rate	8% (rata-rata)
8.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
9.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
10.	Respon Audiens	Kurang dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Tiktok merupakan media sosial yang juga digunakan oleh LAZISNU Cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Akan tetapi, media sosial *Tiktok* ini masih tergolong baru, dan baru digunakan oleh LAZISNU Cabang Ponorogo. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Kita juga menggunakan media sosial Tiktok untuk melakukan edukasi berbasis digital. Akan tetapi, media sosial Tiktok ini baru kita gunakan dan kita akan berusaha mengembangkan karena sekarang ini lagi banyak yang menggunakan media sosial Tiktok, apalagi kalangan generasi milenial ini."*

Adapun edukasi berbasis digital melalui media sosial *Tiktok* ini dilakukan dengan cara membagikan foto dan video pendek. Kegiatan yang diunggah hampir sama dengan kegiatan yang di unggah di *Facebook* dan *Instagram*, akan tetapi bedanya kalau di *Tiktok* ini surasi videonya pendek-pendek. Adapun kegiatannya seperti bantuan bencana alam, pemberian zakat, dan kegiatan yang lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara bersmaa beliau:

> *"Aslinya foto atau video yang kita unggah di media sosial itu sama. Kegiatan-kegiatannya juga sama. Mulai dari bantuan bencana alam, pemberian zakat, maupun kegiatan yang lainnya."*

Berdasarkan data hasil penggunaan *Tiktok* di LAZISNU Cabang Ponorogo pada **Tabel 4.7.** maka dapat diketahui bahwa media sosial Tiktok di sini belum berkembang. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah konten yang dibuat hanya berjumlah sepuluh. Sedangkan jumlah pengikutnya hanya berjumlah 102 pengikut. Hal ini dikarenakan LAZISNU Cabang Ponorogo baru membuat akun Tiktok untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital ini. Rencananya akan dikembangkan supaya bisa memberikan edukasi kepada Masyarakat secara maksimal.

4) Youtube

Tabel 4.8. Data Hasil Penggunaan *Youtube* oleh LAZISNU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	49
2.	Total Views	Kurang lebih 9.540 tayangan
3.	Total Likes	Kurang dari 50 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Durasi Video	Kurang lebih 10 menit
6.	Jumlah Followers Baru	196 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Kurang dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Kurang dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Media sosial *Youtube* merupakan media sosial berbasis video. Biasanya dalam Youtube ini, video yang diunggah dalam durasi

waktu yang lama. LAZISNU Cabang Ponorogo juga menggunakan media sosial *Youtube* karena yang mudah dijangkau oleh semua kalangan dan video durasi yang diunggah bisa lama, bahkan berjam-jam. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak Didik:

> *"Kami juga menggunakan media sosial Youtube untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital ini. Jika kita mengunggah video edukasi dalam jangka yang lama ini bisa, sehingga kegiatan kita secara full sering kita unggah di sini. kita berusaha menggunakan seluruh media sosial untuk melakukan edukasi supaya jangkauannya lebih luas dan bisa menyesuaikan dengan kondisi masyarakatnya."*

Adapun kegiatan yang diunggah di media sosil *Youtube* yaitu semua kegiatan mulai dari kegiatan peringatan hari santri, ngaji rutin malam rabu, ngaji Bersama yang membahas terkait zakat seperti nishob zakat mal dan prosedur penerimaan zakat, dan kegiatan yang lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> "Kegiatan yang kita unggah biasanya kegiatan yang durasinya itu lama seperti ngaji Bersama yang membahas terkait nishob zakat mal dan prosedur penerimaan zakat, peringatan hari santri, ngaji rutin malam rabu, dan kegiatan yang lainnya."

Berdasarkan data hasil penggunaan *Youtube* di LAZISNU Cabang Ponorogo pada **Tabel 4.8.** di atas, maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial *Youtube* belum berkembang sepenuhnya. Hal ini bisa dibuktikan dengan jumlah unggahannya yang hanya berjumlah 49 video. Sedangkan pengikutnya hanya ada 196 pengikut. Selain itu, video terakhir yang diupload itu sudah dari tahun 2023 dan belum berkembang. Akan tetapi, LAZISNU Ponorogo sudah mengikuti perkembangan teknologi dengan menggunakan media sosial *Youtube* untuk melakukan strategi edukasi berbasis digital.

5) Whatsapp

Whatsapp merupakan salah satu media sosial yang juga digunakan oleh LAZISNU Cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Edukasi zakat berbasis digital ini dilakukan dengan cara membagikan gambar atau video berupa zakat dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh LAZISNU Cabang Ponorogo ke status dan grup-grup tertentu. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak Didik:

> *"Kita juga menggunakan media sosial Whatsapp untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital ini. Caranya yaitu kita mengirimkan gambar atau video edukasi kit aitu ke status dan mengirimkannya di grup-grup tertentu. Nanti bagi yang ingin bertanya akan kita persialahkan dengan terbuka. Foto atau video ini sebenarnya sama saja dengan edukasi di media sosial yang lainnya, yaitu foto atau video terkait kegiatan kita seperti galang donasi, pentingnya membayar zakat, penyaluran dana kepada Yatin piatu dan kaum dhuafa, dan kegiatan yang lainnya."*

Akan tetapi, ada beberapa kelemahan jika melakukan edukasi zakat berbasis digital melalui media sosial *Whatsapp* yaitu terbatasnya jangkauan karena hanya menjangkau mereka yang sudah punya grup atau yang sudah menyimpan kontak. Selain itu, melakukan edukasi zakat berbasis digital ini bisa rentan terhadap hoaks karena jika tidak dikelola dengan baik, maka bisa terjadi penyebaran informasi yang salah terkait zakat. Efektivitas penyampaian edukasi juga kurang karena bisa jadi seringnya menerima pesan dari grup, sehingga informasi terkait edukasi menjadi hilanga atau tenggelam. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama dengan beliau:

> *"Melakukan edukasi zakat berbasis digital dengan Whatsapp itu mudah, hanya membagikan ke status atau grup-grup yang*

kita inginkan. Akan tetapi, jangkauan kita menjadi terbatas karena orang yang bisa melihat edukasi kita hanya orang yang menyimpan nomor kitan dan orang yang sudah masuk ke dalam grup saja. Edukasi ini nantinya juga rentang adanya berita hoaks karena jika informasi tidak diterima dengan baik, maka bisa jadi akan terjadi penyebaran informasi yang salah. Apalagi kalau kita kirim di grup, pesan yang kita kirim kadang juga menjadi terpendam karena ketumpuk dengan pesan-pesan yang lainnya."

c. Aplikasi

Aplikasi ini merupakan salah satu cara LAZISNU Cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Adapun aplikasi ini terdiri dari dua aplikasi yaitu aplikasi NU Care id dan aplikasi KitaBisa. Hal ini sesuai dengan wawancara Bersama beliau:

"*Kita menamai aplikasi ini dengan "NU Care id". Selain itu, kita juga ada aplikasi "KitaBisa" Dimana aplikasi ini merupakan platform penggalangan dana dan donasi online yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti bantuan bencana, kemanusiaan, dan medis. Aplikasi ini juga dapat digunakan untuk membayar zakat bagi umat Islam."*

Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur, diantaranya kalkulator zakat untuk menghitung jumlah zakat yang harus kita bayar tanpa menghitung manual, menyediakan panduan Langkah-langkah bagaimana cara membayar zakat, dan fitur yang lainnya. Akan tetapi, aplikasi yang ada di LAZISNU Cabang Ponorogo ini belum bisa digunakan karena baru akan diluncurkan bulan Januari. Berikut hasil wawancara dengan beliau:

"*Sekarang ini aplikasinya belum kita gunakan dan belum kita luncurkan Tujuan aplikasi ini dirancang supaya untuk memudahkan Masyarakat dalam memahami zakat serta bisa melaksanakan kewajiban zakat dengan berbagai fitur seperti*

kalkulator zakat yang digunakan untuk membantu menghitung jumlah zakat yang harus dikeluarkan sesuai dengan jenis harta yang dimiliki oleh masing-masing Masyarakat. Aplikasi ini juga menyediakan panduan Langkah-langkah bagaimana cara membayar zakat dengan benar, sehingga mereka tidak akan bingung bagaimana caranya membayar zakat dan mereka akan paham dengan jelas cara membayar zakatnya."

Di dalam aplikasi ini, terdapat laporan penggunaan dana zakat secara transparan dengan tujuan untuk memberikan kepercayaan kepada Masyarakat bahwa zakat yang ada di LAZISNU Cabang Ponorogo ini dikelola dan disalurkan dengan baik.

"Dalam aplikasi ini, nantinya juga akan ada laporan penggunaan dana zakat secara transparan yang tujuannya itu supaya Masyarakat itu percaya bahwa dana zakat ini dikelola dengan sabik-baiknya dan tepat susuai dengan sasaran. Dengan aksesnya yang mudah dan layanannya juga praktis, maka Masyarakat itu semakin mudah dalam membayar zakat, bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, sehingga diharapkan semakin banyaknya Masyarakat yang sadar dalam membayar zakat. Rencananya, aplikasi ini akan kita gunakan pada bulan Januari tahun depan. Sekarang ini sudah ada, akan tetapi belum siap sepenuhnya."

Tujuan utama dari penerapan strategi edukasi zakat berbasis digital adalah untuk memperluas jangkauan informasi tentang zakat, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat, serta mempermudah proses pembayaran dan penyaluran zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

"Kita melakukan strategi edukasi zakat berbasis digital ini tujuan utamanya supaya Masyarakat teredukasi tentang zakat, sehingga dalam halitu mereka akan sadar pentingnya mengeluarkan zakat. Nah, dengan adanya strategi edukasi zakat berbasis digital ini, maka

mereka juga akan dengan mudah melakukan pembayaran zakat, karena dengan mengetahui zakat, maka mereka juga akan mudah mengakses teknoloi di mana teknologi tersebut itu juga mengedukasi terkait zakat dan biasanya juga disertai dengan aplikasi pembayaran zakat, sehingga mereka mudah tidak perlu pergi kemana-mana dalam membayar zakat, cukup dengan aplikasi atau model yang lainnya saja."

Proses perencanaan dan pengembangan strategi zakat berbasis digital melibatkan serangkaian tahapan mulai dari pemetaan kebutuhan dan situasi, penyusunan tujuan dan sasaran, perancangan strategi, pengembangan sistem, hingga implementasi dan evaluasi. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa sistem yang dibangun dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, meningkatkan kesadaran berzakat, dan mempermudah pengelolaan zakat. Faktor-faktor seperti keamanan data, keterjangkauan, dan integrasi dengan program lain juga perlu diperhatikan agar strategi ini dapat berjalan efektif dan berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

"Untuk proses perencanaan dan pengembangan strategi edukasi berbasis digital nanti, kita akan koordinasi terlebih dahulu dengan Lembaga se Ponorogo ke lembaganya. Setelah itu nanti, kita melakukan pemetaan situasi, siapa saja yang akan kita edukasi. Kemudian kita Menyusun apa saja yang akan kita edukasi, misalnya konten atau contoh pemberian bantuan apa gitu ke Masyarakat. Nantinya akan kita perlihatkan di media sosial. Setelah itu, kita juga melakukan evaluasi terkait edukasi zakat berbasis digital. Kita lihat seberapa banyak orang yang paham, seberapa banyak orang yang membayar zakat setelah kita edukasi. Jadinya, nanti kita tahu apakah startegi digital tersebut bisa berkembang atau tidak."

Untuk memastikan konten digital relevan dan efektif bagi masyarakat Ponorogo, diperlukan pemahaman mendalam terhadap karakteristik lokal. Langkah-langkah yang dapat dilakukan meliputi:

menyesuaikan bahasa dengan dialek lokal, memanfaatkan platform media sosial yang populer, dan menggandeng tokoh masyarakat untuk meningkatkan kredibilitas. Selain itu, konten harus menyajikan informasi yang bermanfaat dan menarik, seperti galang donasi untuk Masyarakat miskin, Masyarakat yang terkena musibah, dan lainnya. Dengan demikian, konten digital tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga menjadi sarana untuk memperkuat identitas lokal dan mempererat tali persaudaraan masyarakat Ponorogo. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Didik:

> *"Kita harus mencari permasalahan dahulu pada Masyarakat Ponororo, terus kita buat konten yang sesuai dengan kondisi, kemudian kita galang donasi. Cara seperti itu bisa menarik Masyarakat dalam membayar zakat. Media sosialnya kita juga harus menyesuaikan dengan masyarakatnya, seperti sekarang ini yang lagi ramai-ramainya itu menggunakan Facebook. Untuk itu, kita juga lebih ke Facebook juga. Sekarang ini website juga banyak peminatnya, banyak yang baca. Jadi, kita juga mengupload ke Website juga."*

Adapun teori yang diberikan dalam mengedukasi zakat berbasis digital yaitu teori teori-teori komunikasi seperti teori *agenda setting* (menetapkan isu zakat sebagai isu penting), teori *uses and gratifications* (membuat konten yang memenuhi kebutuhan emosional dan informasi masyarakat), dan teori difusi inovasi (memanfaatkan influencer untuk mempercepat penyebaran informasi) diterapkan secara efektif. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Contoh nyata penggalangan zakat berbasis digital adalah kampanye yang dilakukan oleh sebuah lembaga amil zakat. Kampanye ini memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok dengan membuat konten-konten menarik berupa video pendek yang menyentuh hati, dipadukan dengan data visual yang informatif tentang kondisi mustahik. Selain itu, kampanye ini juga*

melibatkan influencer dan selebriti untuk meningkatkan jangkauan dan menarik perhatian masyarakat. Hasilnya, kampanye ini berhasil menggalang dana zakat dalam jumlah yang signifikan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berzakat. Jadi, di sini kita tidak mengedukasi dengan materi, akan tetapi dengan bukti atau contoh yang nantinya Masyarakat akan merasakan manfaatnya kemudian mereka nantinya juga akan mengikuti untuk membayar zakat."

Edukasi zakat berbasis digital ini tidak berfokus pada edukasi terkait teori zakat, akan tetapi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh LAZISNU Cabang Ponorogo karena dengan memberikan contoh kegiatan ini, maka akan memberikan pemahaman kepada Masyarakat secara tidak langsung terkait zakat yang nantinya akan memberikan kesadaran Masyarakat untuk membayar zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Kita tidak memberikan edukasi terkait teori ya mbak. Akan tetapi, kita memberikan edukasi berupa kegiatan-kegiatan yang kita upload dengan tujuan supaya mereka berfikir nantinya zakat yang mereka berikan ini nanti bisa tersalurkan dengan baik dan nantinya mereka akan sadar bahwa mengeluarkan zakat itu penting. Kalau kita ajari teori, tidak semua orang bisa memahaminya, apalagi bagi Masyarakat yang sudah berumur"

Untuk memastikan bahwa strategi edukasi zakat berbasis digital ini dapat menjangkau seluruh lapisan Masyarakat, termasuk orang yang kurang akrab dengan teknoloi, maka lembaga zakat perlu menggabungkan pendekatan online dan offline. Selain memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan website, lembaga zakat juga perlu melakukan kegiatan tatap muka di komunitas-komunitas, terutama di daerah yang akses internetnya terbatas. Pembuatan konten yang sederhana dan mudah dipahami, serta penggunaan bahasa yang sesuai dengan tingkat pendidikan masyarakat juga sangat penting. Selain itu, lembaga zakat dapat bekerja sama dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, dan lembaga pendidikan

untuk menyebarkan informasi tentang zakat. Dengan demikian, pesan tentang zakat dapat sampai kepada seluruh lapisan masyarakat secara efektif. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

> *"Supaya strategi edukasi berbasis digital ini bisa menjangkau seluruh lapisan Masyarakat, termasuk yang kurang akrab dengan teknologi, maka kita juga harus menyeimbangkan antara pendekatan online dan ofline. Jika online sasaran kita itu generasi milenial, akan tetapi jika ofline itu sasaran kita orang tua. Jadi, kita juga membuat konten-konten di media sosial kita. Kita juga melakukan promosi-promosi untuk menarik Masyarakat supaya membayar zakat. Jika orang awam, orang tua, kita harus melakukan edukasi secara manual atau ofline supaya mereka juga paham terkait zakat. Pokoknya tidak melulu online semua, harus imbang lah kedua-duanya."*

Inovasi yang diterapkan untuk membuat strategi edukasi berbasis digital lebih menarik dan efektif yaitu dengan membuat aplikasi yang lebih menarik, dilenkapi dengan fitur-fitur sehingga semua Masyarakat lebih faham. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

> *"Kita juga perlu melakukan inovasi-inovasi dalam melakukan strategi edukasi zakat berbasis digital. Adapun inovasinya yaitu dengan membuat aplikasi yang lebih lengkap dan menarik perhatian Masyarakat, sehingga bisa membuat Masyarakat sadar untuk membayar zakat."*

Peran kolaborasi dengan pihak lain juga dibutuhkan demi mendukung strategi ini. Hal ini bisa dilakukan dengan bekerja sama dengan akun media sosial yang besar. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Kita juga bekerja sama dengan akun media sosial yang besar, seperti 'Ponorogo Update' untuk mendukung strategi ini. Karena, dalam media sosial yang besar, banyak Masyarakat yang mengakses media sosial tersebut. Jadi, kita selipkan edukasi zakat berbasis*

digital di situ supaya Masyarakat banyak yang tahu dan akhirnya mereka tertarik untuk membayar zakat."

Perlunya adanya pelatihan atau pendampingan untuk mansyarakat dalam mengakses edukasi zakat berbasis digital. Caranya yaitu dengan mengadakan pelatihan terkait zakat, dan mengadakan edukasi dalampengajian-pengajian. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

"Untuk anggota yang bekerja di sini, kita akan adakan pelatihan terkait zakat. Kita adakan setiap dua tahun sekali. Adapun isinya yaitu terkait edukasi zakat. Kalau masyarakatnya, kita langsung melakukan edukasi melalui pengajian atau perkumpulan lainnya, nantinya di situ kita edukasi supaya mereka tahu pentingnya membayar zakat. Kita harus menyeimbangkan antara cara online dengan ofline karena Masyarakatnya juga dengan latar belakang yang berbeda, apalagi terkait digital."

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan LAZISNU Cabang Ponorogo telah mengintegrasikan strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat. Strategi ini memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi, dan website. Tujuan utama adalah untuk menjangkau generasi muda dan masyarakat yang lebih luas, serta mempermudah proses pembayaran zakat.

Akan tetapi, masih belum bisa signifikan karena Sumber daya Manusia (SDM) yang mengelola khusus media sosial di sana belum ada, sehingga kuran berkembang dalam melakukan strategi edukasi berbasis digital ini.

3. LAZISMU Ponorogo

Di era digital saat ini, lembaga amil zakat, termasuk LAZISMU Cabang Ponorogo, harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat menyampaikan edukasi zakat secara lebih efektif dan menjangkau

lebih banyak masyarakat. Oleh karena itu, LAZISMU Ponorogo telah menerapkan berbagai strategi digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat. Strategi ini mencakup pemanfaatan media sosial dan platform digital, pengembangan aplikasi zakat, serta kolaborasi dengan tokoh agama, komunitas, dan influencer dalam menyebarkan materi edukasi melalui media online.

Sebagai lembaga yang berperan dalam pengelolaan zakat, LAZISMU menyadari bahwa media digital merupakan alat komunikasi yang efektif untuk menjangkau generasi muda, pekerja, dan masyarakat yang aktif menggunakan teknologi. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan kewajiban zakat, tetapi juga untuk mempermudah proses pembayaran zakat dengan sistem yang lebih transparan, akuntabel, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Sebelum membahas lebih lanjut hasil wawancara dengan pihak terkait, perlu dipahami bahwa strategi digital ini merupakan jawaban atas tantangan era modern serta upaya memperkuat peran zakat dalam pemberdayaan masyarakat.

LAZISMU Ponorogo menerapkan berbagai strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Salah satu strategi utama adalah pemanfaatan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp* untuk menyebarkan informasi tentang zakat dalam bentuk poster, infografis, dan video edukatif. Selain itu, LAZISMU juga menggunakan website resmi dan aplikasi digital yang memuat informasi lengkap tentang zakat, termasuk jenis-jenisnya, tata cara pembayaran, serta laporan transparansi distribusi zakat. Webinar dan live streaming melalui platform seperti *YouTube* dan *Zoom* juga sering dilakukan, menghadirkan ulama atau pakar zakat untuk memberikan pemahaman lebih mendalam kepada masyarakat. Selain itu, LAZISMU Ponorogo mengoptimalkan *chatbot* dan layanan konsultasi *online* untuk memudahkan masyarakat bertanya seputar kewajiban zakat secara langsung. Dengan strategi digital ini, LAZISMU berupaya menjangkau

berbagai lapisan masyarakat, baik yang sudah familiar dengan teknologi maupun yang baru mulai mengenalnya, sehingga edukasi zakat dapat diterima lebih luas dan efektif.

Bapak Yuni Handoko sebagai Manager Program di LAZISMU Ponorogo yang menjabat di bidang ini sejak tahun 2023. Beliau ini bertanggung jawab dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi program zakat, infaq, dan sedekah agar berjalan efektif dan tepat sasaran. Tugasnya meliputi perencanaan program pemberdayaan di bidang sosial, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan, serta memastikan implementasinya berjalan sesuai dengan visi organisasi. Selain itu, manajer program juga melakukan monitoring dan evaluasi, membangun kerja sama dengan berbagai pihak, serta mengelola anggaran dengan transparan. Mereka juga berperan dalam inovasi strategi digital untuk memperluas jangkauan edukasi dan distribusi zakat. Dengan tugas ini, manajer program memastikan bahwa zakat dikelola secara profesional dan memberikan dampak berkelanjutan bagi masyarakat. Sebelum menjadi Manager Program, beliau ini menjabat sebagai Funriser yang bertugas dalam menghimpun dana zakat, infaq, dan sedekah melalui berbagai strategi dan pendekatan yang efektif. Tugasnya meliputi pengembangan kampanye penggalangan dana, baik secara offline maupun digital, membangun hubungan dengan donatur, serta menjalin kerja sama dengan lembaga lain untuk memperluas sumber pendanaan. Selain itu, fundraiser juga melakukan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya berbagi melalui zakat dan infaq, serta memastikan transparansi dalam pengelolaan dana yang dihimpun. Jadi, sekarang ini, yang lebih mengetahui bagaimana cara mengedukasi zakat secara digital ini adalah beliau.

Adapun strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh LAZISMU Ponorogo dalam rangka meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam berzakat yaitu memalui via media sosial seperti *instagram, facebook, whatsapp,* dan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh data berikut:

"Sekarang ini kita mulai menggunakan media digital seperti Instragram, Facebook, Whatsapp, Youtube, dan Website-website seperti sedekahmu.com dan lain-lainnya. Kita mulai berkembang media sosialnya itu pada tahun 2019 yang tujuannya apa? Ya supaya tidak hanya warga Masyarakat Ponorogo saja yang dapat mengakses, akan tetapi seluruh warga Masyarakat luar Ponorogo bahkan seluruh Indonesia dan luar juga bisa mengaksesnya. Nah, dengan adanya website itu juga yang seperti sedekahmu.com ini, maka keuangan yang ada di LAZISMU ini bisa transparan, bisa juga penghitungannya secara langsung disitu dan pengelolaannya juga bisa dilihat oleh orang lain."

"Secara umum, kita itu media sosialnya sama ya mbak. Kita berupaya untuk optimalisasi supaya semua media digital itu berkembang. Aslinya kit aitu sudah optimal ya, tapi tugas kit aitu bagaimana memaksimalisasi media digital supaya lebih banyak Masyarakat lagi yang lebi tau terkait program-program yang ada di sini. Dulu, tahun 2019-an bagi Masyarakat Ponorogo melakukan zakat di LAZISMU ini masih awam, apakah itu Lembaga zakat atau Lembaga apa, pastinya mereka belum banyak yang percaya di LAZISMU ini. Hal ini masih kita laksanakan secara door to door dan banyak anggapan bahwa Lembaga kita itu penipu. Nah dengan adanya tudingan-tudingan seperti itu, kita sebagai Lembaga zakat LAZISMU menjadi termotivasi supaya Lembaga zakat kita itu semakin di kenal di Masyarakat Ponorogo."

a. *Website*

Website ini merupakan salah satu strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh LAZISMU Cabang Ponorogo. Website ini berisi website LAZISMU Ponorogo ini menyajikan beragam informasi dan layanan seputar zakat, infak, sedekah, serta berbagai aktivitas sosial di wilayah Ponorogo. Yang pertama yaitu, terdapat informasi umum LAZISMU yang berisi profil Lembaga, visi, dan misi LAZISMU

Ponorogo. Selain itu juga ada kontak yang bisa digunakan untuk bertanya jika ada yang perlu ditanyakan. Terdapat informasi tentang program-program yang dijalankan juga sehingga pengunjung tahu apa saja kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan.

Kedua, yaitu terdapat program-program yang dijalankan oleh LAZISMU Cabang Ponorogo. Di dalam program-program ini, terdapat laporan kegiatan dan penyaluran dana, informasi-informasi terkait program kemanusiaan, agama, sosial, dan lainnya, serta terdapat bukti berupa foto atau video yang diunggah di *website* tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak Yuni Handoko:[102]

> *"Semua foto atau video kegiatan yang kita lakukan itu anntinya juga akan di upload di website. Kita mengadakan program keagamaan, sosial, dan program kemanusiaan yang juga kita upload di Website."*

Ketiga, yaitu terdapat fitur donasi online yang berisi fasilitas untuk melakukan donasi secara online dengan berbagai metode pembayaran. Jadi, tidak perlu datang langsung ke kantor untuk membayar zakat. Selain itu, juga ada informasi tentang rekening donasi. Jadi, donasi yang ada di LAZISMU Cabang Ponorogo ini sudah dikelompokkan sendiri-sendiri sesuai dengan jenisnya, sehingga informasi yang dibagikan juga jelas dan bisa dilihat oleh semua orang yang mengunjungi website tersebut. Berikut hasil wawancara dengan beliau:

> *"Di dalam website kit aini juga ada fasilitas untuk melakukan zakat secara online. Jadi, Masyarakat tidak perlu datang ke kantor untuk membayar zakat. Mereka cukup melakukan pembayaran dengan transfer dan nantinya uang akan masuk dan identitas dari muzakki juga aka nada."*

---

[102] Yuni Handoko, Strategi Edukasi Berbasis Digital, 06 Januari, Kantor LAZISMU Ponorogo.

Keempat, yaitu laporan keuangan. Di dalam laporan keuangan ini berisi catatan seluruh aktivitas keuangan yang ada di LAZISMU Cabang Ponorogo yang mencakup pemasukan (zakat, infaq, sedekah) dan pengeluaran (penyaluran dana, dll). Dengan adanya laporan keuangan yang jelas dan terbuka, maka akan menciptakan laporan keuangan yang transparan dan akuntabel. Masyarakat bisa melihat dengan jelas dari mana dana tersebut berasal dan ke mana dana di salurkan. Sehingga dalam hal ini bisa menciptakan kepercayaan dan membuat mereka sadar pentingnya zakat. Berikut hasil wawancara Bersama Bapak Yuni Handoko:

> *"Seluruh aktivitas keuangan, baik pemasukan ataupun pengeluaran itu akan kita upload di website mbak. Jadi, supaya Masyarakat tahu dana apa saja yang masuk dan digunakan untuk apa saja dana tersebut. Sehingga dalam hal ini, mereka percaya bahwa dana yang kita Kelola itu benar-benar digunakan dengan benar, sehingga bisa mengedukasi mereka tentang pentingnya zakat dan akhirnya membuat mereka sadar untuk mengeluarkan zakat."*

b. Media Sosial

Media sosial yang digunakan oleh LAZISMU Cabang Ponorogo ini mencakup semua media sosial seperti *Tiktok*, *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, dan *Wahtsapp.*

1) Tiktok

Tabel 4.9. Data Hasil Penggunaan *Tiktok* oleh LAZISMU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	5
2.	Total Views	Kurang lebih 1.000 tayangan
3.	Total Likes	39 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat

5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	512 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Lebih dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Lebih dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Tiktok ini merupakan media sosial yang sekarang ini banyak digunakan oleh Masyarakat, terutama kalangan pemuda. Di dalam Tiktok LAZISMU Cabang Ponorogo ini berisi konten-konten edukasi terkait zakat dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh LAZISMU Cabang Ponorogo. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Sekarang media sosial Tiktok ini lagi trend mbak. Oleh karena itu, kita juga melakukan edukasi berbasis digital ini melalui media sosial Tiktok. Tiktok ini berisi foto atau video terkait zakat dan juga kegiatan-kegiatan yang telah kita lakukan."*

Akan tetapi, media sosial *Tiktok* ini baru digunakan karena merupakan media sosial terbaru dibandingkan dengan media sosial yang lainnya, seperti *Instagram, Youtube, Facebook.* Hal ini sesuai dengan wawancara Bersama beliau:

> *"Kita melalukan edukasi melalui Tiktok ini baru-baru. Karena Tiktok ini termasuk media sosial yang baru, sehingga kita nantinya akan mengembangkannya lagi supaya bisa mengikuti perkembangan teknologi."*

Dari data hasil penggunaan *Tiktok* di LAZISMU Ponorogo pada **Tabel 4.9.** maka dapat disimpulkan bahwa media sosial *Tiktok* ini masih belum tergolong maju, karena jumlah postingannya hanya berjumlah lima. Akan tetapi, jika dilihat dari jumlah pengikut, media sosial *Tiktok* yang ada di LAZISMU Ponorogo ini sudah termasuk berkambang karena jumlah pengikutnya sudah lebih dari 500 pengikut. Hal ini membuktikan bahwa banyak Masyarakat yang mengetahui adanya LAZISMU. Secara tida langsung, mereka teredukasi dengan baik dengan adanya media sosial *Tiktok* di LAZISMU Cabang Ponorogo.

2) Instagram

Tabel 4.10. Data Hasil Penggunaan *Instagram* oleh LAZISMU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	1.504
2.	Total Views	Kurang lebih 300.000 tayangan
3.	Total Likes	22.500 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	1834 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Lebih dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Lebih dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan oleh LAZISMU Cabang Ponorogo untuk melakukan

edukasi zakat berbasis digital. Hal ini dilakukan karena sekarang ini banyak Masyarakat yang menggunakan media sosial Instagram terutama kalangan muda atau generasi milenial. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak yuni Handoko:

> *"Kita paling sering menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital ini, hal ini karena sekarang ini banyak yang menggunakan Instagram, terutama generasi milenial ini."*

Adapun kegiatan yang di upload di media sosial *Instagram* ini yaitu mulai dari kegiatan pemasukan maupun kegiatan penyaluran, seperti ajakan untuk membayar zakat, bantuan sosial dakwah, bantuan Pendidikan, bantuan Kesehatan, galang donasi, dan kegiatan-kegiatan yang lainnya. Kegiatan ini diupload dalam bentuk gambar maupun video dengan durasi pendek. Adapun hasil wawancara dengan beliau:

> *"Semua keiatan baik pemasukan maupun pengeluaran atau penyaluran itu kita unggah di Instagram, seperti ajakan kita untuk membayar zakat, bantuan sosial dakwah, bantuan Pendidikan, bantuan Kesehatan, galang donasi, dan bantuan-bantuan lainnya. Kegiatan-kegiatan ini kita upload dalam bentuk gambar dan video sehingga tujuannya supaya Masyarakat mengetahui dan percaya bahwa uang yang kita terima itu tersalurkan dengan baik dan otomatis nantinya secara tdiak sadar mereka akan sadar akan pentingnya membayar zakat. Hal itu juga termasuk edukasi, walaupun tidak terkait materi."*

Berdasarkan data hasil penggunaan *Instagram* pada **Tabel 4.10.** dapat disimpulkan bahwa pengguanaan media sosial *Instagram* untuk edukasi zakat berbasis digital ini sudah berkembang di banding dengan Lembaga zakat yang lainnya. Hal ini bisa dilihat dari jumlah konten yang diupload sudah lebih dari 1.500 konten,

baik berupa foto maupun video. Selain itu, juga dapat dilihat dari jumlah *follower*s atau pengikut yang sekarang ini mencapai hampir dari 2.000 tepatnya 1.804 pengikut. Sehingga dalam hal ini, media sosial Instagram menjadi media sosial yang paling popular di LAZISMU Cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital ini,

3) Youtube

Tabel 4.11. Data Hasil Penggunaan *Youtube* oleh LAZISMU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	164
2.	Total Views	Kurang lebih 63.069 tayangan
3.	Total Likes	Kurang dari 5.000 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	578 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Lebih dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Lebih dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Youtube merupakan salah satu media sosial yang digunakan LAZISMU Cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital ini. Media sosial Youtube ini juga merupakan media sosial yang sering digunakan oleh LAZISMU Cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Berikut hasil wawancara Bersama beliau:

"Kita juga menggunakan media sosial Youtube untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Semua media sosial akan kita kembangkan semua karena sekarang ini zamannya sudah milenial, Dimana semuanya serba teknologi, sehingga harus bisa menyesuaikan dengan perkambangan zaman."

Adapun konten yang ada di dalam *Youtube* ini sama seperti media sosial yang lainnya. Perbedaannya yaitu terletak pada durasi videonya. Jika media sosial yang lain, durasi videonya pendek dan singkat, sedangkan dalam *Youtube* ini, durasi videonya tidak terbatas, bisa berjam-jam. Adapun kegiatan yang diunggah di *Youtube* yaitu program bantuan Pembangunan, program sanitasi air untuk Masyarakat, program bakti guru, dan program-program lainnya. Berikut hasil wawancara dengan beliau:

"Kegiatan yang kita upload di Youtube sebenarnya sama saja dengan kegiatan yang kita upload di media sosial yang alinnya. Akan tetapi, perbedaannya yaitu terletak pada durasi videonya. Jika di media sosial lain, tidak bisa upload video dengan durasi yang Panjang, bisanya maksimal satu menit. Sedangkan di Youtube ini, durasi video bisa berjam-jam sehingga mudah. Adapun kegiatan yang kita lakukan ini yaitu mulai dari program bantuan Pembangunan, program sanitasi air untuk Masyarakat, program bakti guru, dan program-program lainnya."

Berdasarkan data hasil penggunaan *Youtube* oleh LAZISMU Cabang Ponorogo di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial *Youtube* sudah berkembang dan lebih bagus di bandingan dengan Lembaga zakat yang lainnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya postingan di *Youtube,* yaitu sekitar 164 video. Selain itu, juga dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah *subscriber* yaitu sekitar 578 *subsriber.* Hal ini emmbuktikan bahwa di LAZISMU Cabang

Ponorogo media sosialnya baik dalam negedukasi Masyarakat berbasis digital.

4) Facebook

Tabel 4.12. Data Hasil Penggunaan *Facebook* oleh LAZISMU

No	Kategori	Data/Statistik
1.	Jumlah Konten Dibuat	9
2.	Total Views	Kurang dari 50 tayangan
3.	Total Likes	Kurang dari 50 suka pada seluruh video
4.	Total Komentar	Kurang dari 50 komentar, mayoritas berupa pertanyaan seputar zakat
5.	Total Share	Kurang dari 50 kali dibagikan
6.	Jumlah Followers Baru	411 pengikut
7.	Peningkatan Kesadaran Zakat	Lebih dari 50% peningkatan pertanyaan dan konsultasi zakat di BAZNAS Ponorogo
8.	Topik yang Paling Populer	Berbagi zakat
9.	Respon Audiens	Lebih dari 50% komentar positif terkait manfaat edukasi zakat

Facebook merupakan salah satu media sosial yang juga digunakan oleh LAZISMU Ponorogo unruk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Adapun kegiatan yang dilakukan di *Facebook* ini sama dengan kegiatan yang dilakukan di media sosial yang lainnya. Media sosial Facebook yang ada di LAZISMU Cabang Ponorogo ini membrikan gambar yang berisi kegiatan-kegiatan yang ada di sana, mulai dari program peduli bencana, dan program yang lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak Yuni Handoko:

"Kita juga menggunakan Facebook untuk edukasi zakat berbasis digital. Metodenya juga sama dengan media sosial lainnya dengan cara membagikan foto ke Facebook. Adapun program-program yang kita upload yaitu program peduli bencana dan program yang lainnya."

Akan tetapi, media sosial di facebook ini tidak berkembang. Hal ini dikarenakan facebook ini sekarang sudah jarang yang menggunakan, hanya beberapa orang dan kebanyakan lansia. Sekarang ini, banyak generasi muda yang tidak menggunakan media sosial Facebook lagi, akan tetapi sudah bergeser ke media sosial Instagram dan Tiktok. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Tapi, media sosial facebook kita tidak berkembang seperti media sosial yang lainnya. Hal ini dikarenakan sekarang ini sudah jarang yang menggunakan media sosial Facebook ini, hanya beberapa saja. Generasi muda pun juga jaran yang menggunakan, dan mereka sekarang sudah berpindah ke Instagram dan Tiktok."

Bersadarkan data hasil penggunaan media sosial *Facebook* pada **Tabel 4.12.** maka dapat disimpulkan bahwa media sosial ini tidak berkembang. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah postingannya yang hanya berjumlah Sembilan foto, sedangkan tidak ada satu pun video yang diunggah. Selain itu, jumlah pengikutnya juga hanya ada 411 pengikut. Hal ini lebih kecil dan sedikit dibandingkan dengan media sosial yang lainnya. Unggahan foto yang ada di facebook juga sudah dari 2017 lalu, dan sekarang sudah tidak pernah mengirim postingan di *Facebook* ini.

5) Whatsapp

Whatsapp merupakan media sosial yang paling sering digunakan oleh Masyarakat. *Whatsapp* ini juga digunakan oleh LAZISMU cabang Ponorogo untuk melakukan edukasi berbasis digital. Adapun starteginya yaitu dengan cara membagikan foto atau video ke status dan dibagikan langsung ke grup. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Kita juga melakukan edukasi digital dengan melalui Whatsapp. Caranya yaitu dengan membuat status berupa foto atau video terkait zakat dan kegiatan-kegiatan yang kita adakan. Kita juga akan membaginya ke grup yang telah kita sepakati."*

Akan tetapi, penggunaan media sosial *Whatsapp* ini kurang strategis karena memiliki beberapa kelemahan, seperti hanya bisa dibagikan ke dalam grup-grup yang mana hanya orang yang masuk grup saja yang mengetahui. Sedangkan informasi yang diberikan juga rawan terdapat penyebaran berita yang tidak benar oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Adapun tujuan utama dari penerapan strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh LAZISMU Ponorogo ini yaitu optimalisasi penghimpunan dana zakat secara maksimal. Tidak hanya zakat, akan tetapi ada dana infaq, shodaqoh, dan dana-dana penghimpunan lainnya yang ada di LAZISMU Ponorogo. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Yuni Handoko.

> *"Tetntunya dan pastinya Ketika kita menggunakan strategi zakat berbasis digital ini adalah supaya terkait dengan perhimpunan atau pendayagunaan ini supaya bisa optimal, yaitu sifatnya optimalisasi penghimpunan dana zakat, infaq, dan shodaqoh, serta dana penghimpunan keagamaan yang lainnya secara maksimal. Kita juga beberapa kali menerima yang sifatnya wakaf yang nantinya bisa dibangun untuk keagamaan seperti masjid, sekolah, dan lainnya.*

Selain itu juga ada dana wakaf produktif seperti mobil, bus, truk, dan lainnya yang berguna untuk kemanfaatan Masyarakat. Selain itu, tujuannya supaya bisa transparansi, karena banyak Lembaga zakat di Indonesia yang informasinya tidak bisa diakses untuk semua Masyarakat di Indonesia kecuali kepengurusannya. Nah, untuk itu kita yang ada di Lembaga ini bisa menginformasikan seluruh informasi-informasi supaya dapat diakses oleh semua lapisan Masyarakat, baik itu dana penghimpunan, pentasarufan, atau semua dana itu dapat dipertanggung jawabkan. Kita juga sudah diaudit oleh Lembaga auditor sejak tahun 2019 sehingga semuanya bisa dipertanggungjawabkan. Nah, dengan adanya media digital ini, maka bisa optimal."

Proses perencanaan dan pengembangan strategi edukasi berbasis digital yaitu kompleks. Adanya rapat rutinan terkait dengan metode-metode yang sudah dilakukan yang sifatnya bisa mingguan dan bulanan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

"Kalau untuk proses perencanaan dan pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital, kita mengadakan rapat rutinan yang sifatnya bisa mingguan atau bulanan di bagian program masing-masing. Kita mengadakan monitoring dan evaluasi terkait dengan metode-metode yang sudah kita lakukan. Kita melihat sejauh mana terkait dengan konten-konten yang sudah kita buat. Apakah sudah berdampak positif atau belum terkait dana perhimpunan dan jumlah muzakkinya. Karena kita tahu kalau Masyarakat bisa teredukasi itu bis akita lihat jumlah muzakki dan jumlah zakat yang dikeluarkan sekarang ini. Kita lihat jika konten-konten yang sudah kita buat itu negative maka penyebabnya dari mana, apakah kurang sesuai atau biasa-biasa saja. Jika konten yang kita buat itu biasa-biasa saja maka kita perbaiki. Yang harus kita perbaiki yaitu kita meng-upgrade sumber daya kita yang berada di media dan program supaya belajar di luar dan mengembangkan diri. Kita biasanya

sekolah amil di Sragen, Banyumas, dan Gresik. Kita juga mengadakan evaluasi secara menyeluruh semua organisasi yang ada di LAZISMU Ponorogo."

Adapun Langkah-langkah khusus untuk menyesuaikan konten digital dengan kebutuhan Masyarakat Ponorogo yaitu dengan kolaborasi Bersama radio Gema Surya. Radio Gema Surya sering Mengundang LAZISMU Ponorogo Ketika ada program-program di LAZISMU. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Yuni Handoko.

"Kalau sekarang ini kita menyesuaikan konten digital dengan kebutuhan Masyarakat Ponorogo melalui kolaborasi Bersama radio Gema Surya. Kita sering diundang radio Gema surya pada saat ada program-program LAZISMU dan bencana-bencana. Kenapa kok kita memilih radio Gema Surya? Karena kita sesuaikan dengan umurnya ya mbak. Kalau yang sifatnya masih anak-anak muda dan Gen-Z atau milenial itu kita menggunakan media Instagram, tiktok, dan lainnya seperti itu. Tapi, kalau untuk Masyarakat yang sudah sepuh-sepuh itu kita menggunakan media radio media siaran karena tidak dipungkiri mereka mendengarkan salah satu media radio yaitu radio Gema Surya. Karena dengan kita menggunakan media RGS untuk mensyiarkan zakat kita ini, mereka otomatis juga akan mengeluarkan sebagian uang mereka untuk zakat, infaq, dan lainnya baik itu nanti mereka akan langsung ke sini atau kita yang akan menjemput. Kita akan menyesuaikan konten-konten tersebut dengan bijaksana, menyimpang atau tidak, dan bisa mendukung atau tidak."

LAZISMU Ponorogo memberikan berbagai edukasi zakat berbasis digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kewajiban zakat. Edukasi yang diberikan mencakup pemahaman dasar tentang zakat, seperti syarat wajib zakat, jenis-jenis zakat, serta tata cara perhitungannya sesuai dengan ketentuan syariah. Selain itu, LAZISMU juga mengajarkan transparansi dalam pengelolaan zakat, pentingnya niat dan keikhlasan dalam berzakat, serta

dampak zakat terhadap kesejahteraan umat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau.

> *"Kalau di LAZISMU kita itu menggunakan prinsip-prinsip syariah. Jadi, kita menjelaskan zakat itu apa, jenis-jenis zakat itu apa saja, karena kebanyakan dari mereka itu hanya tahu zakat yang wajib dikeluarkan itu hanya zakat fitrah yang dikeluarkan pada akhir puasa Ramadhan. Mereka tidak tahu zakat mal dan semacamnya, padahal secara materi mereka itu mampu dan hartanya juga sudah mencapai nishab. Akan tetapi karena minimnya pengetahuan, mereka jadi tidak tahu. Cara perhitungannya itu juga sudah kita jelaskan melalui web kita ya, jadi mereka tidak perlu menghitung, sudah ada kalkulatornya sendiri yang akan menghitungkan zakat mereka. Selain teori, kita juga ada praktik yang biasanya kita lakukan di bazar-bazar seperti bagi-bagi takjil dan lainnya. Dengan itu mereka menjadi berfikir itu uang dari mana. Harapannya mereka mau berzakat secara sukarela dengan kegiatan itu. Kita juga mengadakan kajian-kajian di masjid pada saat menjelang Ramadhan ini untuk mengedukasi Masyarakat pentingnya menyalurkan zakat pada saat bulan Ramadhan. Kita tidak hanya mengedukasi zakat fitrah, akan tetapi juga mengedukasi zakat mal bagi mereka yang sudah wajib mengeluarkan zakat mal. Bagi mereka yang belum berkewajiban mengeluarkan zakat mal, maka kita arahkan untuk mengeluarkan sedekah ataupun infaq."*

Transformasi digital yang ada di LAZISMU itu sifatnya tidak menyeluruh. Ada juga strategi yang sifatnya secara manual atau konvensional seperti media tulis dan media cetak. Hal ini sebagai salah satu Upaya supaya strategi zakat ini bisa menjangkau seluruh lapisan Masyarakat Ponorogo, termasuk bagi mereka yang kurang akrab dengan media digital. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau.

> *"Ada juga banyak Masyarakat yang sekarang ini belum menggunakan media digital, apalagi bagi Masyarakat yang berada*

di pedesaan dan usianya yang sudah tua. Kita tidak hanya menggunakan media digital saja, akan tetapi juga menggunakan media konvensional atau manual seperti media cetak dan tulis. Kita ada media Majalah Mata Hati dan media tulis seperti Muhammadiyah Ponorogo yang meliput kegiatan-kegiatan yang ada di Ponorogo. Bagi usia milenial, mereka tidak kesulitan dalam menggunakan media digital. Akan tetapi bagi mereka yang usianya lanjut, maka kita akan fasilitasi dengan adanya media cetaknya LAZISMU supaya mereka tetap teredukasi."

Adapun inovasi yang diterapkan untuk membuat strategi digital lebih menarik dan efektif yaitu update informasi dan pengetahuan terkait media apa yang bagus dalam menghimpun dana dan mengedukasi Masyarakat supaya sadar dalam mengeluarkan zakat.

Peran kolaborasi dengan pihak lain dilakukan dengan pemerintah daerah, Dinas Sosial Kemanusiaan, dan KEMENAG. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Yuni handoko.

"Kita bekerja sama dengan pemerintah daerah Ponorogo itu khususnya di bidang sosial kemanusiaan karena memang di Ponorogo ini termasuk kegiatan kebencanaan seperti kebanjiran, tanah longsor, dan bedah rumah itu sering kali dilakukan. Kita juga melakukan kerja sama dengan dinas sosial Ponorogo. Hal ini biasanya terkait dengan BPJS Kesehatan dari LAZISMU. Selain itu juga ada bantuan Kesehatan seperti kecelakaan dan lainnya. Kita juga kolaborasi dengan KEMENAG yaitu kampung zakat. Program ini kita laksanakan di pinggiran seperti Sampung, daerah Pudak. Di sana ada program kegiatan dengan memberikan bantuan dengan berwirausaha dari segi bantuan bulanan sembako. Kita juga menggandeng beberapa rekana, entah itu influencer atau giat di bidang sosial lainnya . Kita juga punya Namanya ortom atau organisasi otonom seperti ikatan pelajar Muhammadiyah, hizbul waton, pimpinan daerah Muhammadiyah. Mengajak mereka

berkolaborasi dalam perhimpunan. Ada juga sifatnya yang komunitas seperti pecinta Binatang, pecinta motor, dan lainnya dan mengajak mereka bagaimana cara mengedukasi mereka cara menghimpun dan mentasarufkan uang yang telah diterima, baik itu di program ekonomi, Pendidikan, Kesehatan, dan lainnya, itu merupakan strategi menarik perhatian mereka supaya mereka terlibat dalam penghimpunan atau pentasarufan uang di LAZISMU. Selain itu, kita juga ada kerja sama dengan Lembaga-lembaga itu misalkan Lembaga Pendidikan yang ada di bawah perserikatan Muhammadiyah. Nah, itu kita menggandeng SD, MI Muhammadiyah yang ada di Ponorogo dan sifatnya filantropi. Kita mengambil dana dari anak- anak karena tujuannya sebagai pembelajaran. Kita biasakan sedini mungkin anak-anak untuk mengenal zakat, infaq, dan sedekah. Tidak kita tekankan seberapa banyak yang mereka himpun, akan tetapi terkait dengan seberapa keikutsertaan mereka dalam program-program ini."

LAZISMU Ponorogo menyediakan pelatihan dan pendampingan bagi masyarakat dalam mengakses edukasi zakat secara digital melalui platform Sedekahmu.com. Melalui *website* ini, masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi mengenai zakat, mulai dari dasar hukum, jenis-jenis zakat, hingga cara menghitung dan menyalurkannya sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, LAZISMU juga menyelenggarakan webinar, tutorial interaktif, serta layanan konsultasi daring untuk membantu masyarakat memahami mekanisme zakat digital dengan lebih mudah. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi zakat serta mempermudah masyarakat dalam berzakat secara online dengan sistem yang transparan dan akuntabel. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau.

"Secara pendampingan secara rutin itu kita belum ada, tapi kalau pendampingan bagaimana cara membayar zakat itu ada. Jadi kita ada di web nya sedekahmu.com. Kita menjelaskan bagaimana cara

membukanya, bagaimana cara memilih program-programnya, mereka mau menaruh zakat di mana, maka kita menyediakan step-stepnya. Prinsipnya, kita terbuka terhadap semua Masyarakat Ponorogo, tapi sekarang ini masih lebih banyak dari Lembaga-lembaga pemerintah, kalau individu masih jarang. Dengan adanya platform digital seperti Sedekahmu.com, diharapkan edukasi zakat dapat menjangkau lebih banyak masyarakat, termasuk mereka yang belum familiar dengan konsep zakat digital, sehingga kesadaran dan partisipasi dalam berzakat semakin meningkat."

B. Analisis Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital yang telah dilakukan oleh Lembaga Zakat Ponorogo dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo

1. *Website*

Strategi edukasi zakat berbasis digital yang telah dilakukan oleh Lembaga Zakat di Ponorogo menunjukkan adanya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana utama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat. Hal ini berarti bahwa lembaga zakat tidak lagi hanya mengandalkan metode konvensional, seperti ceramah keagamaan, penyuluhan langsung, atau publikasi cetak, tetapi telah beralih ke pendekatan digital yang lebih modern dan menjangkau lebih luas. Pemanfaatan teknologi digital ini didorong oleh perubahan perilaku masyarakat yang kini semakin bergantung pada teknologi dalam mencari informasi, termasuk terkait kewajiban zakat. Dalam era digital, akses terhadap informasi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga penggunaan teknologi dalam edukasi zakat menjadi strategi yang sangat relevan dan efektif.[103]

Berdasarkan data yang diperoleh dari tiga lembaga zakat utama di Ponorogo, yaitu BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan

[103] Muhammad Yazid, "Inovasi Digital Dalam Pengelolaan Zakat Dan Wakaf," *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2024): 48–64.

LAZISMU Ponorogo, ketiganya telah menerapkan strategi edukasi berbasis digital dengan menggunakan website sebagai media utama dalam menyebarkan informasi terkait zakat. Ketiga lembaga ini menyadari bahwa website merupakan alat yang sangat efektif dalam menyebarluaskan informasi secara resmi, terpercaya, dan dapat diakses oleh siapa saja. Dengan adanya *website*, masyarakat tidak hanya mendapatkan informasi secara langsung dari lembaga zakat tanpa perlu datang ke kantor mereka, tetapi juga dapat memverifikasi keabsahan dan transparansi informasi yang diberikan. Hal ini juga berkaitan dengan upaya membangun kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana zakat yang dilakukan oleh lembaga-lembaga ini. Adapun website dari BAZNAS Ponorogo yaitu **https://kabponorogo.baznas.go.id/**. Sedangkan LAZISNU Ponorogo yaitu **https://ponorogo.nucare.id/**. Adapun website dari LAZISMU Ponorogo yaitu **http://sedekahmu.com/**.

Website yang dikelola oleh lembaga zakat di Ponorogo memiliki berbagai fungsi penting dalam mendukung edukasi zakat. Pertama, *website* ini berfungsi sebagai pusat informasi yang menyediakan berbagai penjelasan mengenai hukum zakat berdasarkan sumber-sumber Islam yang otoritatif. Ini penting karena masih banyak masyarakat yang belum memahami secara mendalam mengenai kewajiban zakat dalam Islam. Kedua, *website* tersebut memberikan penjelasan tentang jenis-jenis zakat, seperti zakat fitrah, zakat maal, zakat profesi, zakat perdagangan, zakat pertanian, dan zakat lainnya.[104] Dengan adanya informasi ini, masyarakat dapat memahami bahwa zakat bukan hanya tentang zakat fitrah yang dikeluarkan saat Ramadan, tetapi juga mencakup berbagai bentuk lainnya sesuai dengan kondisi harta yang dimiliki.

Selain itu, *website* juga menyediakan cara perhitungan zakat, yang menjadi salah satu fitur penting dalam edukasi zakat berbasis digital. Banyak masyarakat yang masih bingung mengenai bagaimana cara

[104] Syahidan Mushab Al-Zikri, "Sistem Informasi Berbasis Web Untuk Pengelolaan Penerima Dana Zakat, Infaq Dan Sedekah," *J. Tekno Kompak* 13, no. 2 (2019): 31–34.

menghitung zakat yang mereka harus keluarkan, baik dari pendapatan, hasil pertanian, atau perdagangan. Oleh karena itu, banyak website lembaga zakat yang menyediakan kalkulator zakat berbasis digital yang memudahkan masyarakat dalam menghitung jumlah zakat yang perlu mereka bayarkan.[105] Hal ini berkaitan erat dengan penerapan konsep *financial technology* (fintech) dalam edukasi zakat, karena memungkinkan digitalisasi perhitungan dan pengelolaan zakat secara lebih mudah dan akurat.

Selain informasi mengenai perhitungan zakat, *website* juga menjelaskan tata cara pembayaran zakat, termasuk opsi pembayaran zakat secara digital.[106] Masyarakat kini tidak perlu lagi datang langsung ke kantor lembaga zakat untuk menunaikan zakat mereka, karena *website* juga seringkali menyediakan layanan pembayaran zakat secara online melalui transfer bank atau aplikasi pembayaran digital. Ini merupakan salah satu implementasi fintech dalam zakat yang membantu meningkatkan efisiensi dalam pengumpulan zakat serta mempermudah masyarakat dalam menunaikan kewajibannya.[107]

Website juga menampilkan berbagai program sosial dan kemanusiaan yang dikelola oleh lembaga-lembaga zakat, seperti bantuan untuk fakir miskin, beasiswa pendidikan, program pemberdayaan ekonomi umat, serta bantuan untuk korban bencana.[108] Dengan adanya informasi ini, masyarakat dapat melihat bagaimana dana zakat yang mereka keluarkan digunakan untuk membantu sesama, sehingga menumbuhkan kepercayaan dan transparansi dalam pengelolaan zakat. Hal ini sesuai

---

[105] Kartika Handayani et al., "Sistem Informasi Pengelolaan Ziswaf (Zakat,Infaq, Shadaqah Dan Waqaf) Berbasis Web," *Jurnal Khatulistiwa Informatika* 8, no. 2 (December 14, 2020), https://doi.org/10.31294/jki.v8i2.9174.

[106] Aditya Nurrohma, "Produk Jasa Dompet Dhuafa: Berzakat Tanpa Kontak Fisik Melalui Website," *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 2, no. 2 (January 31, 2021): 201–24, https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v2i2.99.

[107] Citra Indriani and Mochammad Novendri, "Tranformasi Zakat Menuju Era Digital: Peluang Dalam Penanggulangan Kemiskinan," *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat* 9, no. 1 (2024): 41–62.

[108] Annisa Zahara and Nurwani, "Analisis Akuntabilitas Dan Transparansi Dalam Pengelolaan Zakat Infaq Dan Dana Sedekah Dompet Dhuafa Waspada Medan," *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)* 4, no. 1 (2023): 1263–78.

dengan prinsip akuntabilitas dalam pengelolaan zakat yang menuntut keterbukaan dari lembaga pengelola zakat kepada masyarakat.[109]

Masyarakat dapat mengakses informasi kapan saja dan di mana saja, sehingga proses edukasi zakat menjadi lebih mudah, cepat, dan luas jangkauannya. Ini merupakan salah satu keunggulan utama dari strategi edukasi berbasis digital, di mana tidak ada batasan geografis atau waktu bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang zakat.[110] Masyarakat tidak perlu lagi menunggu jadwal ceramah atau menghadiri seminar zakat untuk memperoleh pemahaman tentang kewajiban ini, karena semua informasi tersedia dalam format digital yang dapat diakses melalui komputer atau ponsel mereka. Dengan demikian, strategi edukasi zakat berbasis digital melalui *website* bukan hanya modernisasi dalam penyebaran informasi, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, serta partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat.

Pendekatan strategi edukasi zakat berbasis digital dapat dianalisis melalui teori difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett Rogers.[111] Dalam teori ini, inovasi penggunaan teknologi digital dalam edukasi zakat disebarkan dan diadopsi oleh masyarakat melalui beberapa tahapan tertentu. Inovasi ini tidak langsung diterima oleh masyarakat secara langsung, tetapi melalui proses yang bertahap hingga akhirnya menjadi bagian dari kebiasaan atau praktik yang diterima secara luas. Dalam konteks strategi edukasi zakat berbasis digital, penggunaan *website* sebagai media utama dalam menyebarluaskan informasi tentang zakat telah melewati lima tahapan dalam difusi inovasi, yaitu pengetahuan

---

[109] Yurike Meida Trisnaningtyas, Titi Rapini, and Umi Farida, "Analisis Pengendalian Internal,Transparansi, Akuntabiitas Pengelolaan Zakat Dan Kualitas Lembaga Amil Zakat," *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 4, no. 1 (April 8, 2020): 82, https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.417.

[110] M. Irpan, "Branding Media Komunikasi Dalam Manajemen Pemasaran Terhadap Potensi Zakat Produktif," *Literacy* 3, no. 1 (2021): 24–45.

[111] Nurul Faizah Rahmah, "Manajemen Pengembangan Wakaf Era Digital Dalam Mengoptimalkan Potensi Wakaf," *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2021): 139–54.

(knowledge), persuasi *(persuasion),* keputusan *(decision),* implementasi *(implementation),* dan konfirmasi *(confirmation).*[112]

Pada tahap pengetahuan, masyarakat mulai mengenal keberadaan *website* yang dikelola oleh lembaga zakat sebagai sumber informasi terkait zakat. Informasi ini bisa mereka peroleh melalui berbagai cara, seperti media sosial, promosi dari lembaga zakat, atau pencarian mandiri di internet. Pada tahap ini, masyarakat hanya mengetahui bahwa *website* tersebut ada, tetapi belum tentu memahami fungsinya atau manfaatnya dalam meningkatkan kesadaran mereka tentang zakat.[113]

Setelah mengenal *website,* masyarakat masuk ke dalam tahap persuasi, di mana mereka mulai menilai dan mempertimbangkan apakah *website* tersebut layak digunakan sebagai sumber informasi zakat. Mereka akan mengeksplorasi isi *website,* membaca artikel tentang hukum zakat, memahami jenis-jenis zakat, serta melihat kemudahan dalam menghitung dan membayar zakat melalui fitur yang tersedia. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, desain yang menarik, keakuratan informasi, serta kredibilitas lembaga pengelola akan sangat berpengaruh dalam membentuk opini masyarakat terhadap website tersebut. Jika mereka merasa bahwa website dapat memberikan manfaat dan mempermudah mereka dalam memahami zakat, maka mereka cenderung untuk melangkah ke tahap berikutnya.[114]

Tahap selanjutnya adalah keputusan, di mana masyarakat mulai memilih apakah mereka akan menggunakan *website* tersebut secara aktif sebagai sumber rujukan utama dalam memahami dan menghitung zakat mereka. Keputusan ini sangat bergantung pada pengalaman mereka dalam tahap sebelumnya. Jika mereka menemukan bahwa informasi yang

---

[112] Mailin et al., "Teori Media/Teori Difusi Inovasi."

[113] Abdul Malik, Harun Alrasyid, and Muhammad Musyawir Kamaruddin, "Student Compliance in Paying Zakat: Do Zakat Literacy and Awareness Matter?," *Asian Journal of Islamic Management (AJIM),* June 24, 2024, 63–73, https://doi.org/10.20885/AJIM.vol6.iss1.art6.

[114] Bambang Wahrudin et al., "Factors Affecting Generation Z's Intention To Pay Zakat Through Digital Payment," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 13, no. 2 (December 20, 2024): 182–200, https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i2.2010.

disediakan benar-benar membantu dan relevan dengan kebutuhan mereka, maka mereka akan secara sadar memilih untuk menggunakan *website* tersebut sebagai media edukasi zakat yang utama.[115]

Setelah keputusan dibuat, masyarakat masuk ke dalam tahap implementasi, yaitu tahap di mana mereka mulai menerapkan informasi yang mereka peroleh dari website ke dalam tindakan nyata. Pada tahap ini, masyarakat menggunakan kalkulator zakat yang tersedia di *website* untuk menghitung jumlah zakat yang harus dibayarkan, memahami ketentuan pembayaran zakat yang benar, dan akhirnya melakukan pembayaran zakat secara langsung melalui metode yang disediakan dalam *website*, seperti transfer bank atau dompet digital. Implementasi ini menunjukkan bahwa inovasi edukasi zakat berbasis digital telah benar-benar diadopsi dan mulai mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menjalankan kewajiban zakat mereka.[116]

Tahap terakhir dalam difusi inovasi adalah konfirmasi, di mana masyarakat mengevaluasi manfaat dari penggunaan *website* sebagai sumber edukasi zakat. Jika mereka merasa bahwa penggunaan *website* benar-benar mempermudah mereka dalam memahami dan menunaikan zakat, mereka akan semakin aktif menggunakannya. Bahkan, pada tahap ini, masyarakat yang telah merasakan manfaat *website* cenderung akan merekomendasikannya kepada orang lain, baik melalui media sosial, percakapan dengan keluarga dan teman, atau melalui komunitas keagamaan. Pada titik ini, inovasi digital dalam edukasi zakat telah sepenuhnya diterima dan menjadi bagian dari kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi tentang zakat.[117]

---

[115] Emiroh Arsyina Ahimsa et al., "Understanding Muzaki Adoption of Digital Zakat Payments in Indonesia," *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, September 29, 2023, 182–93, https://doi.org/10.20885/RISFE.vol2.iss2.art7.

[116] Utari Evy Cahyani, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi, "Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat," *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 9, no. 1 (April 18, 2022): 1, https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330.

[117] Muhamad Mustaqim and Ahmad Atabik, "The Effectiveness of Online Zakat in Community Economic Development: A Study of the Dompet Dhuafa and Rumah Zakat

Penerapan website dalam edukasi zakat tidak hanya berkaitan dengan penyebaran informasi, tetapi juga erat hubungannya dengan konsep *financial technology* (fintech) dalam bidang zakat. Fintech berperan penting dalam memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memahami serta menunaikan zakat secara lebih efektif, efisien, dan transparan.[118] Dalam konteks lembaga zakat di Ponorogo, pemanfaatan *website* tidak hanya terbatas pada penyediaan informasi edukatif mengenai zakat, tetapi juga sering kali dilengkapi dengan fitur kalkulator zakat serta layanan pembayaran zakat secara digital. Kalkulator zakat membantu masyarakat dalam menghitung jumlah zakat yang harus mereka keluarkan berdasarkan pendapatan dan harta yang dimiliki, sehingga mereka dapat mengetahui kewajiban zakat mereka dengan lebih akurat.[119]

2. Media Sosial *(Instagram, TikTok, Facebook, Youtube, Whatsapp)*

Di era digital yang berkembang pesat, media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling efektif dalam menyebarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Pengguna media sosial yang semakin meningkat, terutama di kalangan generasi muda, menjadikan platform ini sebagai alat strategis dalam berbagai kampanye sosial, termasuk dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat.[120] Media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara lebih luas, karena jangkauannya tidak terbatas oleh batasan geografis, sehingga masyarakat dari berbagai daerah dapat dengan mudah mengakses konten edukasi zakat yang disediakan oleh lembaga-lembaga zakat. Selain itu, media sosial juga memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan

---

Websites," *IQTISHADIA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 15, no. 2 (2022): 345–57, http://dx.doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i2.20117.

[118] Zahra Septieva and A.A Miftah, "Analisis Pemanfaatan Teknologi Dalam Penerimaan Zakat, Infak, Dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat (Laz) Yayasan Insan Madani Jambi," *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika* 2, no. 2 (October 31, 2022): 70–76, https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i2.722.

[119] Azka Amalia, Erlisa Putri Kumar, and Wardah Nareswari, "Matematika Zakat: Menyeimbangkan Kewajiban Agama Dengan Kalkulasi Yang Tepat Dan Transparan," *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 3 (2024): 352–66.

[120] Muhammad Yazid, "Inovasi Digital Dalam Pengelolaan Zakat Dan Wakaf," *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2024): 48–64.

real-time,[121] sehingga lembaga zakat dapat memberikan edukasi secara langsung, merespons pertanyaan, serta membagikan informasi terbaru terkait program zakat tanpa harus melalui media konvensional yang memiliki keterbatasan waktu dan biaya.

Dalam rangka mendukung strategi edukasi zakat berbasis digital, BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo telah memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menyebarluaskan informasi tentang zakat secara lebih luas dan efektif. *Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, dan WhatsApp* menjadi alat utama yang digunakan untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik masing-masing platform. Keberagaman platform ini memungkinkan lembaga zakat untuk menyampaikan pesan edukatif secara lebih interaktif, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan.

Salah satu strategi utama yang dilakukan dalam edukasi zakat berbasis digital adalah pemanfaatan Instagram sebagai media visual edukatif. Melalui Instagram, lembaga zakat membagikan berbagai jenis konten seperti infografis, poster digital, dan video singkat yang berisi informasi penting tentang zakat. Konten-konten tersebut mencakup penjelasan mengenai pentingnya zakat, jenis-jenis zakat, serta cara perhitungannya. Selain itu, Instagram juga digunakan untuk memperkenalkan program-program sosial yang didukung oleh zakat, sehingga masyarakat dapat lebih memahami dampak positif dari zakat yang mereka tunaikan. Selain berbagi informasi dalam bentuk unggahan reguler, lembaga zakat juga memanfaatkan fitur-fitur interaktif yang tersedia di Instagram. Misalnya, Instagram Stories digunakan untuk menyajikan konten edukatif secara lebih dinamis, seperti sesi tanya jawab langsung mengenai zakat. Fitur Reels juga dimanfaatkan untuk membuat video pendek yang menarik perhatian, termasuk testimoni dari para

[121] Loso Judijanto and Fauziah Nur Hutauruk, "Inovasi Pemasaran Melalui Media Sosial: Kajian Literatur," *Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2025): 18–25.

muzaki yang telah menunaikan zakatnya. Dengan pendekatan ini, edukasi zakat menjadi lebih menarik, mudah diakses, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial.

Ketiga Lembaga zakat ini juga menggunakan media *Instagram* untuk memberikan edukasi zakat berbasis digital ini. Adapun *Instagram* dari BAZNAS Ponorogo yaitu **@baznas_ponorogo.** Sedangkan *Instagram* dari LAZISNU Ponorogo yaitu **@nucare_lazisnuponorogo.** *Instagram* dari LAZISMU Ponorogo ini adalah **@lazismuponorogo.official.** Berdasarkan data di atas, yang paling sering menggunakan media *Instagram* yaitu LAZISMU Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan jumlah konten yang dibuat sudah mencapai 1.504 konten dan *followers* sebanyak 1.834 *followers.* Dibandingkan dengan BAZNAS Ponorogo yang hanya 382 konten dan *folllowers* sebanyak 1.497, LAZISNU Ponorogo yang hanya 29 konten dan 256 *followers,* LAZISMU Ponorogo lebih unggul dibandingkan yang lainnya. Adapun konten yang di upload di *Instagram* ini hampir sama, mulai dari kegiatan sosial, bantuan sosial, penggalangan dana, dan lainnya.

Akun *Instagram* yang dimiliki oleh BAZNAS Ponorogo dan LAZISNU Ponorogo masih belum berkembang secara optimal dalam strategi edukasi zakat berbasis digital, yang terlihat dari jumlah pengikut *(followers)* yang masih sedikit serta konten yang kurang variatif dan konsisten. Padahal, *Instagram* merupakan salah satu platform media sosial yang sangat potensial dalam menyebarkan edukasi zakat secara luas, terutama karena memiliki fitur-fitur interaktif seperti *feed, stories, reels,* dan IGTV yang memungkinkan penyampaian informasi dalam bentuk visual yang menarik. Pengguna *Instagram* di Indonesia terus meningkat dan didominasi oleh generasi muda, yang menjadi target utama dalam peningkatan kesadaran zakat di era digital. Oleh karena itu, BAZNAS Ponorogo dan LAZISNU Ponorogo disarankan untuk mengembangkan

strategi konten yang lebih menarik, interaktif, dan konsisten guna meningkatkan engagement dan jumlah pengikut.

Strategi yang dapat diterapkan meliputi peningkatan frekuensi unggahan, seperti membuat konten edukatif tentang zakat dalam bentuk infografis, video pendek, dan kisah inspiratif penerima manfaat zakat yang dapat menarik perhatian pengguna serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Lembaga zakat untuk memberikan kesadaran masyarakat dalam mengeluarkan zakat. Berdasarkan teori difusi inovasi oleh Everett Rogers (2003), agar inovasi dapat diterima luas, perlu adanya pendekatan persuasif yang membuat masyarakat tertarik dan percaya terhadap manfaat inovasi tersebut.[122] Dalam konteks ini, peningkatan kualitas dan kuantitas konten *Instagram* akan mempercepat adopsi edukasi zakat berbasis digital oleh masyarakat.

Selain *Instagram, TikTok* juga menjadi platform strategis dalam edukasi zakat berbasis digital. *TikTok* menawarkan format video pendek yang interaktif dan kreatif, sehingga lebih mudah menarik perhatian pengguna, khususnya generasi muda yang aktif di dunia digital.[123] Melalui *TikTok,* lembaga zakat dapat menyajikan konten edukasi zakat dalam bentuk video singkat yang dikemas dengan narasi menarik, animasi, dan musik latar yang relevan.

Di era digital, *TikTok* telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling berpengaruh, terutama dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas.[124] Pemanfaatan *TikTok* dalam strategi edukasi zakat oleh BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai zakat, khususnya di kalangan generasi muda yang menjadi

---

[122] Dina Gasong, *Inovasi Pendidikan* (Deepublish, 2024).

[123] Safitri Wulandari et al., "Peran Konten TikTok Dalam Mengembangkan Branding Sebagai Media Bisnis Digital Yang Berprofitabilitas," *Journal of Science and Education Research* 4, no. 1 (February 2, 2025): 71–78, https://doi.org/10.62759/jser.v4i1.175.

[124] Ananda Zhazaretta and Lidia Djuhardi, "Fenomenologi Konten Kreator Dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Media Sosial Tiktok," *Ikra-ITH Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 7, no. 3 (2023): 23–30.

pengguna utama platform ini. Menurut teori difusi inovasi Everett Rogers (2003), adopsi teknologi dalam penyebaran informasi mengikuti lima tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. *TikTok* sebagai media digital mempercepat proses ini dengan menyajikan konten edukasi yang menarik, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.[125]

Adapun Alamat TikTok BAZNAS Ponorogo yaitu **@BAZNASKab.Ponorogo**. sedangkan Alamat TikTok LAZISNU Ponorogo yaitu **@lazisnumwc.siman**. Adapun Alamat LAZISMU Ponorogo yaitu **@Lazismu Ponorogo Official.**

Ketiga lembaga zakat, yaitu BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo, telah mulai memanfaatkan *TikTok* sebagai platform edukasi zakat berbasis digital, namun pemanfaatannya masih terbatas dan belum sepenuhnya berkembang. Hal ini dapat dimaklumi mengingat *TikTok* masih tergolong sebagai platform baru dalam dunia edukasi digital, terutama dalam konteks sosial keagamaan. Untuk mengoptimalkan strategi edukasi zakat melalui *TikTok*, ketiga lembaga ini perlu meningkatkan konsistensi dalam pembuatan konten, misalnya dengan menjadwalkan unggahan secara rutin agar algoritma *TikTok* dapat lebih optimal dalam mendistribusikan konten ke lebih banyak pengguna.[126] Selain itu, penting bagi lembaga zakat untuk menggunakan pendekatan storytelling dalam video edukasi agar lebih menarik bagi audiens, terutama generasi muda yang mendominasi pengguna *TikTok*. Pemanfaatan fitur *TikTok* Live untuk sesi interaktif, kolaborasi dengan influencer Muslim, serta penggunaan tren dan *challenge* yang relevan juga dapat meningkatkan jangkauan dan engagement masyarakat terhadap edukasi zakat.

---

[125] Andrian Haro, *Buku Ajar Komunikasi Digital* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

[126] Andi Baso Akbar, Ashar Hasyim, and Asmurti, "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z Di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara," *JISDIK: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 2, no. 2 (2024): 132–39.

Facebook tetap menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Ponorogo, terutama di kalangan usia dewasa yang lebih familiar dengan media sosial berbasis teks dan komunitas. Dalam konteks edukasi zakat berbasis digital, *Facebook* memberikan kelebihan dibandingkan platform lain karena memungkinkan lembaga zakat seperti BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo untuk menyajikan konten yang lebih mendalam dan interaktif. Salah satu keunggulan utama *Facebook* adalah kemampuannya dalam membagikan artikel panjang, yang dapat berisi penjelasan hukum zakat, manfaat zakat, kisah inspiratif para muzaki dan mustahik, serta laporan transparansi pengelolaan dana zakat.

Selain itu, fitur *Facebook Live* menjadi sarana yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, karena memungkinkan siaran langsung ceramah, kajian keislaman, atau sesi tanya jawab seputar zakat. Fitur ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan lembaga zakat, misalnya dengan mengajukan pertanyaan atau berdiskusi secara real-time.[127] Grup komunitas *Facebook* juga menjadi salah satu strategi penting dalam membangun diskusi yang lebih terarah dan intensif, di mana masyarakat dapat berbagi pengalaman, bertanya langsung kepada ahli zakat, serta mendapatkan informasi terbaru mengenai program-program zakat. Dengan pemanfaatan yang optimal, *Facebook* dapat menjadi media yang kuat dalam meningkatkan kesadaran zakat, terutama di kalangan masyarakat dewasa dan keluarga yang cenderung mencari informasi yang lebih lengkap dan mendalam sebelum mengambil keputusan dalam menunaikan zakat.

Dari data di atas, ketiga Lembaga zakat ini sudah menggunakan media sosial *Facebook* untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital.

[127] Maulida Zahrohu, "Peran Media Sosial Pada Lembaga Zakat Berbasis Ormas Dalam Pengembangan Masyarakat (Studi Pada Lazismuu Jatim: Peran Media Sosial Pada Lembaga Zakat Berbasis Ormas Dalam Pengembangan Masyarakat (Studi Pada Lazismuu Jatim," *Al-Manaj : Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 4, no. 1 (July 28, 2024): 34–45, https://doi.org/10.56874/almanaj.v4i1.1804.

Hal ini dikarenakan media sosial ini merupakan media sosial yang sudah ada sejak lama, sehingga semua kalangan sudah mengetahuinya, bahkan banyak digunakan untuk orang tua. Adapun Alamat *Facebook* BAZNAS Ponorogo yaitu **Baznas Ponorogo**. Sedangkan Alamat *Facebook* LAZISNU Ponorogo yaitu **NU Care Lazisnu Ponorogo**. Adapun Alamat Facebook LAZISMU Ponorogo yaitu **Lazismu Ponorogo**. Saat ini, LAZISNU Ponorogo merupakan Lembaga zakat yang sering menggunakan media sosial *Facebook.* Hal ini dapat diketahui dari jumlah konten yang dibuat sudah banyak, yaitu 56 video dan sekitar 500 foto. Sedangkan BAZNAS Ponorogo hanya 10 video dan 46 foto, LAZISMU Ponorogo hanya 9 foto. BAZNAS Ponorogo dalam media sosial *Facebook* tidak berkembang dikarenakan banyak masyarakat yang lebih memilih untuk diedukasi secara konvensional. Sedangkan LAZISMU Ponorogo lebih memilih untuk mengembangkan media sosial *Instagram* dan *TikTok* karena kedua media sosial tersebut sekarang ini banyak yang menggunakan, terutama kalangan anak muda.

Facebook memiliki peran penting sebagai media edukasi berbasis digital karena kemampuannya dalam menjangkau audiens yang luas serta mendukung berbagai format konten edukatif. Sebagai salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna terbesar di dunia, termasuk di Indonesia, *Facebook* memungkinkan lembaga atau individu untuk menyebarkan informasi secara efektif melalui artikel, infografis, video, serta fitur interaktif seperti grup komunitas dan *live streaming*.[128]

BAZNAS Ponorogo dan LAZISMU Ponorogo sebaiknya lebih aktif dalam memanfaatkan *Facebook* sebagai media edukasi berbasis digital, mengingat platform ini masih memiliki pengguna yang cukup besar di kalangan masyarakat dewasa di Ponorogo. Saat ini, kedua lembaga ini masih jarang menggunakan *Facebook* sebagai sarana utama dalam menyebarkan informasi tentang zakat, padahal *Facebook* memiliki fitur

[128] Erwin Erwin, *Social Media Marketing Trends* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

yang sangat mendukung edukasi, seperti artikel panjang, infografis, grup komunitas, dan *live streaming.* Dengan lebih banyak membagikan konten edukatif dalam bentuk tulisan mendalam, video kajian zakat, serta sesi diskusi interaktif melalui *Facebook Live,* kedua lembaga ini dapat menjangkau lebih banyak audiens, terutama generasi yang kurang aktif di media sosial berbasis video pendek seperti *TikTok* dan *Instagram.*

YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang sangat efektif[129] dalam mendukung strategi edukasi zakat berbasis digital, terutama karena kemampuannya dalam menyajikan konten video berdurasi panjang yang mendalam dan informatif. Lembaga zakat di Ponorogo, seperti Baznas Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo, telah memanfaatkan *YouTube* sebagai sarana edukasi dengan mengunggah berbagai jenis video, mulai dari ceramah keagamaan tentang zakat, tutorial perhitungan zakat, dokumentasi kegiatan penyaluran zakat, hingga kisah inspiratif dari para penerima manfaat zakat.

Salah satu keunggulan *YouTube* dibandingkan media sosial lainnya adalah kemampuannya dalam menjangkau audiens dalam jangka panjang, karena video yang diunggah dapat diakses kapan saja tanpa terbatas oleh algoritma *feed* yang cepat berubah seperti di *Instagram* atau *TikTok.*[130] Dengan format video yang lebih panjang, *YouTube* memungkinkan penyampaian informasi yang lebih mendalam dan komprehensif, sehingga masyarakat dapat memahami konsep zakat secara lebih jelas dan mendetail. Selain itu, fitur playlist dan rekomendasi video di *YouTube* membantu pengguna untuk terus terhubung dengan konten edukatif terkait zakat, menciptakan pengalaman belajar yang lebih berkelanjutan.

Adapun Alamat *Youtube* dari BAZNAS Ponorogo yaitu **BAZNAS Kab Ponorogo**. Sedangkan Alamat *Youtube* LAZISNU Ponorogo yaitu

---

[129] Jatra Putra Suharsono and Dwi Nurahman, "Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Peningkatan Pelayanan Dan Informasi," *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 7, no. 1 (March 30, 2024): 298–304, https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i1.3157.

[130] Gracela Marisa Sanapang, *Marketing: Strategy & Inovasi Pemasaran Digital* (PT. Green Pustaka Indonesia, 2025).

NU CARE LAZISNU PONOROGO. Alamat *Youtube* dari LAZISMU Ponorogo yaitu **lazismuponorogo**. Data di atas menunjukkan bahwa tiga Lembaga zakat di Ponorogo yaitu BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo sudah menggunakan *YouTube* untuk menlakukan edukasi zakat berbasis digital. Dalam hal ini, LAZISMU Ponorogo yang paling sering melakukan edukasi zakat melalui YouTube ini yang dibuktikan dengan banyaknya konten yang diupload yaitu sebanyak 164 video. Sedangkan BAZNAS Ponorogo sebanyak 97 video, sedangkan LAZISNU Ponorogo sebanyak 59 video.

BAZNAS Ponorogo dan LAZISNU Ponorogo perlu meningkatkan jumlah dan kualitas konten video di *YouTube* agar strategi edukasi zakat berbasis digital dapat lebih optimal. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah meningkatkan konsistensi dalam mengunggah video dengan membuat jadwal rutin, misalnya mengunggah minimal satu hingga dua video setiap minggu. Konten yang diunggah bisa beragam, seperti ceramah interaktif tentang zakat, sesi tanya jawab dengan ulama atau praktisi zakat, dokumentasi kegiatan penyaluran zakat, serta video testimoni dari para penerima manfaat zakat.

WhatsApp memiliki peran yang sangat strategis dalam edukasi zakat berbasis digital karena sifatnya yang lebih personal dan langsung. Berbeda dengan platform media sosial terbuka seperti *Instagram, Facebook*, atau *YouTube, WhatsApp* memungkinkan lembaga zakat untuk berinteraksi secara lebih intim dengan masyarakat melalui fitur *WhatsApp Broadcast*, grup komunitas, dan status *WhatsApp*.

WhatsApp memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan dengan media sosial lainnya, terutama dalam hal komunikasi yang lebih personal, cepat, dan langsung.[131] Berbeda dengan platform seperti *Facebook*, *Instagram, YouTube*, atau *TikTok* yang bersifat lebih terbuka dan berbasis konten publik, *WhatsApp* memungkinkan interaksi yang lebih privat

[131] Dessy Andamisari, "Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal," *LUGAS Jurnal Komunikasi* 5, no. 1 (June 30, 2021): 66–72, https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559.

melalui fitur chat individu dan grup. Hal ini membuat *WhatsApp* lebih efektif dalam menyampaikan informasi edukasi zakat secara langsung kepada masyarakat tanpa distraksi dari konten lain yang bersifat umum.

Keunggulan lain yang membedakan *WhatsApp* dari media sosial lain adalah kemampuannya untuk menjalin komunikasi real-time melalui fitur chat, panggilan suara, dan panggilan video.[132] Berbeda dengan platform seperti *Facebook* atau *Instagram* yang memerlukan komentar atau pesan langsung (DM) yang sering kali tidak segera dibalas, *WhatsApp* memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan respons yang lebih cepat dari pengelola zakat, misalnya terkait pertanyaan tentang perhitungan zakat atau mekanisme pembayaran. Selain itu, fitur *WhatsApp* Status dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi edukatif dalam bentuk teks, gambar, atau video pendek yang dapat dilihat oleh kontak dalam waktu 24 jam, mirip dengan fitur *Stories* di *Instagram*, tetapi dengan cakupan yang lebih personal.

Dari segi aksesibilitas, *WhatsApp* lebih unggul dibandingkan media sosial lain karena ringan dan hemat data, sehingga dapat digunakan di daerah dengan koneksi internet terbatas. Hal ini menjadikannya lebih inklusif bagi masyarakat yang mungkin tidak memiliki akses ke platform berbasis video berat seperti *YouTube* atau *TikTok*. Selain itu, fitur enkripsi *end-to-end* menjadikan *WhatsApp* lebih aman dibandingkan media sosial lainnya, memastikan bahwa percakapan antara pengguna dan lembaga zakat tetap privat dan tidak dapat diakses oleh pihak ketiga.

Ketiga Lembaga ini sudah menggunakan media sosial *WhatsApp* untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital dengan cara membagikan hasil kegiatan yang dilakukan, mulai dari grup *WhatsApp, Story,* maupun chat pribadi. Ketiga lembaga zakat, yaitu BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo, perlu berhati-hati dalam menggunakan *WhatsApp* sebagai media edukasi zakat agar tetap efektif

[132] Almasari Aksenta, *LITERASI DIGITAL: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 Dan Sociaty 5.0.* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

dan tidak mengganggu penerima pesan. Penggunaan *WhatsApp* Broadcast harus dilakukan dengan izin agar tidak terkesan sebagai spam, serta memastikan bahwa informasi yang dibagikan akurat dan berasal dari sumber terpercaya untuk menghindari penyebaran hoaks. Selain itu, komunikasi harus dilakukan secara profesional dengan bahasa yang jelas dan sopan, serta menjaga privasi penerima pesan.

Secara keseluruhan ketiga Lembaga zakat ini sudah menggunakan media sosial seperti *Instagram, TikTok, Youtube, Facebook,* dan *WhatsApp* untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Adapun semua kegiatannya sama yaitu edukasi terkait zakat, kegiatan-kegiatan sosial seperti penggalangan dana, bantuan kepada kaum dhuafa, bantuan perbaikan rumah, bantuan kepada anak yatim piatu, bantuan untuk anak sekolah, dan banyak kegiatan yang lainnya. Akan tetapi, tidak semua Lembaga media sosialnya maju dan berkembang. LAZISMU Ponorogo ini merupakan Lembaga zakat yang media sosialnya sudah berkembang dan menjadi prioritas utama untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital. Sedangkan BAZNAS Ponorogo dan LAZISNU Ponorogo masih belum sepenuhnya menggunakan media sosial. Hal ini dikarenakan BAZNAS Ponorogo banyak muzakkinya yang ASN di mana mereka sudah banyak yang berumur lansia sehingga sulit untuk menerima kemajuan teknologi. Sedangkan LAZISNU Ponorogo masih minimnya sumber daya manusia, sehingga terbatas dalam melakukan edukasi zakat berbasis digital.

Oleh karena itu, ada beberapa saran untuk ketiga Lembaga zakat di Ponorogo supaya edukasi yang dilakukan melalui media sosial lebih efektif. BAZNAS Ponorogo perlu menyesuaikan dengan perkembangan zaman, perlu mengembangkan media sosial untuk melakukan edukasi supaya tidak tertinggal dengan Lembaga zakat lainnya. LAZISNU Ponorogo perlu merekrut tenaga di bidang digital marketing supaya bisa membantu dalam mengelola website, media sosial, serta berbagai platform digital secara lebih efektif dan inovatif.

3. Aplikasi

Pemanfaatan aplikasi digital oleh LAZISNU Ponorogo dalam strategi edukasi zakat berbasis digital merupakan langkah inovatif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan informasi edukatif mengenai zakat, tetapi juga menghadirkan fitur interaktif seperti kalkulator zakat dan layanan pembayaran zakat online. Dalam konteks teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers (2003), penggunaan aplikasi ini melewati lima tahapan utama dalam proses adopsi inovasi: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi.[133] Pada tahap pengetahuan, masyarakat mulai mengenal aplikasi sebagai sumber informasi zakat. Kemudian, di tahap persuasi, mereka tertarik menggunakannya karena kemudahan akses dan keakuratan perhitungan zakat yang ditawarkan. Tahap keputusan terjadi saat pengguna memilih aplikasi sebagai alat utama dalam memahami dan membayar zakat. Selanjutnya, dalam tahap implementasi, masyarakat secara aktif menggunakan aplikasi untuk menunaikan kewajiban zakat mereka. Akhirnya, tahap konfirmasi terjadi ketika masyarakat merasa bahwa aplikasi memberikan manfaat yang nyata, sehingga mereka terus menggunakannya dan merekomendasikannya kepada orang lain.

LAZISNU Ponorogo terus berupaya meningkatkan kesadaran zakat di masyarakat dengan mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi edukasi dan pengelolaan zakat yang lebih modern. Salah satu langkah strategis yang tengah dikembangkan adalah peluncuran aplikasi **NU Care-ID,** sebuah platform digital yang dijadwalkan akan diresmikan pada Januari 2025. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara lebih praktis dan transparan, sekaligus berperan sebagai sarana edukasi zakat berbasis digital.

---

[133] Rogers, *Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th Ed.). New York: Free Press.*

NU Care-ID menawarkan berbagai fitur inovatif untuk mendukung pengalaman pengguna dalam memahami dan menunaikan zakat. Salah satu fitur utama yang akan disediakan adalah kalkulator zakat, yang memungkinkan pengguna menghitung kewajiban zakat mereka secara otomatis berdasarkan penghasilan atau aset yang dimiliki. Selain itu, aplikasi ini juga akan menyediakan laporan distribusi dana zakat secara berkala, sehingga masyarakat dapat mengetahui secara jelas ke mana dan bagaimana dana zakat yang mereka tunaikan dikelola oleh LAZISNU Ponorogo.

Sebagai bagian dari strategi edukasi digital, NU Care-ID juga menghadirkan panduan zakat yang interaktif, yang berisi materi edukasi tentang pentingnya zakat, jenis-jenis zakat, tata cara pembayaran, serta dampak zakat terhadap kesejahteraan sosial. Dengan pendekatan ini, masyarakat tidak hanya mendapatkan kemudahan dalam membayar zakat, tetapi juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai zakat sebagai instrumen kesejahteraan umat.[134]

Selain itu, aplikasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat, sejalan dengan prinsip *Financial Technology* (Fintech) yang menekankan pada efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas dalam transaksi keuangan digital. Dengan adanya fitur laporan distribusi zakat yang dapat diakses oleh masyarakat, tingkat kepercayaan terhadap LAZISNU Ponorogo sebagai lembaga pengelola zakat diharapkan semakin meningkat.

Peluncuran NU Care-ID juga dapat dikaitkan dengan Teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003), yang menjelaskan bagaimana inovasi diperkenalkan dan diterima oleh masyarakat. Dalam konteks ini, LAZISNU Ponorogo harus memastikan bahwa aplikasi ini dapat diperkenalkan secara efektif melalui berbagai kanal edukasi digital, seperti media sosial dan webinar interaktif, agar lebih banyak masyarakat tertarik

[134] Ahmad Badrut Tamam, "Implementasi Manajemen Fundrising Dan Distribusi Dana NU Care LAZISNU Ranting Tunggul Paciran Lamongan," *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 7, no. 2 (2024): 148–59.

untuk menggunakannya. Keberhasilan strategi ini akan sangat bergantung pada kemudahan penggunaan, manfaat yang ditawarkan, serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem digital dalam transaksi zakat.[135]

Dengan peluncuran NU Care-ID, LAZISNU Ponorogo tidak hanya memperkuat strategi edukasi zakat berbasis digital, tetapi juga menciptakan ekosistem zakat yang lebih modern, transparan, dan partisipatif. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat Ponorogo dalam menunaikan zakat, serta memperkuat peran teknologi digital dalam mendukung sistem pengelolaan zakat yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Aplikasi digital untuk edukasi zakat memiliki berbagai keunggulan yang dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang zakat secara lebih efektif. Salah satu kelebihan utama adalah kemudahan aksesibilitas, di mana pengguna dapat memperoleh informasi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke lembaga zakat.[136] Aplikasi ini juga menyediakan konten edukatif dalam berbagai format, seperti artikel, infografis, video interaktif, hingga forum diskusi, yang memungkinkan masyarakat belajar tentang zakat dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Selain itu, fitur kalkulator zakat digital memudahkan pengguna dalam menghitung kewajiban zakat mereka berdasarkan jenis penghasilan dan aset yang dimiliki, sehingga mengurangi potensi kesalahan perhitungan.

[135] Yazid, "Inovasi Digital Dalam Pengelolaan Zakat Dan Wakaf," 2024.

[136] Abdul Mufid, "Implementasi Teknologi Dalam Pengelolaan Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf: Studi Kasus Platform Digital," *ZISWAF ASFA JOURNAL* 2, no. 1 (May 31, 2024): 38–59, https://doi.org/10.69948/ziswaf.16.

BAB V
ALASAN LEMBAGA ZAKAT DI PONOROGO MENGGUNAKAN STRATEGI EDUKASI ZAKAT BERBASIS DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT PONOROGO

A. Data Alasan Lembaga Zakat di Ponorogo Menggunakan Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo

1. BAZNAS Ponorogo

BAZNAS Ponorogo mengadopsi strategi edukasi zakat berbasis digital untuk menjangkau lebih banyak masyarakat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya zakat. Dengan memanfaatkan teknologi, BAZNAS dapat menyampaikan informasi secara lebih cepat, luas, dan menarik. Selain itu, platform digital memungkinkan interaksi yang lebih aktif antara BAZNAS dengan masyarakat, serta memberikan fleksibilitas bagi masyarakat untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang hukum zakat, manfaat berzakat, dan mendorong mereka untuk lebih aktif dalam menunaikan zakat. Berikut ini hasil dari wawancara dengan Ibu Diana.

a. Jangkauan yang Lebih Luas

Sebagai upaya untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat, BAZNAS Ponorogo mengadopsi strategi edukasi zakat yang memanfaatkan platform digital. Dengan platform digital, informasi dapat diakses secara lebih luas, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Ibu Ahad Diana:

"Teknologi digital sekarang ini semakin berkembang. Kita perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi ini supaya

tidak tertinggal. Dengan itu, kita menggunakan strategi edukasi berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam berzakat. Dengan metode digital ini, interaksi dengan Masyarakat juga semakin aktif dan bisa diakses kapan saja dan di mana saja."

Keunggulan utama dari strategi edukasi digital BAZNAS Ponorogo terletak pada kemampuannya untuk menyebarkan informasi secara cepat dan efisien. Melalui platform digital, pesan-pesan edukatif dapat disebarluaskan dalam hitungan detik, menjangkau khalayak yang jauh lebih luas dibandingkan metode konvensional. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan beliau:

"Kita menggunakan strategi edukasi berbasis digital karena dapat disebarluaskan dengan cepat dan bisa menjangkau Masyarakat luas, bahkan di luar Ponorogo juga bisa. Berbeda dengan edukasi metode konvensional yang hanya bisa dijangkau oleh beberapa kelompok saja."

"Karena Jangkauan yang lebih luas. Dengan menggunakan digital, maka semua orang yang mengakses akan tahu bahwa kita sedang memberikan litarasi zakat berbasis digital, sehingga mereka yang paham akan sadar untuk membayar zakat."[137]

Lembaga zakat, seperti BAZNAS Ponorogo, melihat potensi media digital sebagai sarana yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat. Dengan menggunakan platform seperti media sosial, aplikasi, dan *website*, mereka dapat menyebarkan informasi secara luas dan cepat, menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Media digital juga memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan dinamis dengan masyarakat, sehingga mereka dapat memberikan edukasi yang lebih menarik dan relevan, meningkatkan transparansi, serta

[137] Diana, Strategi Edukasi Berbasis Digital, Oktober 2024, Kantor BAZNAS Ponorogo.

memperkuat kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam berzakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Kita ini bisa melihat potensi media digital ini sebagai sarana yang efektif dan efisien untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam membayar zakat. Dengan menggunakan media digital seperti website, dan sosial media, maka ini bisa menjangkau ke wilayah lebih luas lagi, karena semua orang itu akan bisa mengakses media digital kita."*

b. Menyesuaikan dengan Perkembangan Teknologi

Pergeseran perilaku masyarakat ke arah digital mendorong BAZNAS Ponorogo untuk menggunakan strategi edukasi zakat melalui platform-platform digital. Perilaku masyarakat modern, khususnya generasi muda, yang lebih dominan menggunakan platform digital dalam mencari informasi dan berinteraksi, mengharuskan BAZNAS Ponorogo untuk turut hadir di ranah digital agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Sekarang ini, perilaku Masyarakat mulai berubah ke a rah digital yang membuat kita menggunakan strategi edukasi zakat ini berbasis digital. Apalagi generasi muda sekarang ini yang kebanyakan menggunakan platform digital dalam mencari informasi."*

Dalam upaya meningkatkan literasi zakat di era digital, BAZNAS Ponorogo memanfaatkan platform digital untuk menyajikan konten edukasi yang lebih interaktif, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan edukasi zakat untuk beradaptasi dengan gaya hidup dan preferensi masyarakat modern, yang lebih memilih pembelajaran yang dinamis dan relevan. Dengan demikian, pemahaman tentang zakat tidak lagi terbatas pada metode pembelajaran konvensional yang seringkali dianggap kaku, melainkan

dapat diakses dan dipelajari dengan cara yang lebih fleksibel dan menyenangkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Kita berusaha memberikan konten yang lebih menarik dan mudah diakses. Dengan hal ini, maka bisa menyesuaikan dengan gaya hidup yang lebih modern yang lebih memilih pembelajaran yang lebih relevan. Sehingga pemahaman tidak sebatas secara konvensional, akan tetapi bisa dipelajari dengan dengan cara yang lebih menyenangkan."*

Perkembangan teknologi dan tren global memang memberikan tekanan bagi lembaga zakat seperti BAZNAS Ponorogo untuk mengadopsi strategi digital. Di era digital ini, kemajuan teknologi dan perubahan tren global mendorong masyarakat untuk mengakses informasi secara cepat dan mudah melalui berbagai platform digital. Hal ini memaksa lembaga zakat untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi digital agar tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan edukasi serta layanan kepada masyarakat. Dengan demikian, adopsi strategi digital tidak hanya menjadi pilihan, tetapi juga kebutuhan untuk mengikuti perkembangan zaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat modern. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Kita sebagai Lembaga zakat mau tidak mau harus menyesuaikan perkembangan teknologi supaya tidak ketinggalan zaman. Kalau kita tetap melakukan sosialisasi secara langsung tanpa adanya digital, maka kita akan kalah dengan Lembaga zakat yang lainnya yang sudah menggunakan platform digital. Jadi, harus imbang antara strategi edukasi zakat berbasis digital dengan edukasi secara tradisional atau konvensional. Dengan menggunakan digital, maka dalam mengakses informasi, Masyarakat juga mudah."*

c. Efisiensi Biaya dan Waktu

Untuk menghemat biaya dan waktu penyampaian informasi, BAZNAS Ponorogo menerapkan strategi edukasi zakat melalui media

digital. Metode ini lebih efisien daripada cara tradisional seperti seminar, karena mengurangi biaya cetak materi, transportasi, dan penginapan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Tujuan kita mengadakan edukasi zakat berbasis digital ini ya karena bisa menghemat biaya dan waktu. Kita cukup mengirim edukasi yang kita lakukan, baik berupa foto atau video ke media sosial kita. Cara seperti kan bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja sesuai keinginnan kita."*

Media sosial, *website*, dan aplikasi memungkinkan penyebaran informasi digital yang cepat dan efisien, sehingga menghemat waktu dalam menjangkau masyarakat. Ini memungkinkan BAZNAS Ponorogo untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya pada program zakat yang memberikan dampak langsung kepada masyarakat.

> *"Untuk biaya dan waktunya, digital ini lebih efisien dibandingkan dengan tradisional seperti ceramah. Karena kalau menggunakan media digital, kita tidak perlu mengeluarkan uang yang banyak."*

Lembaga zakat seperti BAZNAS Ponorogo memandang pendekatan digital sebagai metode yang lebih efektif dibandingkan metode tradisional, terutama dalam konteks Ponorogo. Penggunaan platform digital memungkinkan informasi tentang zakat dapat disampaikan dengan lebih cepat, luas, dan interaktif. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat, tetapi juga mempermudah proses penghimpunan zakat yang lebih transparan dan akuntabel. Dibandingkan dengan metode tradisional yang cenderung membutuhkan waktu dan tenaga lebih besar, pendekatan digital menawarkan efisiensi yang lebih tinggi dan mampu menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Pendekatan digital ini merupakan metode yang lebih efektif dibandingkan dengan metode tradisional. Hal ini karena dengan*

menggunakan media digital, maka Ketika kita melakukan edukasi itu cepat tersebar dan tidak membutuhkan waktu yang lama juga."

Kesuksesan atau kegagalan penerapan strategi berbasis digital pada lembaga zakat sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Beberapa di antaranya adalah kualitas infrastruktur digital, tingkat literasi digital masyarakat, relevansi konten yang disajikan, keamanan data, serta kemampuan lembaga dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Selain itu, dukungan dari pihak manajemen dan sumber daya yang memadai juga menjadi faktor kunci. Tantangan yang sering dihadapi meliputi resistensi terhadap perubahan, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, serta persaingan dengan platform-platform digital lainnya. Oleh karena itu, penting bagi lembaga zakat untuk secara terus-menerus melakukan evaluasi dan melakukan perbaikan untuk memastikan keberhasilan strategi digital mereka. Hasil wawancara dengan Ibu Diana menjelaskan:

"Gagal atau suksesnya penerapan strategi edukasi zakat berbasis digital, dipengaruhi oleh SDM dan Tingkat literasi digital Masyarakat. Kita sebagai orang yang membantu Lembaga zakat jika tidak pintar-pintar dalam melakukan strategi dgital, maka orang tidak akan paham dan percaya. Demikian juga Tingkat literasi digital Masyarakat. Orang yang Tingkat literasi digitalnya rendah, maka mereka sulit untuk menerima. Mereka akan lebih suka terhadap edukasi secara tradisonal karena dianggap lebih mudah."

Kesiapan masyarakat Ponorogo secara teknologi dan budaya untuk menerima edukasi zakat berbasis digital perlu dilihat dari beberapa aspek. Secara teknologi, penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Ponorogo terus meningkat, menunjukkan potensi besar dalam menjangkau masyarakat melalui platform digital. Namun, dari sisi budaya, masyarakat Ponorogo mungkin masih memiliki preferensi terhadap metode konvensional seperti ceramah atau pengajian. Selain itu, kesenjangan digital antara generasi tua dan muda juga perlu diperhatikan. Meskipun

demikian, dengan pendekatan yang tepat dan kreatif, edukasi zakat berbasis digital dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Ponorogo. Faktor-faktor seperti relevansi konten, kemudahan akses, dan dukungan dari tokoh agama lokal dapat menjadi kunci keberhasilan dalam mengimplementasikan strategi ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Bagi generasi milenial, mereka bisa menerima edukasi zakat berbasis digital karena sekarang ini mereka sudah banyak yang menggunakan teknologi digital dan media sosial. Sedangkan bagi mayarakat awam atau orang tua, mereka lebih senang dengan menggunakan strategi edukasi berbasis tradisional atau konvensional, karena dianggap lebih mudah dan tidak ribet. Kebanyakan dari orang tua itu tidak mempunyai media sosial atau tidak paham dengan teknologi digital. Mereka lebih suka dijelaskan langsung melalui sosialisasi atau pengajian Ketika di masjid karena bisa tanya langsung kepada pihak Lembaga zakatnya juga."*

BAZNAS perlu menyesuaikan strategi digitalnya dengan karakteristik masyarakat Ponorogo yang heterogen. Salah satu caranya adalah dengan melakukan segmentasi pasar berdasarkan tingkat literasi digital. Bagi masyarakat dengan literasi digital tinggi, BAZNAS dapat menawarkan platform yang lebih interaktif dan fitur-fitur canggih. Sementara itu, bagi masyarakat dengan literasi digital rendah, BAZNAS bisa menyediakan informasi yang lebih sederhana dan mudah dipahami, serta memberikan pendampingan melalui saluran telepon atau tatap muka. Selain itu, BAZNAS juga perlu mempertimbangkan faktor budaya dan sosial masyarakat Ponorogo. Misalnya, dengan melibatkan tokoh agama dan tokoh masyarakat dalam kampanye digital, BAZNAS dapat lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat. Selain itu, penggunaan bahasa lokal dan penyampaian pesan yang sesuai dengan nilai-nilai lokal juga penting untuk meningkatkan efektivitas kampanye. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu diana:

"Kita sebagai Lembaga digital harus bisa menyesuaikan dengan keadaan. Untuk Masyarakat awam atau orang tua yang tidak terbiasa dengan teknologi digital, maka kita melakukan edukasi zakat dengan cara yang sederhana supaya bisa diterima dengan baik, seperti menjelaskan secara langsung atau dengan sosialisasi. Sedangkan untuk anak muda atau generasi milenial, kita menawarkan platform dengan fitur-fitur yang canggih dan menarik. Mereka akan merasa terbuka dan bisa menerima."

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa BAZNAS Ponorogo telah mengintegrasikan teknologi digital dalam upaya meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berzakat. Melalui berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi, dan *website,* BAZNAS berhasil menjangkau generasi muda dan masyarakat luas. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya, BAZNASPonorogo kebnayakan masih sering menggunakan metode tradisional dengan cara melakukan sosialisasi karena mereka kebanyakan dari muzakkinya belum bisa menerima. Kebanyakan muzakki di BAZNAS Ponorogo ini ASN yang berusia lansia, sehingga mereka kesulitan untuk menggunakan teknologi.

2. LAZISNU Ponorogo

LAZISNU Ponorogo menyadari pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam menjangkau masyarakat yang semakin modern. Dengan populasi pengguna internet yang terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda, strategi edukasi berbasis digital dianggap sebagai langkah yang efektif untuk menyampaikan pesan tentang zakat. Selain itu, pandemi Covid-19 telah mendorong masyarakat untuk lebih banyak berinteraksi secara daring, sehingga platform digital menjadi sarana yang sangat relevan untuk menyampaikan informasi dan mengajak masyarakat berpartisipasi dalam program zakat. Dengan demikian, LAZISNU Ponorogo berharap dapat menjangkau lebih banyak mustahik dan

muzakki, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya zakat dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian yang dilakukan oleh LAZISNU Ponorogo juga menunjukkan bahwa masyarakat Ponorogo, terutama generasi muda, cenderung lebih responsif terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial dan platform digital lainnya. Selain itu, edukasi berbasis digital memungkinkan penyampaian informasi yang lebih interaktif, menarik, dan mudah diakses. Dengan demikian, diharapkan strategi ini dapat meningkatkan efektivitas kampanye zakat dan mendorong masyarakat untuk lebih aktif berzakat.

a. Efisien dan Efektif

LAZISNU Ponorogo memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan praktik zakat di kalangan warga Ponorogo dengan menerapkan metode yang efektif dan efisien. Efisiensi ditunjukkan melalui pengelolaan dana zakat yang terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan, memastikan bahwa setiap dana yang terkumpul disalurkan kepada mereka yang berhak menerimanya. Efektivitas dicapai melalui program-program yang tepat sasaran, seperti bantuan pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi, yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Adapun hasil wawancara dengan Bapak Didik yaitu:

> *"Alasan utama LAZISNU menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam membayar zakat yaitu Ketika kita menggunakan strategi edukasi zakat digital, maka itu lebih efisien. Digitak itu nanti akan lebih banyak yang mengakses dibandingkan dengan yang manual. Semua lapisan Masyarakat akan bisa mengakses, mulai dari anak-anak sampai dengan orang tua. Akan tetapi, kita menyamakan antara online dengan manual. Karena, Masyarakat juga ada yang masih kurang update, terutama Masyarakat yang awam dan orang tua. Mereka tidak begitu paham dengan media*

digital, apalagi kita mengedukasi zakat dengan berbasis digital, malah semakin tidak paham lagi. Oleh karena itu, kita imbang lah antara digital dengan manual."[138]

LAZISNU secara aktif melakukan kegiatan sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya zakat, baik melalui media sosial, ceramah keagamaan, maupun kegiatan langsung di lapangan. Kombinasi antara pengelolaan yang baik dan program-program yang berdampak inilah yang menjadikan LAZISNU Ponorogo sebagai lembaga yang dipercaya oleh masyarakat untuk menunaikan kewajiban zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara bersma beliau:

"*Akan tetapi, kita menyamakan antara online dengan manual. Karena, Masyarakat juga ada yang masih kurang update, terutama Masyarakat yang awam dan orang tua. Mereka tidak begitu paham dengan media digital, apalagi kita mengedukasi zakat dengan berbasis digital, malah semakin tidak paham lagi. Oleh karena itu, kita imbang lah antara digital dengan manual."*

b. Jangkauan yang Lebih Luas

Lembaga zakat melihat media digital sebagai alat yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menyampaikan informasi secara cepat, media digital memungkinkan lembaga zakat menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

"Sebagai Lembaga zakat, kita melihat potensi media digital dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat untuk membayar zakat itu melihat media digital sebagai potensi yang besar. Dengan media digital ini, kan jangkauannya menjadi semakin luas. Tdiak hanya Masyarakat Ponorogo saja yang tahu, akan tetapi seluruh pengguna media sosial nanti juga tahu karena bisa mengakses kita juga bisa menyediakan konten-konten edukatif

[138] Eko Suryanto, Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital.

seperti kampanye, video donasi, dan lainnya supaya Masyarakat tahu dan bergerak hatinya untuk zakat."

Melalui platform seperti media sosial, aplikasi, dan situs web, lembaga zakat dapat menyediakan informasi yang lebih menarik, interaktif, dan mudah diakses. Konten-konten edukatif seperti video, infografis, artikel, dan kampanye digital dapat dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat, mekanisme pembayaran, dan manfaatnya dalam membangun kesejahteraan umat. Selain itu, media digital juga memberikan peluang untuk menciptakan dialog dan keterlibatan langsung dengan masyarakat, sehingga pesan-pesan terkait zakat dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan berdampak. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

"Kita rencana juga akan mengembangkan media sosial tiktok kita dengan yang lebih menarik karena sekarang ini tiktok sedang banyak penggemarnya, apalagi generasi milenial."

c. Menyesuaikan dengan Perkembangan Teknologi

Keputusan untuk menggunakan strategi digital dalam edukasi zakat didasari oleh perubahan signifikan dalam perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Di era digital saat ini, masyarakat cenderung mengandalkan teknologi, seperti smartphone, media sosial, dan platform online, untuk mencari dan mendapatkan informasi, termasuk dalam hal keagamaan. Kebiasaan ini mencerminkan pergeseran dari metode tradisional seperti ceramah atau pengajian tatap muka ke bentuk komunikasi yang lebih fleksibel dan berbasis teknologi. Lembaga zakat menyadari bahwa pendekatan konvensional memiliki keterbatasan dalam menjangkau generasi muda dan masyarakat perkotaan yang lebih dinamis. Dengan memanfaatkan media digital, lembaga zakat dapat menjawab kebutuhan informasi masyarakat secara lebih relevan, cepat, dan interaktif, sehingga mampu meningkatkan kesadaran serta partisipasi masyarakat dalam

pelaksanaan zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Kita menggunakan media digital untuk mengedukasi Masyarakat supaya sadar untuk membayar zakat ini karena dari perilaku Masyarakat. Di era yang sekarang ini, semuanya yang serba digital, mau tidak mau kita harus meyesuaikan dengan perkembangan zaman. Dengan adanya media digital ini, maka Ketika kita melakukan edukasi, bisa tersebar luas dengan begitu cepat. Itulah alasannya menggunakan strategi edukasi berbasis digital."*

Tekanan dari perkembangan teknologi dan tren global menjadi salah satu faktor utama yang mendorong lembaga zakat untuk mengadopsi strategi digital. Dalam era digitalisasi yang semakin maju, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, dan masyarakat secara global semakin mengharapkan layanan yang mudah diakses, cepat, dan efisien melalui platform digital. Tren global ini menciptakan ekspektasi baru terhadap lembaga-lembaga, termasuk lembaga zakat, untuk memanfaatkan teknologi dalam menyampaikan informasi dan layanan mereka.

Selain itu, perkembangan teknologi juga membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan edukasi zakat, meningkatkan transparansi, serta memperkuat kepercayaan masyarakat melalui kemudahan akses dan pengelolaan yang lebih modern. Tekanan ini tidak hanya datang dari kebutuhan masyarakat, tetapi juga dari kompetisi antar lembaga yang berlomba untuk menawarkan inovasi terbaik agar tetap relevan dalam era digital. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

> *"Faktor utama yang mendorong LAZISNU ini dalam mengadopsi strategi digital yaitu karena adanya perkembangan teknologi dan trand digital. Semakin kesini, Masyarakat berharap layanannya mudah diakses, cepat dan efisien. Kita sebagai Lembaga zakat itu*

harus bisa memanfaatkan teknologi untuk menyampaikan informasi terkait zakat. Tekanan ini juga tidak hanya dating dari kebutuhan Masyarakat, akan tetapi Lembaga zakat lainnya juga menggunakan teknologi dalam edukasi zakat, sehingga kita harus bisa menyamai atau menyeimbangkan, bahkan bisa-bisa kita berkompetisi antar Lembaga untuk melakukan edukasi zakat berbasis digital."

LAZISNU memandang pendekatan digital sebagai metode yang lebih efektif dibandingkan metode tradisional dalam konteks Ponorogo, terutama untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan merata. Dengan memanfaatkan media digital, seperti aplikasi, media sosial, dan situs web, LAZISNU dapat menyampaikan informasi terkait zakat secara cepat dan interaktif, bahkan ke wilayah yang sulit dijangkau oleh metode konvensional seperti pengajian atau ceramah tatap muka. Pendekatan digital memungkinkan LAZISNU untuk menghadirkan konten edukatif yang lebih menarik, seperti video pendek, infografis, dan kampanye interaktif, yang dapat diakses kapan saja oleh masyarakat. Hal ini sangat relevan mengingat generasi muda di Ponorogo semakin terbiasa dengan teknologi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Strategi edukasi zakat berbasis digital ini lebih efektif dibandingkan dengan metode konvensional. Dengan menggunakan teknologi digital, maka hal ini bisa menjangkau ke wilayah yang lebih luas. Berbeda kalau melalui metode konvensional, kita hanya bisa sosialisasi di beberapa tempat, apalagi kalau di tempat yang terpencil pasti sulit dijangkau. Dengan metode edukasi berbasis digital, maka kita bisa memberikan konten yang menarik yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja."

Namun, LAZISNU juga menyadari bahwa keberhasilan strategi digital sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur teknologi dan literasi digital masyarakat setempat. Oleh karena itu, meskipun pendekatan digital memiliki keunggulan dalam hal efisiensi dan jangkauan, LAZISNU tetap

mengkombinasikan metode ini dengan pendekatan tradisional untuk menjangkau masyarakat yang belum sepenuhnya akrab dengan teknologi, sehingga upaya edukasi zakat dapat diterima oleh semua kalangan secara maksimal. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau:

> *"Sebenarnya, pendekatan digital dalam melakukan edukasi zakat berbasis digital ini kita pandang lebih efektif dibandingkan dengan metode manual atau tradisional karena jangkauannya lebih luas. Selain itu, penyebarannya juga luas. Berbeda dengan digital, kalau digital kita harus melakukan sosialisasi, pengajian untuk mengedukasi Masyarakat, dan itupun hanya satu wilayah satu wilayah secara bergantian. Akan tetapi, kita tetap mengkombinasikan antara strategi edukasi yang berbasis digital dengan manual atau tradisional, supaya kalangan Masyarakat yang lebih tua itu nanti juga bisa menerima dan faham terkait zakat."*

Kesuksesan atau tantangan dalam penerapan strategi berbasis digital untuk edukasi zakat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor utama adalah infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang stabil dan ketersediaan perangkat digital di kalangan masyarakat. Di daerah seperti Ponorogo, kesenjangan digital masih menjadi tantangan bagi sebagian masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Literasi digital juga memegang peranan penting, karena masyarakat yang belum terbiasa menggunakan teknologi cenderung kurang responsif terhadap strategi berbasis digital. Selain itu, konten yang relevan dan menarik menjadi faktor penentu keberhasilan. Konten harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat lokal agar pesan edukasi zakat dapat diterima dengan baik. Komitmen dan kompetensi sumber daya manusia di lembaga zakat dalam mengelola platform digital juga sangat penting. Ketersediaan tenaga ahli yang mampu merancang, mengelola, dan mengevaluasi program digital akan memengaruhi efektivitas

implementasi strategi ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Yang mempengaruhi kesuksesan atau tantangan dalam menerapkan strategi edukasi berbasis digital ini yaitu adaptasinya. Kita harus bisa beradaptasi dengan dunia yang semakin maju ini. Jika waktunya menggunakan teknologi, maka kita juga harus mengembangkan teknologi kita supaya bisa seperti Lembaga yang lainnya, jangan sampai kita tertinggal. Akan tetapi juga ada tantangannya, terutama dalam mengedukasi Masyarakat yang berada di daerah terpencil. Jaringan internet yang susah juga akan menjadi penghambat dalam melakukan edukasi zakat berbasis digital ini. Selain itu, SDM kita juga harus memadai, harus bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman."*

Masyarakat Ponorogo secara umum menunjukkan kesiapan yang cukup baik secara teknologi dan budaya untuk menerima edukasi zakat berbasis digital, meskipun tingkat kesiapan ini bervariasi di berbagai kelompok masyarakat. Di wilayah perkotaan, akses terhadap internet dan perangkat digital seperti smartphone sudah cukup luas, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk mengimplementasikan strategi berbasis digital di segmen masyarakat ini. Namun, di wilayah pedesaan atau komunitas dengan tingkat literasi digital yang rendah, tantangan tetap ada, seperti keterbatasan infrastruktur internet dan kurangnya pemahaman tentang penggunaan teknologi. Dari sisi budaya, masyarakat Ponorogo yang religius cenderung terbuka terhadap inovasi yang mendukung nilai-nilai keislaman, termasuk edukasi zakat. Namun, untuk memastikan penerimaan yang maksimal, pendekatan berbasis digital harus disesuaikan dengan karakteristik lokal, seperti memadukan konten digital dengan kearifan lokal dan budaya setempat. Dengan kombinasi pendekatan yang inklusif dan adaptif, masyarakat Ponorogo

diyakini dapat secara bertahap menerima edukasi zakat berbasis digital sebagai bagian dari transformasi dalam pengelolaan zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara:

> *"Ada dua generasi sekarang ini, ada generasi orang tua dan ada lagi generasi milenial. Bagi generasi milenial, mereka sudah siap dalam menerima edukasi zakat berbasis digital. Karena semua generasimilenial itu akan paham terkait digital, apalagi kalau edukasi zakatnya dilakukan melalui media sosial atau web yang pastinya mereka setiap hari selalu bertemu dengan itu. Akan tetapi bagi generasi orang tua, terutama yang tinggal di daerah pedesaan, maka digitalnya juga rendah. Mereka lebih suka dilakukan edukasi secara langsung dari pada menggunakan teknologi. Hal itu disebabkan karena pengetahuan mereka terkait sosial media juga rendah, penggunaan handphone juga jarang-jarang."*

Masyarakat Ponorogo secara umum menunjukkan kesiapan yang cukup baik secara teknologi dan budaya untuk menerima edukasi zakat berbasis digital, meskipun tingkat kesiapan ini bervariasi di berbagai kelompok masyarakat. Di wilayah perkotaan, akses terhadap internet dan perangkat digital seperti smartphone sudah cukup luas, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk mengimplementasikan strategi berbasis digital di segmen masyarakat ini. Namun, di wilayah pedesaan atau komunitas dengan tingkat literasi digital yang rendah, tantangan tetap ada, seperti keterbatasan infrastruktur internet dan kurangnya pemahaman tentang penggunaan teknologi. Dari sisi budaya, masyarakat Ponorogo yang religius cenderung terbuka terhadap inovasi yang mendukung nilai-nilai keislaman, termasuk edukasi zakat. Namun, untuk memastikan penerimaan yang maksimal, pendekatan berbasis digital harus disesuaikan dengan karakteristik lokal, seperti memadukan konten digital dengan kearifan lokal dan budaya setempat. Dengan kombinasi pendekatan yang inklusif dan adaptif, masyarakat Ponorogo diyakini dapat

secara bertahap menerima edukasi zakat berbasis digital sebagai bagian dari transformasi dalam pengelolaan zakat.

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan LAZISNU Ponorogo telah mengadopsi strategi edukasi zakat berbasis digital sebagai respons terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, aplikasi, dan website, LAZISNU berharap dapat menjangkau lebih banyak masyarakat, terutama generasi muda, dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya zakat.

3. LAZISMU Ponorogo

Strategi edukasi berbasis digital dipilih sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berzakat karena dinilai lebih efektif dan mampu menjangkau berbagai kalangan. Di era digital saat ini, mayoritas masyarakat, terutama generasi muda, lebih aktif mengakses informasi melalui media sosial dan platform digital dibandingkan metode konvensional seperti ceramah langsung atau selebaran. Oleh karena itu, LAZISMU Cabang Ponorogo memanfaatkan berbagai kanal digital, seperti media sosial, *website,* dan aplikasi donasi online untuk memberikan edukasi tentang pentingnya zakat, jenis-jenis zakat, serta dampak positifnya bagi masyarakat. Selain itu, penggunaan strategi digital juga memungkinkan Lazismu untuk menyampaikan informasi dengan lebih menarik.

a. Mengikuti Perkembangan Teknologi

Alasan utama LAZISMU Ponorogo memilih pendekatan berbasis digital dibandingkan dengan metode konvensional yaitu mengikuti perkembangan teknologi atau perkembangan zaman dan meningkatnya penggunaan internet di kalangan masyarakat Ponorogo menjadi peluang besar untuk menyebarkan informasi mengenai zakat secara lebih luas dan cepat. LAZISMU Cabang Ponorogo menyadari bahwa media sosial, *website,* serta platform digital lainnya telah menjadi sumber

utama informasi bagi banyak orang, terutama generasi muda. Oleh karena itu, mereka memanfaatkan kanal digital seperti *Facebook, Instagram, YouTube,* dan *WhatsApp* untuk menyebarkan konten edukatif tentang zakat, baik dalam bentuk artikel, infografis, maupun video pendek yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau.

> *"Alasan utama kita lebih mengembangkan edukasi zakat berbasis digital ini yaitu mengikuti perkembangan zaman mbak, perubahan bahwa LAZISMU Ponorogo ini menyadari bahwa perkembangan yang bersifat positif harus dibersamai dan diikuti. Selain itu, kita juga menggunakan pedoman Pimpinan Pusat Muhammadiyah tentang LAZISMU terkait prinsip pengelolaan dana LAZISMU, harus ada akuntabilitas, berkemajuan, dan berorientasi ke depan. Maka, kita juga menerapkan prinsip-prinsip digitalisasi yang harus kita laksanakan seperti membuat konten-konten supaya bisa mempermudah Masyarakat untuk mengakses layanan informasi atau bagaimana supaya Masyarakat bisa menyalurkan zakat secara mudah.*

Meskipun sudah menggunakan strategi edukasi berbasis digital, LAZISMU Cabang Ponorogo ini tetap menngunakan strategi edukasi dengan konvensional karena mengingat masyarakat Ponorogo ini merupakan masyarakat yang beragam, yang mana masih banyak juga yang sulit menerima teknologi informasi karena jangkauan wilayah ataupun usianya yang sudah tua. Kebanyakan masyarakat yang sudah lansia sulit menerima teknologi. Oleh karena itu, supaya semua wilayah bisa teredukasi, maka harus menggunakan dua metode yaitu dengan teknologi dan juga cara konvensional seperti sosialisasi, door to door, maupun yang lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *Akan tetapi, kita tidak sepenuhnya meninggalkan metode konvensional, kita juga masih melakukan edukasi zakat berbasis*

konvensional. Kita juga ada yang bagiannya sebagai Funrising yang setiap hari mereka berupaya untuk menggali dana dengan datang ke rumah atau ke masjid-masjid untuk menjelaskan terkait zakat. Jadi, kita juga harus imbang antara digital dengan konvensional supaya semua bisa dijangkau."[139]

LAZISMU Ponorogo menunjukkan bahwa lembaga zakat melihat media digital sebagai alat yang sangat potensial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat. Menurut mereka, perkembangan teknologi dan tingginya penggunaan internet di berbagai kalangan, termasuk masyarakat Ponorogo, memberikan peluang besar bagi lembaga zakat untuk menyebarkan informasi secara lebih luas, cepat, dan efektif. Media digital memungkinkan edukasi zakat dilakukan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga lebih mudah diakses oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja.mbaga zakat dalam melihat potensi digital dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang zakat ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau.

"Terkait dengan ini, kalau kita sifatnya konvensional itu sifatnya terbatas ya. Kalau kita hanya mengandalkan yang metode konvensional, maka hasil yang kita dapatkan juga akan terbatas dan sedikit, terutama mereka yang berzakat dan mengakses di LAZISMU ini. Kita menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital ini karena banyak muzakki yang dimiliki LAZISMU ini yang berada di luar kota, seperti mereka itu banyak yang berasal dari luar negeri, TKI, dan TKW. Itu alasan kita mengembangkan strategi edukasi zakat berbasis digital ini. Jadi, kita ada kelompok-kelompok yang kita tugasi untuk mengeshare LAZISMU yang berada di luar Ponorogo, jadi supaya mereka itu mudah dalam mengakses informasi atau bagaimana mereka membayar zakat termasuk hitung-hitungan zakat itu juga ada. Mereka tidak harus bertemu dengan amil zakat, mereka bisa menghitung

[139] Handoko, Strategi Edukasi Berbasis Digital.

zakatnya sendiri. Nanti ada kalkulator zakat dan bisa memasukkan nominal penghasilannya dan nanti akan muncul seberapa yang harus dikeluarkannya. Itu sebagai salah satu alasan potensinya. Di LAZISMU Ponorogo ini sifatnya territorial atau daerah ya, jadi kalau kita ngambil donasi itu kita hanya sebatas di wilayah sini dan tidak boleh di luar seperti Madiun. Kalau metode digital maka kit aitu fleksibel karena bisa membayar zakat dimanapun dan oleh siapapun."

Hasil wawancara dengan pihak Lazismu Ponorogo mengungkapkan bahwa keputusan menggunakan strategi digital dalam edukasi zakat memang didasarkan pada perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Lazismu menyadari bahwa perkembangan teknologi telah mengubah cara masyarakat mendapatkan dan menyebarkan informasi, termasuk dalam hal keagamaan dan zakat. Jika dulu masyarakat lebih banyak mendapatkan informasi melalui ceramah langsung di masjid atau kajian keislaman, kini mereka cenderung mencari informasi melalui internet dan media sosial. Berikut hasil wawancaranya:

"Tentunya iya, perubahan dari tahun ke tahun itu pasti nyata. Apalagi pada tahun 2019 sampai sekarang. Dulunya kita juga sukses dalam menerapkan strategi edukasi berbasis konvensional, akan tetapi jika kita hanya menerapkan strategi edukasi zakat berbasis konvensional maka kita juga akan tergilas oleh zaman yang akhirnya kita juga akan ditinggalkan oleh muzakki. Nah, tentunya kita juga mengikuti perkembangan zaman. Itu sebagai salah satu dasar menggunakan media digital."

"Kenapa kita katakana banyak tekanan dari perkembangan teknologi atau trend global untuk mengadopsi strategi digital ini, ya karena semakin banyaknya Lembaga-lembaga zakat yang juga semakin berkembang yang mengharuskan kit aitu untuk lebih maju supaya tidak ketinggalan. Kita juga harus bersaing dengan

mereka, minimal bisa mengimbangi. Jika kita tidak mengikutinya, maka Masyarakat juga tidak bisa mengenal lebih dalam dan nantinya kita juga tidak bisa melakukan strategi edukasi secara mendalam."

b. Menjangkau Wilayah yang Lebih Luas

Pendekatan digital dalam edukasi zakat dinilai lebih efektif dibandingkan metode tradisional, terutama dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas dan beragam. Melalui media digital seperti media sosial, *website*, dan aplikasi pembayaran zakat, informasi dapat disampaikan dengan cepat, interaktif, dan mudah diakses kapan saja. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Dengan menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital ini, maka kita dapat menjangkau seluruh masyarakat, bahkan bisa sampai ke luar Ponorogo dan juga bisa sampai ke luar negeri. Hal ini membuat strategi ini efktif karena dapat disampaikan secara cepat dan interaktif serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja tanpa perlu datang langsung ke kantor."

"Semua informasi terkait penyaluran zakat maupun pengumpulan zakat itu .sudah ada di website maupun media sosial. Semua kegiatan juga sudah ada di sana. hal ini membuat Tingkat kepercayaan masyarakat semakin meningkat terhadap zakat yang ada di LAZISMU Ponorogo."

Namun, LAZISMU Ponorogo juga mengakui bahwa efektivitas ini belum sepenuhnya optimal atau menyeluruh. Masih terdapat kendala seperti keterbatasan literasi digital di beberapa kelompok masyarakat, khususnya di daerah pedesaan, serta kurangnya interaksi langsung yang biasanya lebih efektif dalam membangun pemahaman dan kesadaran yang mendalam. Oleh karena itu, meskipun strategi digital membawa banyak keuntungan, Lazismu Ponorogo tetap mengombinasikannya dengan metode tradisional seperti kajian, ceramah di masjid, dan sosialisasi

langsung agar bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara lebih merata. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Yuni Handoko.

> *"Kalau kita sendiri itu, efektivitas pendekatan digital ini bisa dikatakan efektif tapi belum bisa menyeluruh mbak. Kenapa kok bisa gitu, karena memang sebagian warga Masyarakat Ponorogo itu setengahnya atau 50 banding 50 itu lebih banyak generasi milenial mengakses ini, tapi mereka juga belum banyak yang faham. Dulu kita pernah mengadakan survey dan tanya apakah sudah faham atau belum gitu. Akan tetapi, masih belum banyak dari mereka yang paham terkait program-program zakatnya. Maka kita juga mengajak mereka itu untuk bagaimana mereka mengikuti akun sosial media kita supaya mereka bisa mengetahui apa sih zakat itu, apa saja yang harus dizakati, dan prosesnya itu juga bagaimana. Oleh karena itu, kita lebih melakukan pendekatan lagi kepada mereka yang ada di wilayah Ponorogo atau di luar wilayah Ponorogo. Kalau dipandang efektif ya efektif akan tetapi belum bisa optimal."*

Faktor usia menjadi salah satu aspek yang memengaruhi kesuksesan dan tantangan dalam penerapan strategi edukasi zakat berbasis digital. Generasi muda cenderung lebih responsif terhadap kampanye digital karena sudah terbiasa dengan teknologi dan media sosial. Mereka lebih mudah mengakses, memahami, dan berinteraksi dengan konten zakat yang disajikan secara digital. Sebaliknya, generasi yang lebih tua, terutama di daerah pedesaan, masih menghadapi kesulitan dalam mengakses dan memahami informasi digital. Keterbatasan dalam penggunaan perangkat teknologi dan rendahnya literasi digital menjadi kendala utama. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau.

> *"Kalau untuk faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan ini yaitu pertama faktor usia ya mbak. Kenapa faktor usia? Karena kalau faktor usia itu mereka sangat terbatas. Minimal mereka itu usianya 50 ke bawah. Kalau 50 ke atas itu metodenya masih konvensional.*

Jadi yang usianya di bawah 50 tahun itu mereka yang mengakses media kita. Kemudian tantangannya itu dari kita sendiri ya mbak. Kurangnya waktu dan sumber daya manusia itu menjadi tantangan yang kita hadapi karena SDM kita itu yang bagian pengelolaan media soisal ini juga masih kuliah yang tentunya masih butuh ilmu yang banyak terkait dengan teknologi dan mereka waktunya juga harus dibagi dengan kuliahnya. Konten-konten yang sifatnya pembaharuan itu harus kita perhatikan, harus kita ikuti."

Masyarakat Ponorogo belum sepenuhnya siap secara teknologi dan budaya untuk menerima edukasi zakat berbasis digital. Hal ini disebabkan karena Ponorogo masih berada dalam lingkup kabupaten, bukan wilayah perkotaan, sehingga akses dan pemahaman terhadap teknologi masih terbatas, terutama di daerah pedesaan. Banyak masyarakat yang masih lebih nyaman dengan metode konvensional dalam menerima informasi, seperti ceramah langsung atau sosialisasi tatap muka. Oleh karena itu, pendekatan digital masih memerlukan adaptasi bertahap agar dapat diterima secara lebih luas. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Yuni Handoko.

"Kalau menurut pendapat kami itu masih belum, karena sebagian Masyarakat Ponorogo ini merupakan wilayahnya berada di bagian kabupaten, berbeda dengan yang wilayah Kota di mana dana hasil zakat itu hasilnya lebih banyak di kota, karena kebanyakan dari mereka yang juga menggunakan teknologi digital dan aksesnya luas sehingga edukasi yang dilakukan juga bisa maksimal. Mereka lebih siap menerima informasi-informasi zakat karena generasinya juga milenial karena mereka sadar diri kalau mereka juga berkewajiban untuk membayar zakat. Kalau menurut kita ya, di Ponorogo ini belum siap secara maksimal. Masih sekitar 30% an mereka siap untuk menerima teknologi. Di sini kebanyakan dari mereka kan baru paham zakat fitrah, sedangkan zakat profesi seperti pertanian maupun lainnya masih banyak yang belum faham. Di Ponorogo ini

mereka juga membayar, tapi dalam bentuk gabah dan lainnya, yang mana itu masih belum bisa dikatakan kalau itu melalui teknologi, karena manual."

LAZISMU Cabang Ponorogo menyesuaikan strategi edukasi zakat berbasis digital dengan karakteristik masyarakat yang beragam dalam tingkat literasi digital dengan upaya seoptimal mungkin. Salah satu langkah yang dilakukan adalah menggabungkan metode digital dengan pendekatan konvensional, seperti sosialisasi langsung dan pendampingan bagi masyarakat yang kurang familiar dengan teknologi. Selain itu, konten edukasi zakat dibuat lebih sederhana dan mudah dipahami, serta disebarkan melalui berbagai platform, seperti media sosial, *website,* dan grup *WhatsApp,* agar dapat menjangkau lebih banyak kalangan. Dengan strategi ini, Lazismu berupaya memastikan bahwa edukasi zakat tetap dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat Ponorogo. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau.

"Sangat terbatas juga terkait dengan penyesuaian ini. Kami seoptimal mungkin melakukan edukasi berbasis digital kepada Masyarakat Ponorogo melalui media Radio dan kampanye-kampanye zakat dan sering kali menggunakan momentum hari besar Islam untuk melakukan edukasi seperti bagi takjil pada saat Ramadhan. Karena tidak dipungkiri karakteristik Masyarakat Ponorogo itu beragam dan wilayahnya pinggiran, sehingga harus menyesuaikan juga kitanya. Kita juga melakukannya secara manual atau konvensional juga supaya bisa menyebar secara luas."

B. Analisis Alasan Lembaga Zakat di Ponorogo Menggunakan Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo

BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo mengadopsi strategi edukasi zakat berbasis digital sebagai respons terhadap kemajuan teknologi yang berkembang pesat. Transformasi digital telah

mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan melakukan berbagai aktivitas, termasuk dalam aspek keagamaan dan sosial, seperti pembayaran zakat. Saat ini, hampir semua aktivitas kehidupan masyarakat telah terintegrasi dengan teknologi digital, baik dalam bentuk pencarian informasi melalui internet, interaksi sosial di media digital, maupun transaksi keuangan yang semakin berbasis online. Perubahan ini mendorong lembaga-lembaga zakat di Ponorogo untuk menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan dan efektif dalam menyebarkan edukasi zakat kepada masyarakat.

Faktor *pertama* yang mempengaruhi tiga lembaga zakat di Ponorogo yaitu BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo menggunakan strategi edukasi berbasis digital adalah karena mereka **menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi**. Perubahan teknologi yang pesat dalam era digital telah menggeser pola konsumsi informasi dan interaksi sosial masyarakat.[140] Masyarakat modern, khususnya di era digital, semakin bergantung pada teknologi untuk mencari informasi, melakukan transaksi keuangan, dan berkomunikasi.[141] Oleh karena itu, lembaga-lembaga zakat perlu menyesuaikan metode edukasi mereka agar lebih efektif dalam menjangkau masyarakat yang semakin digital oriented.

Dalam era digital yang semakin maju, persaingan antar lembaga zakat dalam menyebarkan edukasi dan menarik partisipasi masyarakat semakin ketat. Lembaga zakat yang tidak beradaptasi dengan teknologi berisiko kehilangan kepercayaan dan minat masyarakat, yang kini lebih mengandalkan platform digital untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi, termasuk pembayaran zakat.[142] Dengan memanfaatkan teknologi digital, lembaga zakat dapat menjangkau lebih banyak muzakki dan mustahik secara efisien, meningkatkan transparansi pengelolaan dana zakat, serta memberikan

---

[140] Astrid Faidlatul Habibah and Irwansyah Irwansyah, "Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 2 (July 11, 2021): 350–63, https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255.

[141] Dina Azhari, "Dampak Positif Edukasi Masyarakat Di Era Digital," *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1, no. 2 (2024): 76–78.

[142] Anggoro Sugeng et al., "Indonesia's Zakat Transformation in the Digital Era: Opportunities and Challenges," *Journal of Contemporary Applied Islamic Philanthropy* 2, no. 1 (June 30, 2024): 15–22, https://doi.org/10.62265/jcaip.v2i1.63.

edukasi yang lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan lembaga zakat untuk mengembangkan inovasi, seperti aplikasi kalkulator zakat, layanan pembayaran online, serta penyebaran konten edukatif melalui media sosial dan webinar. Oleh karena itu, mengikuti perkembangan teknologi bukan hanya sekadar pilihan, tetapi merupakan kebutuhan agar lembaga zakat tetap relevan, kompetitif, dan mampu menjalankan perannya secara efektif dalam meningkatkan kesadaran zakat di masyarakat.

Meskipun telah menerapkan strategi edukasi berbasis digital, ketiga lembaga zakat di Ponorogo yaitu BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo tetap mempertahankan metode edukasi konvensional. Hal ini dikarenakan masyarakat Ponorogo memiliki latar belakang yang beragam, di mana masih banyak kelompok masyarakat yang belum sepenuhnya bisa menerima teknologi informasi, baik karena faktor usia maupun keterbatasan akses di wilayah tertentu. Beberapa daerah di Ponorogo masih memiliki keterbatasan dalam infrastruktur digital, seperti akses internet yang lemah atau kepemilikan perangkat teknologi yang terbatas. Selain itu, kebanyakan masyarakat yang sudah lanjut usia mengalami kesulitan dalam memahami dan menggunakan teknologi digital, sehingga pendekatan edukasi berbasis digital saja belum cukup efektif untuk mencakup seluruh lapisan masyarakat.

Individu memiliki gaya belajar yang berbeda-beda, termasuk dalam menerima informasi melalui pendekatan verbal, visual, dan pengalaman langsung. Dalam konteks edukasi zakat, sebagian masyarakat lebih mudah memahami konsep zakat melalui tatap muka, diskusi langsung, atau penyampaian oleh tokoh agama dibandingkan dengan membaca informasi di media digital. Selain itu, pembelajaran orang dewasa lebih efektif ketika dikaitkan dengan pengalaman langsung dan interaksi sosial. Oleh karena itu, edukasi zakat yang dilakukan melalui pendekatan konvensional seperti ceramah keagamaan, pengajian, dan sosialisasi langsung masih sangat

relevan, terutama bagi masyarakat yang lebih nyaman dengan metode pembelajaran tradisional.

Supaya seluruh masyarakat dapat teredukasi dengan baik mengenai zakat, ketiga lembaga zakat di Ponorogo mengombinasikan dua metode edukasi, yaitu melalui teknologi digital dan metode konvensional. Strategi konvensional ini dilakukan melalui berbagai cara seperti sosialisasi tatap muka, pendekatan door to door, serta penyebaran informasi melalui forum keagamaan atau majelis taklim. Dengan kombinasi kedua strategi ini, diharapkan kesadaran zakat masyarakat Ponorogo dapat meningkat secara merata tanpa ada kelompok yang tertinggal dalam memperoleh informasi mengenai kewajiban zakat.

Faktor kedua yang mempengaruhi tiga lembaga zakat di Ponorogo BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital adalah karena **jangkauan yang lebih luas**. Maksud dari pernyataan ini adalah bahwa dengan memanfaatkan teknologi digital, informasi mengenai zakat dapat disebarluaskan kepada lebih banyak masyarakat tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Jika metode konvensional seperti ceramah atau sosialisasi tatap muka memiliki keterbatasan dalam menjangkau audiens karena faktor geografis dan keterbatasan kapasitas peserta, maka strategi berbasis digital memungkinkan lembaga zakat untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil atau yang memiliki keterbatasan waktu untuk mengikuti edukasi zakat secara langsung.[143]

Platform digital seperti *website,* media sosial, aplikasi, dan webinar memungkinkan masyarakat Ponorogo untuk mengakses informasi tentang zakat kapan saja dan di mana saja. Melalui media sosial seperti *Facebook, Instagram,* dan *YouTube,* lembaga zakat dapat menyebarkan konten edukasi dalam bentuk infografis, video interaktif, dan ceramah daring yang mudah

[143] Jumardi et al., "Analisis Peran Unit Pengelola Zakat Berbasis Desa Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Ummat," *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. 2 (October 31, 2023): 180–98, https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v8i2.2290.

dipahami.[144] Selain itu, aplikasi zakat digital yang dikembangkan oleh berbagai lembaga mempermudah masyarakat dalam menghitung kewajiban zakat mereka dan melakukan pembayaran secara online. Hal ini meningkatkan efisiensi dalam penyampaian informasi dan mempercepat proses edukasi zakat secara menyeluruh.[145]

Media yang lebih kaya dalam menyampaikan informasi akan lebih efektif dalam komunikasi, terutama dalam konteks edukasi dan sosialisasi. Dalam hal ini, media digital seperti video, aplikasi interaktif, dan media sosial lebih kaya dibandingkan dengan metode konvensional seperti selebaran atau ceramah tatap muka karena mampu menyampaikan informasi secara visual, audio, dan teks secara bersamaan. Dengan demikian, pemanfaatan media digital dalam edukasi zakat memungkinkan penyampaian pesan yang lebih efektif dan dapat menjangkau lebih banyak orang. Inovasi dalam komunikasi, seperti penggunaan teknologi digital, memungkinkan informasi untuk tersebar lebih cepat dan lebih luas kepada masyarakat.[146] Dalam konteks zakat, strategi edukasi digital memungkinkan percepatan penyebaran informasi tentang kewajiban zakat dan meningkatkan kesadaran masyarakat secara lebih luas dibandingkan dengan metode konvensional.

Digitalisasi zakat melalui media sosial dan aplikasi meningkatkan jumlah muzakki yang membayar zakat sebesar 40% dalam kurun waktu dua tahun.[147] Hal ini menunjukkan bahwa jangkauan yang lebih luas dari media digital berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kesadaran dan

---

[144] Haryani Santo Hartono, "Indonesia's National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq and Shadaqah (ZIS)," *Muslim Business and Economic Review* 1, no. 2 (December 29, 2022): 183–204, https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.67.

[145] Ali Amzah and Yenni Samri Juliati Nasution, "Pemahaman Masyarakat Kecamatan Medan Tembung Dalam Digitalisasi Zakat: Understanding of the Medan Tembung District Community in Digitalizing Zakat," *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2024): 239–52.

[146] Ilham Lucky Alamsyah, Nur Aulya, and Siti Handayani Satriya, "Transformasi Media Dan Dinamika Komunikasi Dalam Era Digital: Tantangan Dan Peluang Ilmu Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 3 (2024): 168–81.

[147] Nur Jamaludin and Siti Aminah, "Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang," *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)* 2, no. 2 (March 7, 2021): 180–208, https://doi.org/10.15642/mzw.2021.2.2.180-208.

partisipasi masyarakat dalam zakat. Penggunaan media digital dalam edukasi zakat membantu menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau, seperti pekerja sibuk dan masyarakat di daerah terpencil. Dengan adanya webinar dan media sosial, mereka tetap bisa mendapatkan pemahaman yang cukup tentang zakat tanpa harus menghadiri sosialisasi secara fisik.

Faktor yang ketiga yaitu **efisiensi dan efektif**, BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo memilih menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital karena mereka mempertimbangkan pentingnya efisiensi dan efektivitas dalam upaya mereka. Efisiensi mengacu pada penggunaan sumber daya yang lebih hemat, seperti biaya, tenaga, dan waktu, dalam penyampaian edukasi zakat.[148] Dengan menggunakan platform digital, mereka dapat mengurangi biaya cetak materi, menghemat waktu penyuluhan, dan mengoptimalkan tenaga kerja yang terlibat. Sementara itu, efektivitas strategi digital diukur dari seberapa baik strategi tersebut dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam praktik zakat, menjadikan pendekatan ini lebih menarik dan mudah diakses oleh lebih banyak orang.

Metode digital dalam edukasi zakat menawarkan efisiensi yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan metode konvensional seperti ceramah langsung atau sosialisasi tatap muka. Dalam metode konvensional, penyelenggaraan kegiatan memerlukan berbagai biaya tambahan, seperti transportasi bagi pemateri dan peserta, sewa tempat untuk acara, serta konsumsi bagi peserta yang hadir. Hal ini tentu menambah beban anggaran bagi lembaga zakat. Sebaliknya, metode digital memungkinkan penyampaian informasi yang lebih hemat karena menggunakan platform online seperti

[148] Rachmat, Lukman M. Baga, and Ninuk Purnaningsih, "Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y Dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment," *AL-MUZARA'AH* 8, no. 2 (December 24, 2020): 95–108, https://doi.org/10.29244/jam.8.2.95-108.

media sosial, webinar, dan *website*.[149] Dengan media ini, informasi dapat disebarkan secara lebih cepat dan luas tanpa terikat oleh batasan waktu dan lokasi. Selain itu, konten digital yang telah dibuat dapat diakses berulang kali oleh masyarakat tanpa memerlukan biaya tambahan yang signifikan. Keunggulan lainnya adalah efisiensi tenaga kerja, di mana satu konten digital, seperti video atau artikel edukasi, dapat menjangkau ribuan orang tanpa perlu interaksi langsung yang intensif. Dengan demikian, metode digital tidak hanya mengurangi beban biaya dan tenaga, tetapi juga meningkatkan efektivitas edukasi zakat dengan jangkauan yang lebih luas dan aksesibilitas yang lebih mudah bagi masyarakat.

Dari segi efektivitas, strategi digital memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses edukasi zakat tanpa terikat oleh waktu dan tempat. Berbeda dengan metode konvensional yang biasanya memerlukan kehadiran fisik pada waktu tertentu, edukasi berbasis digital memungkinkan individu untuk belajar kapan saja sesuai dengan kenyamanan mereka. Konten digital yang disajikan dalam berbagai format, seperti infografis, video edukatif, atau e-book, dapat diakses kembali kapan pun dibutuhkan, sehingga memungkinkan pembelajaran yang lebih fleksibel. Masyarakat dapat menyesuaikan waktu mereka untuk memahami materi zakat sesuai dengan kecepatan belajar dan preferensi masing-masing. Selain itu, strategi ini sangat bermanfaat bagi kelompok masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu, seperti pekerja dengan jadwal sibuk atau mahasiswa yang memiliki banyak aktivitas akademik.[150] Mereka tetap dapat memperoleh pemahaman tentang pentingnya zakat tanpa harus menghadiri sesi edukasi secara langsung. Dengan demikian, metode digital tidak hanya memperluas jangkauan edukasi

[149] Sahid Alfatah and Abdulloh, "Optimalisasi Zakat Di Era Digital : Peran Teknologi Dalam Transparansi Dan Efisiensi Distribusi," *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam* 2, no. 2 (2024): 11–31, https://doi.org/10.32493/amq.v2i2.44448.

[150] Ella Fadila Damanik and Marliyah, "Efektivitas Penerapan Zakat Online Terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat Pada Lembaga DT Peduli," *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum* 1, no. 6 (2023): 161–69, https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i6.658.

zakat, tetapi juga memastikan bahwa informasi dapat diterima oleh lebih banyak orang tanpa mengganggu rutinitas harian mereka.[151]

Suatu strategi atau kebijakan dianggap layak diterapkan jika manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.[152] Dalam konteks edukasi zakat berbasis digital, biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan dan pengelolaan konten digital relatif lebih kecil dibandingkan dengan manfaat yang dihasilkan, seperti penyebaran informasi yang lebih luas, peningkatan kesadaran masyarakat, serta kemudahan akses terhadap materi edukasi kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, pendekatan digital lebih efisien dibandingkan metode konvensional yang memerlukan lebih banyak sumber daya, seperti biaya transportasi, sewa tempat, dan tenaga kerja.

Selain itu, penerimaan dan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan).[153] Dalam konteks edukasi zakat digital, masyarakat cenderung lebih mudah menerima dan memanfaatkan teknologi jika mereka merasa bahwa platform digital benar-benar membantu mereka dalam memperoleh informasi zakat secara praktis dan efisien. Kemudahan akses melalui media sosial, website, atau aplikasi edukasi zakat membuat masyarakat lebih tertarik untuk belajar dan memahami kewajiban zakat mereka tanpa harus menghadiri sesi edukasi tatap muka yang mungkin menghabiskan waktu dan tenaga. Oleh karena itu, berdasarkan kedua teori tersebut, strategi edukasi zakat berbasis digital tidak hanya lebih hemat biaya dan tenaga, tetapi juga lebih efektif dalam menjangkau dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat.

Edukasi zakat berbasis digital terbukti mampu mengurangi biaya operasional lembaga zakat secara signifikan. Berdasarkan data yang

---

[151] R. Fadhilah and A. Mukti, "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Islam Dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021): 112–26.

[152] I. Adnyana, *Studi Kelayakan Bisnis*, 2020.

[153] F.D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319.

diperoleh, penggunaan media digital dalam edukasi zakat dapat memangkas biaya operasional hingga 60% dibandingkan dengan metode konvensional, seperti ceramah langsung atau sosialisasi tatap muka.[154] Penghematan ini terjadi karena metode digital tidak memerlukan biaya transportasi bagi pemateri, sewa tempat, konsumsi peserta, serta berbagai perlengkapan lainnya yang biasanya dibutuhkan dalam kegiatan offline. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, webinar, dan website, lembaga zakat dapat menyampaikan informasi tanpa harus mengeluarkan anggaran besar untuk penyelenggaraan acara secara fisik.[155]

Selain itu, digitalisasi juga terbukti meningkatkan efektivitas penyebaran informasi zakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi edukasi berbasis digital mampu memperluas jangkauan audiens hingga tiga kali lipat dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan metode konvensional. Hal ini terjadi karena konten digital dapat dengan mudah dibagikan, diakses, dan ditonton oleh banyak orang secara bersamaan, tanpa batasan geografis maupun waktu. Dengan hanya satu kali unggahan, informasi mengenai zakat dapat tersebar luas ke berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang sebelumnya sulit dijangkau melalui pendekatan konvensional. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menghemat biaya operasional, tetapi juga mempercepat dan memperluas dampak edukasi zakat bagi masyarakat.

Masyarakat yang mendapatkan edukasi zakat melalui media digital menunjukkan pemahaman yang lebih cepat dibandingkan dengan mereka yang hanya mengandalkan metode konvensional, seperti ceramah atau sosialisasi tatap muka. Hal ini disebabkan oleh fleksibilitas media digital yang memungkinkan individu untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja sesuai dengan kenyamanan mereka. Dengan adanya berbagai format konten digital, seperti video edukatif, infografis, *e-book*, dan artikel

[154] M. Ahmad, R. Salim, and A. Karim, "The Efficiency of Digital Zakat Education: A Comparative Study," *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 2 (2021): 120.

[155] M. Ahmad, R. Salim, and A. Karim, "The Efficiency of Digital Zakat Education: A Comparative Study," *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 2 (2021): 120–35.

interaktif, masyarakat dapat memilih cara belajar yang paling sesuai dengan gaya pemahaman mereka.

Selain itu, media digital memungkinkan informasi untuk dikaji ulang berkali-kali, sehingga jika ada konsep yang kurang dipahami, masyarakat dapat mengakses kembali materi yang sama tanpa harus menunggu sesi edukasi berikutnya. Berbeda dengan metode ceramah langsung yang hanya berlangsung pada waktu tertentu, edukasi digital memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk belajar dengan ritme mereka sendiri, tanpa tekanan waktu atau keterbatasan lokasi. Faktor lainnya adalah daya tarik visual dan interaktif dari media digital yang dapat meningkatkan keterlibatan dan minat masyarakat dalam memahami zakat. Dengan adanya fitur seperti ilustrasi menarik, animasi, dan simulasi kalkulasi zakat, konsep yang mungkin terasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih konkret dan mudah dipahami.[156]

Ketiga Lembaga zakat di Ponorogo menyesuaikan strategi edukasi zakat berbasis digital dengan mempertimbangkan tingkat literasi digital yang beragam di masyarakat. Untuk mengoptimalkan efektivitasnya, mereka mengombinasikan metode digital dengan pendekatan konvensional, seperti sosialisasi tatap muka dan pendampingan bagi kelompok masyarakat yang kurang terbiasa dengan teknologi. Selain itu, konten edukasi zakat dirancang agar lebih sederhana dan mudah dipahami, sehingga lebih inklusif bagi berbagai kalangan. Penyebaran informasi dilakukan melalui berbagai platform, termasuk media sosial, *website*, dan grup *WhatsApp*, guna memperluas jangkauan audiens. Dengan pendekatan ini, bisa dipastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat di Ponorogo tetap dapat memperoleh pemahaman yang baik tentang zakat, terlepas dari tingkat keterampilan digital mereka.

Keberhasilan edukasi zakat berbasis digital dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti infrastruktur teknologi, literasi digital, relevansi konten, dan kesiapan sumber daya manusia. Ketersediaan akses internet yang stabil

[156] M. Yusuf and A. Hakim, "Effectiveness of Digital Media in Zakat Education: A Case Study in Indonesia," *Indonesian Journal of Philanthropy* 5, no. 1 (2022): 46–62.

serta perangkat digital menjadi faktor krusial, terutama di daerah seperti Ponorogo, di mana kesenjangan digital masih menjadi tantangan, khususnya di wilayah pedesaan. Selain itu, tingkat literasi digital masyarakat juga berperan penting, karena mereka yang kurang familiar dengan teknologi cenderung lebih sulit menerima edukasi digital secara optimal. Keberhasilan strategi ini juga bergantung pada daya tarik dan relevansi konten yang disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik sosial budaya masyarakat, agar pesan edukasi zakat dapat lebih mudah dipahami. Di samping itu, kesiapan sumber daya manusia di lembaga zakat sangat menentukan efektivitas implementasi strategi digital, di mana tenaga pengelola yang kompeten dalam mengembangkan dan mengelola platform digital berperan penting dalam memastikan keberlanjutan program edukasi zakat berbasis digital.

Sejumlah penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang berperan dalam keberhasilan digitalisasi edukasi zakat. Studi yang dilakukan oleh Ridhwan et al. (2021) menunjukkan adanya hubungan yang erat antara akses terhadap teknologi serta tingkat literasi digital masyarakat dengan efektivitas edukasi zakat berbasis digital. Artinya, semakin baik akses terhadap internet dan perangkat digital, serta semakin tinggi pemahaman masyarakat terhadap penggunaan teknologi, maka semakin besar kemungkinan edukasi zakat digital dapat diterima dan dipahami secara optimal.[157]

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Huda et al. (2022) menyoroti pentingnya desain konten dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan edukasi zakat. Konten yang bersifat interaktif dan sesuai dengan karakteristik serta preferensi masyarakat terbukti lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman tentang zakat dibandingkan dengan materi yang kaku dan kurang menarik. Oleh karena itu,

[157] M. Ridhwan, "The Role of Digital Literacy in Zakat Awareness: A Case Study in Indonesia," *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 3 (2021): 87–102.

strategi digital dalam edukasi zakat perlu memperhatikan aspek desain konten agar lebih mudah diakses dan dipahami oleh berbagai kalangan.[158]

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Al-Khattab & Othman (2020) menekankan bahwa kesiapan sumber daya manusia dalam mengelola platform digital memiliki peran krusial dalam keberlanjutan dan efektivitas strategi edukasi zakat berbasis digital. Tanpa adanya tenaga ahli yang kompeten dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi program digital, implementasi strategi ini akan menghadapi berbagai kendala dan sulit berkembang secara maksimal. Oleh karena itu, keberhasilan digitalisasi edukasi zakat tidak hanya bergantung pada teknologi dan konten, tetapi juga pada kesiapan dan kapabilitas sumber daya manusia dalam mengelola serta mengembangkan platform edukasi berbasis digital.[159]

[158] M. Huda, "Enhancing Zakat Education through Digital Platforms: An Empirical Study on Content Effectiveness," *International Journal of Islamic Studies* 7, no. 1 (2022): 45–63.

[159] A. Al-Khattab and R. Othman, "Digital Strategies in Islamic Philanthropy: Challenges and Opportunities," *Journal of Islamic Social Finance* 5, no. 2 (2020): 120–35.

BAB VI

DAMPAK DARI STRATEGI EDUKASI ZAKAT BERBASIS DIGITAL YANG TELAH DILAKUKAN OLEH LEMBAGA ZAKAT DI PONOROGO DALAM MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT PONOROGO

A. Data Dampak Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital yang telah dilakukan oleh Lembaga Zakat di Ponorogo dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo

1. BAZNAS Ponorogo

Indikator utama keberhasilan strategi digital lembaga zakat dalam meningkatkan kesadaran zakat meliputi peningkatan jumlah pengunjung *website* dan media sosial, peningkatan jumlah donatur baru, peningkatan jumlah transaksi zakat secara online, peningkatan *engagement* pada konten digital, serta peningkatan jumlah percakapan atau pertanyaan mengenai zakat di platform digital. Selain itu, lembaga zakat juga dapat mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan digital yang diberikan, serta dampak kampanye digital terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam berzakat. Dengan mengukur indikator-indikator tersebut, lembaga zakat dapat secara objektif menilai efektivitas strategi digital yang telah diterapkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Indikator utama yang diguanakan oleh Lembaga zakat untuk menilai keberhasilan strategi edukasi zakat berbasis digital yaitu peningkatan jumlah donator atau jumlah orang yang membayar zakat. Semakin banyak orang yang membayar zakat, maka mereka semakin paham terkait zakat."*[160]

Lembaga zakat umumnya mencatat peningkatan yang signifikan dalam jumlah muzaki dan pengumpulan zakat setelah menerapkan strategi digital. Hal ini dikarenakan jangkauan yang lebih luas, kemudahan akses,

[160] Strategi Edukasi Berbasis Digital.

dan personalisasi pesan yang dapat dilakukan melalui platform digital. Banyak lembaga zakat melaporkan kenaikan jumlah donasi online, peningkatan jumlah donatur baru, serta peningkatan frekuensi donasi dari muzaki yang sudah ada. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa strategi digital efektif dalam menarik generasi muda untuk berzakat, yang sebelumnya mungkin kurang terhubung dengan metode pengumpulan zakat konvensional. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Semua zakat itu kita catat setiap tahunnya. Tujuannya apa, supaya kita tahu setiap tahun itu apakah naik atau turun jumlah orang yang membayar zakat atau jumlah zakat tersebut. Jika mengalami kenaikan, maka literasi zakat pasyarakat itu baik, akan tetapi jika zakat mengalami penurunan, maka Tingkat literasi Masyarakat terkait zakat itu masih kurang."*

a. Meningkatkan Kemudahan dalam Berzakat

Respons masyarakat Ponorogo terhadap edukasi zakat berbasis digital umumnya positif. Banyak masyarakat, terutama generasi muda, merasa terbantu dengan adanya platform digital yang memudahkan mereka untuk mengakses informasi tentang zakat. Kemudahan berdonasi secara online juga menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Respon Masyarakat terhadap edukasi zakat berbasis digital ini umumnya positif. Masyarakat yang paham akan teknologi digital, mereka akan menerima dan bisa memudahkan mereka dalam membayar zakat."*

Namun, masih ada sebagian masyarakat, terutama generasi tua, yang lebih nyaman dengan metode konvensional. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

> *"Masyarakat yang banyak tinggal di pedesaan dan kebanyakan mereka yang sudah berumur itu sulit untuk menerima karena mereka tidak faham terkait strategi berbasis digital. Mereka lebih*

suka strategi secara tradisional karena dianggap lebih mudah dan bisa memahami."

Banyak masyarakat, terutama generasi muda, merasa lebih mudah memahami kewajiban zakat melalui media digital. Hal ini dikarenakan beberapa faktor. Pertama, media digital menyajikan informasi dengan cara yang lebih interaktif dan menarik, seperti video animasi, infografis, dan kuis. Kedua, informasi yang disajikan dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital. Ketiga, media digital memungkinkan adanya interaksi dua arah, sehingga masyarakat dapat bertanya dan berdiskusi mengenai zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Diana:

"Banyak Masyarakat, terutama generasi milenial atau generasi muda menganggap strategi edukasi diital ini lebih mudal dibandingkan dengan cara tradisional. Hal ini karena mereka menganggap jika media digital ini dapat menyajikan informasi secara menarik dan bisa diakses kapan saja dan di mana saja."

b. Menjangkau Daerah yang Lebih Luas, Terutama Daerah Pedesaan

Strategi digital telah terbukti efektif dalam menjangkau kelompok masyarakat tertentu yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode konvensional. Misalnya, generasi muda yang lebih banyak menghabiskan waktu di dunia digital dapat dengan mudah diakses melalui platform media sosial dan aplikasi mobile. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Anak-anak sekarang ini kalau di kasih edukasi terkait zakat dengan cara sosialisasi sudah banyak yang bosan. Mereka lebih suka dengan memakai teknologi. Hal itu disebabkan karena sekarang semuanya serba digital yang mempermudah mereka dalam melakukan kegiatan. Dengan cara ini, edukasi zakat berbasis digital lebih efektif karena bisa mengajak semua kalangan."

Selain itu, masyarakat yang tinggal di daerah terpencil juga dapat mengakses informasi tentang zakat melalui internet, meskipun akses internet mereka terbatas. Dengan demikian, strategi digital telah berhasil menjembatani kesenjangan akses informasi dan memperluas jangkauan dakwah zakat. Hasil wawancara dengan Ibu Diana menjelaskan bahwa:

> *"Strategi digital ini berhasil menjangkau kelompok Masyarakat tertentu, terutama yang tinggal di pedesaan. Dengan strategi edukasi berbasis digital ini, semua Masyarakat baik kota maupun desa bisa teredukasi. Akan tetapi tidak terlalu berpengaruh, karena mereka lebih suka dengan cara konvensional. Pada Masyarakat yang sulit di jangkau, mereka tetap bisa mengakses informasi di internet, akan tetapi agak sulit."*

c. Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat

Terdapat perubahan sikap dan perilaku yang signifikan pada masyarakat dalam hal membayar zakat setelah adanya edukasi melalui media digital. Banyak masyarakat yang sebelumnya kurang memahami atau kurang peduli dengan zakat, menjadi lebih sadar dan termotivasi untuk menunaikan kewajiban zakat. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah muzaki, terutama dari kalangan generasi muda. Selain itu, masyarakat juga cenderung lebih aktif mencari informasi tentang zakat dan berdiskusi mengenai hal tersebut di platform digital. Perubahan sikap ini menunjukkan bahwa edukasi zakat melalui media digital telah berhasil mengubah persepsi masyarakat tentang zakat dan mendorong mereka untuk menjadi lebih peduli terhadap sesama. Wawancara dengan Ibu Diana menjelaskan bahwa:

> *"Terdapat perubahan sikap setelah adanya strategi edukasi berbasis digital. Bagi Masyarakat yang sebelumnya kurang memahami terkait zakat, mereka semakin paham terhadap zakat dan membuat mereka itu sadar akan pembayaran zakat. Akan tetapi, kebanyakan orang di sini itu belum terlalu faham*

meskipun mereka membayar zakat dengan rutin, karena kebanyakan muzakki di sini itu ASN yang sudah berumur dan mereka tidak terlalu paham terhadap teknologi."

Menilai keberhasilan strategi digital dalam meningkatkan kesadaran zakat itu tidak mudah, karena banyak faktor yang saling memengaruhi. Selain media digital, kampanye langsung, pengaruh tokoh agama, dan kondisi ekonomi juga berperan. Selain itu, sulit untuk menentukan cara pengukuran yang tepat. Tidak semua peningkatan angka di dunia digital, seperti jumlah pengunjung situs web, otomatis berarti kesadaran zakat meningkat. Terakhir, kurangnya data yang lengkap dan akurat juga menjadi hambatan. Hal ini disampaikan oleh Ibu Diana setelah diwawancarai.

"Tantangannya dalam mengukur dampak strategi edukasi zakat berbasis digital ini yaitu apa sih yang mempengaruhi peningkatan kesadaran zakat itu. Selain itu, yang digunakan untuk mengukur keberhasilan ini memakai apa."

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan Indikator keberhasilan strategi edukasi zakat berbasis digital umumnya mencakup peningkatan jumlah donatur, transaksi zakat online, engagement di media sosial, dan pertanyaan terkait zakat. Lembaga zakat juga mengukur kepuasan masyarakat dan perubahan perilaku dalam berzakat. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah muzaki dan donasi setelah penerapan strategi digital. Respon masyarakat positif, terutama generasi muda yang merasa terbantu dengan kemudahan akses informasi dan pembayaran zakat secara online. Namun, masih ada sebagian masyarakat, terutama generasi tua, yang lebih nyaman dengan metode konvensional. Strategi digital terbukti efektif dalam menjangkau kelompok masyarakat yang sulit dijangkau sebelumnya, seperti generasi muda dan masyarakat di daerah terpencil. Meskipun demikian, tantangan dalam mengukur dampak secara akurat masih ada, seperti kesulitan

mengisolasi variabel yang mempengaruhi peningkatan kesadaran zakat dan keterbatasan data yang komprehensif.

2. LAZISNU Ponorogo

Indikator utama yang digunakan lembaga zakat untuk menilai keberhasilan strategi digital dalam meningkatkan kesadaran zakat meliputi beberapa aspek. Pertama, tingkat partisipasi masyarakat yang diukur melalui peningkatan jumlah pembayar zakat melalui platform digital atau aplikasi yang disediakan. Kedua, jangkauan informasi, yang dapat dilihat dari jumlah pengguna atau pengikut media sosial, interaksi pada konten digital seperti *likes, shares,* dan komentar, serta jumlah unduhan aplikasi terkait zakat. Ketiga, perubahan perilaku masyarakat, seperti peningkatan pemahaman tentang kewajiban zakat dan keaktifan dalam menyalurkannya. Keempat, *feedback* atau tanggapan masyarakat, yang diperoleh melalui survei, testimoni, atau diskusi interaktif terkait penggunaan media digital. Dengan memantau indikator-indikator ini, lembaga zakat dapat mengevaluasi efektivitas strategi digital yang telah diterapkan dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Untuk melihat keberhasilan dalam melakukan strategi edukasi berbasis digital ini, maka indikatornya yaitu respon Masyarakat dan jumlah zakat yang dihasilkan setiap bulan atau tahun. Semakin banyak jumlah zakat yang dihasilkan, berarti kan jumlah Masyarakat yang paham terkait edukasinya juga semakin banyak, dan sebaliknya. Jadi ada dua, yaitu jumlah zakat yang diterima dan respon Masyarakat."*[161]

Untuk mengetahui apakah strategi edukasi zakat berbasis digital yang diterapkan berhasil meningkatkan jumlah muzaki atau pengumpulan zakat, lembaga zakat perlu melakukan pencatatan dan analisis data yang komprehensif. Data-data yang perlu dikumpulkan meliputi jumlah muzaki

[161] Eko Suryanto, Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital.

baru sebelum dan sesudah implementasi, total zakat yang terkumpul, profil muzaki (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan), serta sumber informasi dan motivasi berzakat. Dengan membandingkan data sebelum dan sesudah implementasi strategi digital, lembaga zakat dapat melihat secara jelas apakah ada peningkatan jumlah muzaki atau pengumpulan zakat. Selain itu, dengan menganalisis profil muzaki, lembaga zakat dapat mengidentifikasi kelompok masyarakat mana yang paling terpengaruh oleh strategi digital. Informasi ini sangat berharga untuk menyempurnakan strategi di masa mendatang. Contohnya, jika setelah menerapkan strategi digital, jumlah muzaki baru dari kalangan generasi muda meningkat signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi digital yang digunakan efektif dalam menjangkau kelompok usia tersebut. Demikian pula, jika total zakat yang terkumpul dari zakat profesi mengalami peningkatan yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa kampanye edukasi zakat profesi melalui platform digital berhasil. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara:

> *"Setiap tahun pasti ada pembukuan zakat, karena kita membukukannya itu tiap tiga bulan sekali. Jadi kita total tiap tiga bulan sekali itu jumlah orang yang membayar zakat itu berapa dan jumlah zakat yang kita terima itu berapa. Nah, nantinya kita tahu apaka strategi edukasi zakat berbasis digital yang kita lakukan itu sudah berhasil atau belum, bis akita lihat dari itu."*

a. peningkatan Kesadaran Zakat

Respons masyarakat Ponorogo terhadap edukasi zakat berbasis digital umumnya positif dan menunjukkan antusiasme yang tinggi. Kemudahan akses informasi melalui platform digital, serta penyampaian materi yang lebih interaktif dan menarik, membuat masyarakat lebih tertarik untuk mempelajari tentang zakat. Selain itu, adanya fitur-fitur yang memudahkan pembayaran zakat secara online juga menjadi faktor pendorong masyarakat untuk lebih aktif berzakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Respon Masyarakat terkait strategi edukasi zakat berbasis digital yang kita lakukan ini responnya positif, akan tetapi juga ada yang negative atau belum bisa menerima. Jika responnya positif, maka mereka akan membayar zakat, mereka akan sadar untuk melakukan pembayaran zakat. Ada juga respon positif akan tetapi tidak membayar zakat. Hal itu dikarenakan mereka ada yang belum mampu untuk membayar zakat."

Namun, perlu diakui bahwa masih ada sebagian masyarakat, terutama mereka yang kurang familiar dengan teknologi, yang membutuhkan pendampingan lebih lanjut agar dapat memanfaatkan fasilitas digital secara optimal. Secara keseluruhan, edukasi zakat berbasis digital telah membuka peluang baru untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berzakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara:

Sebaliknya, jika respon mereka negative, maka mereka tidak akan membayar zakat karena bisa jadi mereka itu belum paham terkait zakat, atau mereka lebih suka memberikan uang mereka kepada orang yang mereka kenal. Akan tetapi, secara keseluruhan, responnya positif."

Tentu saja, strategi edukasi zakat berbasis digital telah membawa perubahan signifikan pada sikap dan perilaku masyarakat dalam membayar zakat. Banyak masyarakat yang awalnya kurang memahami atau bahkan melupakan kewajiban zakat, kini menjadi lebih sadar dan termotivasi untuk menunaikan zakatnya. Kemudahan akses informasi melalui media digital, serta penyampaian materi yang menarik dan interaktif, telah mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap sesama dan ikut berkontribusi dalam pembangunan masyarakat.

"Tentunya juga sudah membawa perubahan yang signifikan. Buktinya, Kembali lagi ya ke tadi, jumlah pendapatan zakat setiap tahunnya itu meningkat, hal itu dikarenakan mereka termotivasi untuk membayar zakat."

b. Peningkatan Literasi Zakat

Banyak masyarakat merasa lebih mudah memahami kewajiban zakat melalui media digital dibandingkan dengan cara tradisional. Hal ini dikarenakan media digital menawarkan berbagai kelebihan seperti penyampaian informasi yang lebih interaktif, visual, dan mudah dicerna. Materi-materi keagamaan yang disajikan dalam bentuk video, infografis, atau animasi membuat konsep zakat menjadi lebih menarik dan mudah dipahami, terutama bagi generasi muda. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Bagi generasi milenial atau anak muda, mereka lebih mudah memahami zakat melalui media digital karena fiturnya mudah dan juga menarik. Sedangkan bagi kaum awam atau orang tua, mereka lebih mudah melalui edukasi secara tradisional karena langsung dijelaskan oleh kita, jika bingung juga bisa langsung bertanya. Mereka juga tidak akan bingung karena jika dilakukan secara tradisional tidak perlu membawa media digital lagi."*

Selain itu, media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan interaksi dua arah antara penyebar informasi dan penerima informasi, sehingga masyarakat dapat bertanya dan mendapatkan penjelasan secara langsung. Dengan demikian, media digital telah membuka peluang baru untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang zakat secara lebih efektif. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara:

> *"Banyak juga Masyarakat yang Ketika mereka belum paham, mereka juga langsung bertanya lewat media sosial, kadang juga langsung menghubungi bagian kontaknya. Jadi mereka bisa langsung tanya tanpa menunggu kita melakukan sosialisasi ke daerah sana."*

c. Jangkauan yang Lebih Luas

Tentu, strategi digital dalam edukasi zakat telah terbukti efektif dalam menjangkau kelompok masyarakat tertentu yang sebelumnya

sulit dijangkau melalui metode konvensional. Dengan memanfaatkan platform digital, pesan tentang zakat dapat disampaikan secara lebih luas dan inklusif. Misalnya, generasi muda yang lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya dapat dengan mudah diakses melalui media sosial dan aplikasi mobile. Selain itu, kelompok masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki mobilitas terbatas juga dapat mengakses informasi tentang zakat melalui perangkat digital. Dengan demikian, strategi digital telah membuka peluang baru untuk memperluas jangkauan dakwah zakat dan melibatkan lebih banyak masyarakat dalam kegiatan sosial ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Menurut saya, sejauh ini sudah lumayan berhasil dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Meskipun belum sepenuhnya paham, akan tetapi setidaknya sudah banyak orang yang paham jika melakukan edukasi zakat berbasis digital. Kalau ada yang belum paham ya maklum karena mereka kan juga ada yang berasal dari kelompok mayarakat pedesaan yang tentunya di sana juga sulit untuk menjangkau internet. Selain itu, di sana juga masih banyak orang tua, sehingga edukasi zakat perlu juga kita lakukan secara tradisional juga."*

d. Peningkatan Kemudahan dalam Berzakat

Selain itu, adanya fitur pembayaran zakat secara online juga mempermudah masyarakat untuk menunaikan zakatnya kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa edukasi zakat berbasis digital telah berhasil mengubah mindset masyarakat dan mendorong mereka untuk menjadi lebih religius dan sosial. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara:

> *"Dikarenakan fitur-fiturnya itu juga lebih menarik, ada video-videonya juga terkait donasi seperti itu, sehingga menarik perhatian mereka untuk melakukan pembayaran zakat."*

Tantangan dalam mengukur dampak strategi digital terhadap peningkatan kesadaran zakat meliputi beberapa aspek. Pertama, sulitnya memisahkan pengaruh strategi digital dari faktor eksternal lain, seperti kegiatan edukasi tradisional atau kampanye keagamaan yang bersamaan. Kedua, keterbatasan data yang akurat dan terukur, terutama dalam menjangkau masyarakat yang memiliki literasi digital rendah atau akses internet terbatas. Ketiga, evaluasi perubahan kesadaran masyarakat sering kali bersifat subjektif dan memerlukan metode survei yang komprehensif, yang dapat memakan waktu dan biaya. Selain itu, keberagaman karakteristik masyarakat, baik dari segi budaya, usia, maupun tingkat literasi digital, menambah kompleksitas dalam menilai dampak secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan untuk mengukur efektivitas strategi digital secara tepat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Didik:

> *"Sebenarnya kita butuh strategi atau inovasi yang lain dengan tujuan supaya Masyarakat memahami lagi terkait zakat. Jika pendapatan menurun, maka bisa jadi strategi edukasi kita yang berbasis digital kurang menarik Masyarakat, sehingga Masyarakat masih banyak yang tidak membayar zakat. Oleh karena itu, kita butiuh inovasi yang baru untuk menghadapi permasalahan tersebut."*

Lembaga zakat mengevaluasi strategi digital dengan melakukan pemantauan berkelanjutan terhadap berbagai indikator keberhasilan, seperti jumlah pengguna platform digital, tingkat interaksi masyarakat pada konten digital, dan peningkatan jumlah pembayaran zakat melalui media digital. Survei dan wawancara dengan masyarakat juga digunakan untuk mengukur perubahan pemahaman dan kesadaran tentang zakat. Selain itu, lembaga zakat melakukan analisis data dari media sosial dan aplikasi untuk mengidentifikasi pola perilaku pengguna serta menilai efektivitas kampanye yang dijalankan. Umpan balik dari masyarakat menjadi bahan penting untuk memperbaiki strategi, memastikan

pendekatan yang relevan dengan kebutuhan lokal. Dengan evaluasi yang rutin dan berbasis data, lembaga zakat dapat mengadaptasi strategi digital agar tetap efektif dan memberikan dampak yang berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak Didik:

> *"Kita mengevaluasi itu dengan cara memantau jumlah pengguna platform digital. Selain itu, kita juga melihat jumlah pembayaran zakat melalui digitalnya itu, apakah meningkat, atau biasa saja, atau malah semakin menurun. Hal itu penting untuk kita ketahui supaya kitab isa memperbaiki strategi digital kita supaya tetap efektif untuk waktu ke depan."*

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan Indikator keberhasilan strategi digital dalam meningkatkan kesadaran zakat meliputi peningkatan jumlah pembayar zakat melalui platform digital, peningkatan interaksi pengguna pada konten digital, dan perubahan perilaku masyarakat dalam berzakat. Lembaga zakat mengevaluasi keberhasilan dengan memantau data jumlah muzaki, total zakat terkumpul, dan respons masyarakat. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah muzaki dan donasi, terutama dari generasi muda. Strategi digital terbukti efektif dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas dan meningkatkan pemahaman tentang zakat. Namun, tantangan seperti kesulitan mengisolasi variabel yang mempengaruhi peningkatan kesadaran zakat dan keterbatasan data masih perlu diatasi. Untuk itu, lembaga zakat perlu melakukan evaluasi secara berkala dan beradaptasi dengan perubahan tren digital serta kebutuhan masyarakat.

3. LAZISMU Ponorogo

Implementasi strategi edukasi zakat berbasis digital telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi kesadaran berzakat di kalangan masyarakat Ponorogo. Melalui platform digital, seperti aplikasi mobile dan media sosial, mereka berhasil menjangkau lebih banyak individu dengan informasi terkait kewajiban zakat dan manfaatnya bagi

kehidupan sosial dan ekonomi. Dengan pendekatan yang lebih inklusif dan mudah diakses, masyarakat dapat memahami secara mendalam tentang pentingnya zakat dalam agama dan dampaknya terhadap kesejahteraan komunitas lokal. Selain itu, strategi ini juga telah membantu meningkatkan transparansi pengelolaan zakat dan memperkuat rasa tanggung jawab sosial di antara para muzakki. Dengan demikian, upaya Lazismu Ponorogo dalam mengadopsi teknologi digital untuk pendidikan zakat dapat dianggap berhasil dalam memperkuat kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam praktik berzakat.

Terdapat beberapa indikator utama yang digunakan untuk menilai keberhasilan strategi edukasi zakat berbasis digital dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Salah satu indikator utama adalah peningkatan jumlah muzakki atau individu yang menunaikan zakat melalui platform digital, yang menunjukkan bahwa masyarakat semakin memahami kewajiban zakat dan merasa nyaman menggunakan layanan berbasis teknologi. Selain itu, Lazismu juga mengukur tingkat interaksi dan keterlibatan masyarakat melalui media sosial, seperti jumlah tayangan, komentar, dan berbagi *(sharing)* konten edukatif terkait zakat. Indikator lainnya adalah meningkatnya jumlah pertanyaan atau konsultasi yang diajukan masyarakat melalui kanal digital, seperti *WhatsApp* atau *website* resmi LAZISMU, yang menunjukkan peningkatan minat dan pemahaman terhadap zakat. Tak kalah penting, transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan serta distribusi zakat juga menjadi indikator keberhasilan, di mana masyarakat lebih percaya dan terdorong untuk menunaikan zakat setelah melihat laporan pemanfaatan yang dipublikasikan secara digital.Berikut hasil wawancara dengan Bapak Yuni handoko selaku Manager Program di LAZISMU Ponorogo.

> *“Yang petama itu adalah penghimpunan dana zakat ya mbak. Itu sebagai salah satu indikator Ketika kita efektif atau berhasil dalam menggunakan strategi edukasi zakat berbasis digital. Selain penghimpunan itu, juga berasal dari warga Masyarakat non*

Muhammadiyah, semakin banyaknya Masyarakat Ponorogo yang tau program-programnya, zakat dan jenisnya, maka mereka juga dengan sendirinya akan mengajukan bantuan dan menyalurkan zakat. Itu berarti mereka sudah tahu terkait zakat dan paham. Nah, nantinya kita juga akan mencatat peningkatan jumlah muzakki atau pengumpulan zakat ini dengan tujuan supaya dana zakat itu transparansi dan akuntabel."[162]

a. Peningkatan Kesadaran Masyarakat

Berdasarkan wawancara dengan pihak LAZISMU Ponorogo, respon masyarakat terhadap edukasi zakat berbasis digital secara umum sangat positif. Masyarakat, terutama generasi muda dan mereka yang akrab dengan teknologi, menyambut baik inovasi ini karena memudahkan akses terhadap informasi mengenai zakat. Banyak di antara mereka yang sebelumnya kurang memahami kewajiban dan manfaat zakat kini lebih sadar dan tertarik untuk berzakat setelah mendapatkan edukasi melalui media sosial, *website,* serta aplikasi digital yang disediakan oleh LAZISMU. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Tentunya ada yang sudah mengikuti dan ada juga yang belum mengikuti. Kebanyakan mereka yang mengikuti itu merupakan warga Muhammadiyah. Hampir semua dari mereka itu mengikuti semua ya mbak. Selain itu, bagi pemuda atau generasi milenial mereka juga mempunyai respon yang baik terhadap strategi edukasi zakat berbasis digital ini karena sehari-hari mereka juga menggunakan teknologi digital dalam kehidupannya. Rata-rata mereka sudah mengikuti program-program kita. Warga Masyarakat itu juga ada yang mengikuti karena mendapat manfaatnya, seperti mereka telah mendapatkan sembako dan ambulan gratis. Akan tetapi, banyak mereka yang belum bisa terbuka."

[162] Handoko, Strategi Edukasi Berbasis Digital.

Ada perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam membayar zakat setelah mendapatkan edukasi melalui media digital, terutama bagi mereka yang sudah pernah mengakses informasi tersebut. Masyarakat menjadi lebih sadar akan kewajiban zakat dan lebih aktif dalam menunaikannya, baik secara rutin maupun dalam jumlah yang lebih tepat sesuai ketentuan syariat. Selain itu, kemudahan akses dan transparansi yang ditawarkan melalui platform digital juga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap lembaga zakat, sehingga semakin banyak yang memilih membayar zakat secara online. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau Bapak Yuni Handoko.

"Tentunya ada perubahan perilaku dalam membayar zakat setela melakukan edukasi zakat berbasis digital. Bagi mereka yang sudah pernah mengakses ini, mereka akan melakukan pembayaran zakat melalui media digital tanpa datang langsung ke kantor kita. Dulunya mereka banyak yang ke sini untuk mengeluarkan zakat, akan tetapi dengan berkembangnya edukasi zakat berbasis digital ini, mereka tidak lagi datang ke kantor, akan tetapi cukup transfer saja. Setelah kita edukasi secara digital, mereka jadi faham dan membayar zakat secara online."

b. Kemudahan dalam Membayar Zakat

Kemudahan dalam melakukan pembayaran zakat secara online juga mendapat apresiasi, karena masyarakat tidak lagi harus datang langsung ke kantor layanan zakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

"Masyarakat juga merasa kalau dengan adanya edukasi zakat berbasis digital ini memudahkan mereka dalam membayar zakat. Mereka tidak perlu datang lagi ke kantor kita, cukup dilakukan melalui website ataupun media sosial dengan cara transfer. Ini banyak dirasakan bagi mereka yang sudah faham."

Namun, pihak LAZISMU juga mencatat bahwa masih ada tantangan dalam menjangkau kelompok masyarakat yang kurang

familiar dengan teknologi, terutama kalangan lanjut usia dan masyarakat pedesaan. Oleh karena itu, mereka terus mengombinasikan edukasi digital dengan pendekatan konvensional agar seluruh lapisan masyarakat dapat memahami dan menunaikan zakat dengan lebih baik. Secara keseluruhan, edukasi zakat berbasis digital telah membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat Ponorogo dalam menunaikan zakat, meskipun masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk memastikan dampaknya merata di semua kalangan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Kalau di masyarakat pedesaan juga banyak dari mereka yang belum paham karena mengingat usia mereka yang sudah lansia yang mana mereka jarang menggunakan media sosial. Mereka lebih suka diedukasi dengan cara konvensional seperti sosialisasi karena lebih faham. Kita perlu juga mengkombinasikan antara cara digital dengan konvensional karena juga menyesuaikan kondisi lingkungan biar semuanya teredukasi dengan baik."*

Mayoritas masyarakat merasa lebih mudah memahami kewajiban zakat melalui media digital dibandingkan dengan cara tradisional. Hal ini dikarenakan informasi tentang zakat kini dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui berbagai platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi khusus zakat. Konten edukasi yang disajikan dalam bentuk infografis, video pendek, dan artikel interaktif juga dinilai lebih menarik dan mudah dipahami dibandingkan ceramah atau buku panduan konvensional. Selain itu, fitur tanya jawab yang tersedia di kanal digital, seperti *WhatsApp* dan media sosial Lazismu, memungkinkan masyarakat untuk langsung mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka terkait zakat.

Namun, pihak LAZISMU juga mencatat bahwa ada sebagian masyarakat, terutama generasi tua dan mereka yang belum terbiasa dengan teknologi, yang masih lebih nyaman dengan pendekatan tradisional seperti pengajian atau konsultasi langsung dengan tokoh

agama. Oleh karena itu, meskipun media digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman zakat, LAZISMU tetap mengombinasikan strategi digital dan tradisional agar seluruh lapisan masyarakat dapat memahami dan menunaikan kewajiban zakat dengan lebih baik. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama beliau:

> *"Jawabannya dua-duanya ya mbak. Banyak Masyarakat yang merasa lebih mudah memahami karena usia mereka yang masih muda ya bisa dibilang generasi milenial. Mereka lebih terbantu dengan adanya edukasi zakat berbasis digital. Seperti sekarang ini ya kita ada aplikasi zakat, nah dengan hal ini mereka lebih mudah dalam mengeluarkan zakat. Seperti kita punya kalkulator zakat ya mbak, perhitungannya tidak manual lagi dan bisa dihitung di sini, jadi caranya cepat juga. Ada juga orang yang lebih nyaman dengan metode konvensional. Kebanyakan dari mereka itu adalah warga Masyarakat yang usianya sudah lansia, mereka lebih senang Ketika metodenya secara konvensional karena bagi mereka itu lebih mudah."*
>
> *"Tentunya kalau di Ponorogo itu lebih banyak mengakses di pinggiran itu daerah Ngrayun dan Sooko. Mereka sekarang lebih banyak mengaksesnya karena secara wilayah mereka jauh dari kota, sehingga Ketika ada informasi dari zakat mereka cukup menggunakan digital, mereka bertanya langsung di pihak LAZISMU melalui digital. Ketika mengeluarkan dana zakat, mereka hanya perlu transfer tanpa langsung ke kantor LAZISMU."*

Tantangan utama dalam mengukur dampak strategi edukasi zakat berbasis digital adalah masih adanya masyarakat yang tertutup terhadap metode ini dan enggan beralih dari cara tradisional. Banyak yang masih lebih nyaman mendapatkan informasi zakat melalui ceramah langsung atau konsultasi dengan tokoh agama dibandingkan melalui media digital. Selain itu, kendala teknis seperti keterbatasan akses internet dan sinyal yang tidak

stabil di beberapa wilayah juga menjadi hambatan dalam menjangkau masyarakat secara merata. Hal ini membuat Lazismu perlu mengombinasikan strategi digital dengan pendekatan konvensional agar edukasi zakat dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Berikut hasil wawancara dengan beliau.

> *"Kalau tantangannya itu ada warga Masyarakat yang tertutup dengan LAZISMU ini ya mbak. Karena tidak menutup kemungkinan, kita ini kan basisnya Muhammadiyah ya mbak, mereka kebanyakan tidak siap menerima edukasi dari kita karena mereka kebanyakan juga takut dan Ketika kita datang untuk mengedukasi, kebanyakan dari mereka membatalkan pertemuan dari kita tanpa sebab dan alasan. Selain itu, tantangannya juga berada di sinyal ya mbak. Ketika kita mengadakan edukasi berbasis digital itu di wilayah Sawoo, kita juga kesulitan karena susah sinyalnya sehingga ini menjadi kendala dalam melakukan edukasi berbasis digital."*

lembaga zakat secara rutin melakukan evaluasi mingguan dan bulanan untuk memastikan dampak berkelanjutan dari strategi edukasi zakat berbasis digital. Evaluasi ini mencakup analisis data keterlibatan masyarakat di media sosial, jumlah muzakki yang berpartisipasi, serta efektivitas konten edukasi yang disampaikan. Selain itu, Lazismu juga mengumpulkan masukan dari masyarakat untuk terus meningkatkan pendekatan yang lebih relevan dan mudah dipahami. Dengan evaluasi berkala ini, mereka dapat menyesuaikan strategi agar edukasi zakat semakin optimal dan berdampak luas. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Bersama Bapak Yuni Handoko.

> *"Kalau untuk evaluasi kita ada yang mingguan ada yang bulanan. Kalau mingguan kita melakukan evaluasi dengan bidang kita sendiri. Kita berkumpul dan melakukan monitoring dan evaluasi apakah yang telah kita lakukan sudah efektif atau belum. Kita membuat konten itu sudah pas atau belum. Ada juga evaluasi secara bulanan yang dilakukan oleh semua pihak yang bertugas memberi*

masukan program mana saja yang harus dilanjutkan dan ada yang harus diberhentikan Ketika tidak berdampak terhadap Masyarakat dalam mengedukasi."

Strategi edukasi zakat berbasis digital telah berdampak cukup luas dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang zakat secara keseluruhan, termasuk jenis-jenis dan manfaatnya. Masyarakat yang mengakses informasi melalui media digital kini lebih memahami tidak hanya zakat fitrah, tetapi juga zakat maal, zakat profesi, dan bentuk zakat lainnya. Selain itu, edukasi digital juga membantu mereka menyadari manfaat zakat dalam memberdayakan ekonomi umat dan mengurangi kesenjangan sosial. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beliau.

"Terkait dengan mereka yang sudah mengakses, mereka ada perubahan. Dari mereka yang belum tahu, mereka menjadi lebih tahu dengan adanya edukasi zakat berbasis digital. Dengan mereka yang sudah yahu, mereka menjadi lebih faham akhirnya terdorong untuk membayar zakat fitrah dan zakat mal. Melalui edukasi berbasis digital ini, mereka lebih tahu dan mau menyalurkan zakat kepada kita dan menjadi donator rutin. Nah, di kami ada dua ya jenisnya. Ada donator yang sifatnya hanya sementara dan ada juga donator yang sifatnya rutinan. Rata-rata mereka yang sudah paham itu menjadi donator tetapnya Ponorogo. Jadi, kita mencatat identitasnya supaya bisa di prospek lebih lanjut."

B. Analisis Dampak dari Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital yang telah dilakukan oleh Lembaga Zakat di Ponorogo dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo

Strategi edukasi zakat berbasis digital yang dilakukan oleh BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo telah mempermudah masyarakat dalam menunaikan zakat. Pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi pembayaran zakat, platform e-wallet, dan sistem transfer online memberikan solusi yang lebih praktis dibandingkan dengan

metode konvensional. Dengan adanya teknologi ini, masyarakat dapat menyalurkan zakat kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke lembaga amil zakat. Hal ini menghilangkan hambatan geografis dan waktu, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk berzakat secara rutin dan tepat waktu. Selain itu, metode digital ini juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat, karena transaksi dapat terdokumentasi dengan baik dan dapat dipantau oleh muzakki serta lembaga zakat terkait.[163]

Dari hasil data di atas, ini sesuai dengan teori kesadaran oleh Daniel Goleman (1995) dengan peningkatan kesadaran berzakat melalui edukasi digital. Dalam teori kecerdasan emosional Goleman, *self-awareness* atau kesadaran diri mengacu pada pemahaman individu terhadap perasaan, nilai, dan tanggung jawabnya.[164] Dalam konteks zakat, *self-awareness* berarti bahwa seseorang memahami kewajiban zakat sebagai bagian dari ajaran Islam dan memiliki kesadaran untuk menunaikannya. Dengan adanya strategi edukasi zakat berbasis digital, informasi mengenai zakat menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Melalui media sosial, aplikasi zakat, dan *website* resmi lembaga zakat seperti BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo, masyarakat dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai hukum, tata cara, serta manfaat zakat. Ketika informasi ini tersedia secara luas dan mudah dipahami, kesadaran individu terhadap pentingnya membayar zakat meningkat.

Selain itu, hambatan administratif yang sering kali menjadi kendala dalam pembayaran zakat seperti harus datang langsung ke kantor lembaga amil zakat atau kurangnya pemahaman tentang cara perhitungan zakat dapat diatasi dengan adanya layanan digital.[165] Aplikasi zakat yang menyediakan fitur kalkulator zakat dan pembayaran online, misalnya, membantu

---

[163] Jihan Nazila, "Analysis Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengelolaan Zakat Di Era Digital," *JSE: Jurnal Sharia Economica* 3, no. 2 (2024), https://doi.org/10.46773/jse.v3i2.1369.

[164] D. Goleman, *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ* (Bantam Books, 1995).

[165] Fadhilah and Mukti, "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Di Indonesia."

masyarakat untuk menghitung jumlah zakat yang harus dibayarkan dengan lebih mudah dan langsung menyalurkannya tanpa harus datang ke kantor lembaga zakat. Dengan demikian, edukasi zakat berbasis digital tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat tetapi juga mendorong mereka untuk menunaikan zakat secara rutin karena prosesnya lebih praktis dan efisien.

Studi yang dilakukan oleh Rijal & Huda (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam pembayaran zakat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan jumlah muzakki yang aktif menunaikan kewajibannya. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya aksesibilitas yang ditawarkan oleh teknologi digital dibandingkan dengan metode konvensional.[166] Dalam sistem pembayaran zakat tradisional, masyarakat sering kali menghadapi kendala seperti keterbatasan waktu untuk datang langsung ke kantor lembaga amil zakat, kurangnya informasi mengenai cara perhitungan zakat, serta prosedur administrasi yang dianggap rumit. Dengan adanya teknologi digital, hambatan ini dapat diatasi melalui berbagai fitur yang mempermudah pembayaran zakat, seperti aplikasi mobile, platform e-wallet, serta transfer bank online. Selain itu, sistem digital juga memungkinkan muzakki untuk mendapatkan informasi secara real-time mengenai jumlah zakat yang harus dibayarkan dan ke mana dana tersebut disalurkan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan di tiga Lembaga zakat di Ponorogo.

Salah satu keunggulan utama dari strategi edukasi zakat berbasis digital adalah kemampuannya dalam menjangkau wilayah yang lebih luas, termasuk daerah pedesaan yang sebelumnya sulit dijangkau oleh kampanye edukasi konvensional.[167] Dalam metode tradisional, penyuluhan zakat sering kali dilakukan secara langsung melalui ceramah di masjid atau pengajian, yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama mereka yang tinggal di daerah terpencil. Dengan adanya teknologi

---

[166] A. Rijal and M. Huda, "Efektivitas Pembayaran Zakat Digital Dalam Meningkatkan Partisipasi Muzakki Di Indonesia," *Jurnal Manajemen Zakat* 7, no. 2 (2021): 33–50.

[167] Dewi Masruroh, Nafi Agnizuhria Imtinan, and Ahmad Mu'is, "Tantangan Dan Strategi Optimalisasi Zakat Di Lingkungan Pedesaan," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2025): 252–62.

digital, keterbatasan ini dapat diatasi karena informasi tentang zakat dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki perangkat seluler dan koneksi internet. Hal ini memungkinkan masyarakat pedesaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai zakat tanpa harus menghadiri pertemuan fisik atau menunggu adanya sosialisasi dari lembaga terkait.

Pemanfaatan media sosial seperti *Facebook, Instagram, TikTok, Youtube,* dan *WhatsApp* semakin mempercepat penyebaran informasi zakat secara masif.[168] Platform-platform ini memungkinkan lembaga zakat seperti BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dam LAZISMU Ponorogo untuk membagikan berbagai konten edukatif dalam bentuk infografis, video pendek, serta artikel yang mudah dipahami oleh masyarakat awam. Selain itu, fitur interaktif seperti live streaming dan grup diskusi memberikan ruang bagi masyarakat untuk bertanya dan berdiskusi langsung dengan para ahli zakat. Dengan strategi ini, masyarakat yang sebelumnya kurang memahami kewajiban zakat kini dapat memperoleh informasi dengan lebih mudah, sehingga meningkatkan kesadaran mereka untuk menunaikan zakat secara rutin.

Dalam teori kesadaran sosial (*social awareness*) yang dikemukakan oleh Daniel Goleman, seseorang dapat meningkatkan kesadarannya terhadap suatu isu ketika ia secara terus-menerus terpapar informasi yang relevan.[169] Dalam konteks zakat, kesadaran sosial ini merujuk pada kemampuan individu dalam memahami pentingnya zakat sebagai instrumen distribusi kesejahteraan dalam Islam serta dampaknya terhadap kehidupan masyarakat yang membutuhkan. Ketika seseorang sering melihat, membaca, atau mendengar informasi mengenai zakat, baik melalui media sosial, situs web, maupun aplikasi edukasi digital, maka pemahamannya akan kewajiban ini semakin meningkat. Kesadaran yang terbentuk ini kemudian berkontribusi pada perubahan sikap dan tindakan, di mana seseorang menjadi lebih peduli

[168] Andrean Fajar Subkhan, "Analisis Peran Media Sosial Dalam Penghimpunan Dan Pelaporan Dana Zis Kepada Muzakki Studi Kasus Lazismu Kabupaten Pati," *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* 7, no. 2 (2023): 36–47.

[169] Goleman, *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*.

dan terdorong untuk berzakat secara rutin, bukan hanya sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian sosial.

Penelitian oleh Kurniawati & Ramadhan (2022) menunjukkan bahwa edukasi berbasis digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan pemahaman keagamaan, terutama bagi masyarakat desa yang memiliki keterbatasan akses terhadap kajian keislaman secara langsung.[170] Dengan hadirnya media digital, masyarakat dapat memperoleh informasi terkait zakat kapan saja dan di mana saja tanpa perlu menghadiri majelis fisik. Hal ini menciptakan ekosistem pembelajaran yang lebih inklusif, di mana seluruh lapisan masyarakat, baik di perkotaan maupun di pedesaan, memiliki kesempatan yang sama untuk memahami pentingnya zakat. Selain itu, dengan adanya konten digital yang menarik dan mudah diakses, seperti infografis, video edukatif, serta sesi diskusi daring, proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, strategi edukasi digital bukan hanya memperluas jangkauan informasi zakat, tetapi juga membantu membangun kesadaran kolektif yang lebih kuat dalam menunaikan kewajiban zakat di tengah masyarakat.

Kesadaran masyarakat dalam membayar zakat tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses informasi, tetapi juga oleh faktor emosional dan sosial yang terbentuk melalui interaksi di media digital. Dalam teori kesadaran zakat yang diadaptasi dari konsep kecerdasan emosional Goleman, *self-regulation* atau pengendalian diri berperan penting dalam membangun kebiasaan berzakat secara disiplin.[171] *Self-regulation* membantu individu untuk mengelola dorongan emosional dan menjadikan pembayaran zakat sebagai kebiasaan yang dilakukan secara konsisten, bukan hanya berdasarkan momen tertentu atau dorongan sesaat. Faktor ini semakin diperkuat dengan adanya interaksi sosial di platform digital, di mana masyarakat dapat melihat praktik zakat yang dilakukan oleh orang lain, sehingga muncul rasa keterikatan dan tanggung jawab sosial. Ketika seseorang menyaksikan bahwa banyak

[170] A. Kurniawati and R. Ramadhan, "Media Sosial Sebagai Alat Edukasi Zakat Di Pedesaan: Studi Kasus Di Indonesia," *Jurnal Komunikasi Islam* 9, no. 3 (2022): 112–30.

[171] Goleman, *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*.

individu lain telah menunaikan zakat, ia akan lebih terdorong untuk ikut serta dalam gerakan tersebut, terutama jika informasi yang disampaikan dikemas secara menarik dan inspiratif.

Pendekatan emosional dalam edukasi zakat semakin diperkuat dengan kampanye digital yang menampilkan kisah-kisah inspiratif dari para muzakki (pemberi zakat) dan mustahik (penerima zakat). Studi oleh Hasanah et al. (2023) menunjukkan bahwa strategi edukasi berbasis narasi dan pengalaman nyata lebih efektif dalam meningkatkan niat membayar zakat dibandingkan dengan pendekatan akademik yang hanya menjelaskan hukum dan perhitungan zakat secara teoritis.[172] Oleh karena itu, program edukasi digital yang dikembangkan oleh BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan masyarakat melalui berbagai konten kreatif seperti video pendek yang menyentuh, infografis yang mudah dipahami, serta webinar interaktif yang melibatkan diskusi langsung dengan para ulama dan praktisi zakat. Dengan adanya pendekatan ini, masyarakat tidak hanya memahami zakat sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai bagian dari kepedulian sosial yang membawa manfaat bagi kesejahteraan bersama.

Selain meningkatkan kesadaran dan kemudahan dalam berzakat, strategi digital juga berkontribusi pada peningkatan literasi zakat, terutama dalam memahami aspek perhitungan zakat, jenis-jenis zakat, serta mekanisme penyalurannya. Literasi zakat yang baik memungkinkan masyarakat untuk mengetahui besaran zakat yang harus mereka bayarkan sesuai dengan kondisi ekonomi masing-masing, sehingga mereka dapat menunaikan zakat dengan lebih tepat dan sesuai syariat. Salah satu kendala utama dalam pelaksanaan zakat adalah kurangnya pemahaman mengenai cara menghitung zakat penghasilan, zakat perdagangan, atau zakat pertanian, yang sering kali

[172] U. Hasanah, "Strategi Digital Dalam Meningkatkan Kesadaran Berzakat Di Indonesia," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2023): 78–95.

membuat individu ragu dalam menunaikan kewajibannya.[173] Dengan hadirnya teknologi digital, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi melalui berbagai platform edukasi zakat yang disediakan oleh lembaga seperti BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo.

Dalam teori kecerdasan emosional yang dikemukakan oleh Daniel Goleman, aspek *cognitive ability* berperan penting dalam proses pengambilan keputusan yang lebih rasional, termasuk dalam hal kewajiban keagamaan seperti zakat.[174] Individu yang memiliki pemahaman yang baik tentang zakat akan lebih cenderung untuk menunaikannya secara rutin dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kesadaran ini tidak hanya muncul dari aspek emosional semata, tetapi juga dari kemampuan kognitif dalam memahami konsep zakat, seperti perhitungan jumlah yang harus dibayarkan dan mekanisme penyalurannya. Dengan informasi yang lebih jelas dan mudah diakses, masyarakat dapat menghindari kesalahan dalam perhitungan zakat dan memastikan bahwa kewajiban mereka telah ditunaikan dengan benar.

Studi yang dilakukan oleh Fadhilah & Mukti (2021) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi kalkulator zakat yang tersedia di berbagai platform digital dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat terkait besaran zakat yang harus dikeluarkan.[175] Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menghitung zakat dengan lebih akurat berdasarkan penghasilan atau harta yang dimiliki, sehingga mengurangi kebingungan dalam menentukan jumlah yang sesuai. Dengan adanya teknologi ini, masyarakat lebih terdorong untuk membayar zakat secara disiplin karena prosesnya menjadi lebih sederhana dan transparan. Oleh karena itu, strategi edukasi digital yang diterapkan oleh BAZNAS Ponorogo, LAZISNU Ponorogo, dan LAZISMU Ponorogo tidak hanya bertujuan untuk

---

[173] Hilman Septiawan and Efri Syamsul Bahri, "Tinjauan Zakat Perusahaan Perspektif Syariah Dan Regulasi," *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 18, no. 2 (October 9, 2019): 339–75, https://doi.org/10.15408/kordinat.v18i2.11495.

[174] Goleman, *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*.

[175] R. Fadhilah and H. Mukti, "Digitalisasi Zakat Dan Pengaruhnya Terhadap Kesadaran Masyarakat Berzakat," *Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1 (2021): 45–60.

meningkatkan kesadaran masyarakat akan zakat, tetapi juga memastikan bahwa mereka memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai aspek teknis dan hukum zakat. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada optimalisasi penghimpunan dan penyaluran zakat di Ponorogo, sehingga manfaat zakat dapat dirasakan secara lebih luas oleh masyarakat yang membutuhkan.

BAB VII
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran zakat pada Masyarakat Ponorogo, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Setiap lembaga zakat telah mengadopsi teknologi digital sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berzakat. BAZNAS Ponorogo telah menerapkan strategi digital melalui website dan media sosial *seperti Instagram, WhatsApp,* dan *YouTube.* Namun, efektivitas strategi ini masih terbatas karena mayoritas pengelolanya adalah ASN yang berusia lanjut, yang kurang terbiasa dengan teknologi digital. Oleh karena itu, BAZNAS masih mengandalkan metode konvensional untuk menjangkau masyarakat yang belum melek digital. LAZISNU Ponorogo memanfaatkan berbagai platform digital, termasuk *website, WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook,* dan *YouTube.* Lembaga ini lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dengan memaksimalkan penggunaan *TikTok* dan aplikasi NU Care-LAZISNU. Selain itu, Facebook masih menjadi salah satu media utama karena banyaknya pengguna dari kalangan lansia yang merupakan kelompok dominan dalam muzakki. LAZISMU Ponorogo mengoptimalkan website Sedekahmu.com sebagai platform edukasi dan transaksi zakat online. Selain itu, media sosial seperti *TikTok, Instagram, Facebook,* dan *YouTube* digunakan untuk menyebarkan informasi dengan lebih menarik dan interaktif. LAZISMU juga mengombinasikan pendekatan digital dengan metode tradisional, seperti penyebaran majalah zakat dan siaran edukasi melalui Radio Gema Surya, guna menjangkau masyarakat yang memiliki keterbatasan akses teknologi.
2. Tiga lembaga zakat utama di Ponorogo yaitu BAZNAS, LAZISNU, dan LAZISMU memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana edukasi dan sosialisasi zakat, meskipun dengan pendekatan yang berbeda sesuai

dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat yang mereka layani. BAZNAS Ponorogo menerapkan edukasi digital terutama untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan meningkatkan efektivitas serta efisiensi dalam sosialisasi zakat. Namun, karena sebagian besar muzakki mereka adalah ASN yang cenderung kurang akrab dengan teknologi, metode konvensional masih tetap dominan dalam kegiatan sosialisasi. LAZISNU Ponorogo fokus pada kemudahan berzakat melalui digitalisasi layanan zakat, seperti kalkulator zakat dan platform pembayaran online. Selain itu, LAZISNU juga berupaya menjangkau masyarakat pedesaan dengan konten digital di media sosial populer seperti Instagram dan TikTok, sambil tetap mempertahankan metode konvensional untuk kalangan yang kurang familiar dengan teknologi. LAZISMU Ponorogo menekankan optimalisasi zakat melalui edukasi digital dengan menyediakan kalkulator zakat, infografis, dan panduan pembayaran digital. Lembaga ini juga berupaya menjangkau daerah terpencil dengan kombinasi edukasi digital dan metode tradisional seperti radio lokal. Selain itu, transparansi dalam pengelolaan zakat ditingkatkan melalui publikasi laporan keuangan secara berkala di platform digital, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat.

3. Strategi edukasi zakat berbasis digital yang diterapkan oleh BAZNAS, LAZISNU, dan LAZISMU Ponorogo telah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat. Masing-masing lembaga memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, *website,* serta aplikasi untuk menyebarluaskan informasi tentang zakat dan mempermudah akses pembayaran zakat secara online. Secara umum, dampak utama dari strategi ini meliputi: peningkatan transparansi dan kepercayaan masyarakat, kemudahan akses dan pembayaran zakat, peningkatan literasi zakat, jangkauan yang lebih luas, dan meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital untuk meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat Ponorogo, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. BAZNAS Ponorogo disarankan untuk meningkatkan literasi digital bagi pengelolanya, terutama bagi ASN yang masih kurang terbiasa dengan teknologi. Pelatihan atau pendampingan terkait pemanfaatan media digital dapat dilakukan agar strategi edukasi zakat berbasis digital lebih efektif dan tidak bergantung pada metode konvensional.
2. LAZISNU dan LAZISMU Ponorogo dapat terus memperluas jangkauan edukasi digital dengan memanfaatkan tren media sosial yang lebih interaktif, seperti TikTok dan Instagram Reels, untuk menarik perhatian generasi muda.
3. Diperlukan program edukasi digital bagi masyarakat yang masih kurang familiar dengan teknologi agar mereka dapat mengakses informasi zakat dengan lebih mudah.
4. Meskipun strategi digital sangat efektif, metode konvensional tetap diperlukan untuk menjangkau masyarakat yang belum terbiasa dengan teknologi. Oleh karena itu, kombinasi antara digital dan tradisional, seperti radio, majalah, dan pengajian langsung, tetap perlu diperkuat.
5. Laporan keuangan dan distribusi zakat yang dipublikasikan secara berkala perlu lebih ditingkatkan dalam bentuk infografis atau video agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.
6. Lembaga zakat menjalin kemitraan dengan perbankan atau platform fintech untuk mempermudah transaksi zakat secara digital dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

C. Rekomendasi

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema dan topik sejenis, maka *pertama,* peneliti dapat melakukan penelitian mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital dengan menggunakan

pendekatan kuantitatif, misalnya dengan mengukur tingkat kesadaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat terhadap zakat sebelum dan sesudah mendapatkan edukasi digital. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru dalam memahami dampak digitalisasi edukasi zakat terhadap perilaku muzakki serta efektivitas metode edukasi yang diterapkan oleh lembaga zakat. *Kedua*, peneliti dapat melakukan penelitian mengenai strategi edukasi zakat berbasis digital dengan pendekatan yang berbeda, misalnya dengan meneliti efektivitas platform digital tertentu seperti aplikasi mobile, media sosial, atau *website* interaktif dalam meningkatkan kesadaran zakat di kalangan masyarakat dengan karakteristik tertentu. Hal ini dapat menjadi referensi baru dalam pengembangan strategi edukasi zakat berbasis digital yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press, n.d.

Adnyana, I. *Studi Kelayakan Bisnis*, 2020.

Ahimsa, Emiroh Arsyina, Heri Sudarsono, Muhammad Abdul Ghoni, and Muchammad Taufiq Affandi. "Understanding Muzaki Adoption of Digital Zakat Payments in Indonesia." *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, September 29, 2023, 182–93. https://doi.org/10.20885/RISFE.vol2.iss2.art7.

Ahmad, M., R. Salim, and A. Karim. "The Efficiency of Digital Zakat Education: A Comparative Study." *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 2 (2021).

———. "The Efficiency of Digital Zakat Education: A Comparative Study." *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 2 (2021).

Akbar, Andi Baso, Ashar Hasyim, and Asmurti. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z Di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara." *JISDIK: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 2, no. 2 (2024).

Aksenta, Almasari. *LITERASI DIGITAL: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 Dan Sociaty 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Alamsyah, Ilham Lucky, Nur Aulya, and Siti Handayani Satriya. "Transformasi Media Dan Dinamika Komunikasi Dalam Era Digital: Tantangan Dan Peluang Ilmu Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 3 (2024).

Alfarizi, Muhammad. "Studi Eksplorasi Penerimaan Digitalisasi Pembayaran Zakat Melalui Aplikasi Fintech Indonesia Pasca Pandemi Covid-19." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2022).

Alfatah, Sahid, and Abdulloh. "Optimalisasi Zakat Di Era Digital : Peran Teknologi Dalam Transparansi Dan Efisiensi Distribusi." *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam* 2, no. 2 (2024). https://doi.org/10.32493/amq.v2i2.44448.

Al-Khattab, A., and R. Othman. "Digital Strategies in Islamic Philanthropy: Challenges and Opportunities." *Journal of Islamic Social Finance* 5, no. 2 (2020).

Al-Zikri, Syahidan Mushab. “Sistem Informasi Berbasis Web Untuk Pengelolaan Penerima Dana Zakat, Infaq Dan Sedekah.” *J. Tekno Kompak* 13, no. 2 (2019).

Amalia, Azka, Erlisa Putri Kumar, and Wardah Nareswari. “Matematika Zakat: Menyeimbangkan Kewajiban Agama Dengan Kalkulasi Yang Tepat Dan Transparan.” *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 3 (2024).

Amzah, Ali, and Yenni Samri Juliati Nasution. “Pemahaman Masyarakat Kecamatan Medan Tembung Dalam Digitalisasi Zakat: Understanding of the Medan Tembung District Community in Digitalizing Zakat.” *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2024).

Andamisari, Dessy. “Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal.” *LUGAS Jurnal Komunikasi* 5, no. 1 (June 30, 2021): 66–72. https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559.

Anwar, Muhammad Saiful. “Ketimpangan Aksesibilitas Pendidikan Dalam Perpsektif Pendidikan Multikultural.” *FOUNDASIA* 13, no. 1 (2022). http://journal.uny.ac.id/index.php/foundasia/index.

Ardiansyah, Wildan Mahendra. “Peran Teknologi Dalam Transformasi Ekonomi Dan Bisnis Di Era Digital.” *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis* 1, no. 1 (2023). : https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb.

As, Muhammad Rizaludin. “Peran Digitalisasi Zakat Dalam Peningkatan Fundraising Dan Jumlah Muzakki Di Indonesia.” *TADABBUR: JURNAL INTEGRASI KEILMUAN* 1, no. 1 (2022).

Azhari, Dina. “Dampak Positif Edukasi Masyarakat Di Era Digital.” *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1, no. 2 (2024).

Brown, Duane, and Srebalus D. J. *An Introduction to the Counseling Profession*. Boston: Allyn and Bacon, 1998.

Bungin, H. M. Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.

Cahyani, Utari Evy, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi. “Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat.” *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 9, no. 1 (April 18, 2022): 1. https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330.

Crystal, David. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

Damanik, Ella Fadila, and Marliyah. “Efektivitas Penerapan Zakat Online Terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat Pada Lembaga DT Peduli.” *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum* 1, no. 6 (2023). https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i6.658.

Dani, Riki Walian, Ceriyah Rukmana, Rani Kurnia Vlora, and Emilia Fitri. "Literasi Informasi Dalam Pembayaran Zakat Digital Melalui Aplikasi KitaBisa Di Desa Payakabung, Indralaya Utara, OganIlir." *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2024).

Davis, F.D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989).

Diana. Perkembangan Literasi Zakat pada Masyarakat Ponorogo, Oktober 2024.

———. Strategi Edukasi Berbasis Digital, Oktober 2024. Kantor BAZNAS Ponorogo.

Diana, Yuni Ahad. Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital, Kamis, Oktober 2024.

Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Edi, . Teori Wawancara Psikodignostik. , 2016.* Penerbit LeutikaPrio, 2016.

Eko Suryanto, Didik. Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital, Desember 2024. Kantor LAZISNU Ponorogo.

Erwin, Erwin. *Social Media Marketing Trends*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

Fadhilah, R., and A. Mukti. "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Islam Dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021).

Fadhilah, R., and H. Mukti. "Digitalisasi Zakat Dan Pengaruhnya Terhadap Kesadaran Masyarakat Berzakat." *Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1 (2021).

Fadhli, Mulkan. "Implementasi SIMBA Baznas Dalam Meningkatkan EfektivitasPengumpulan Dan Distribusi Zakat diBaitul MalKota Banda Aceh." *JINTECH: Journal of Information Technology* 4, no. 1 (2024).

Faidlatul Habibah, Astrid, and Irwansyah Irwansyah. "Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 2 (July 11, 2021): 350–63. https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255.

Fajrina, Alifah Nur, Farhan Rafi Putra, and Annisa Suci Susillia. "Optimalisasi Pengelolaan Zakat: Implementasi Dan Implikasinya Dalam Perekonomian." *JIEFeS: Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 4, no. 1 (2020).

Farid, Diana, Muhammad Husni Abdulah Pakarti, Iffah Fathiah, and Hendriana. "Pengaruh Zakat Digital Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Era Digital." *JSE: Jurnal Sharia Economica* 2, no. 2 (2023).

Flick, Uwe, Ines Steinke, and Ernst von Kardoff. *BUKU INDUK PENELITIAN KUALITATIF: Paradigma, Teori, Prosedur Dan Praktik*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2017.

Flurentin, E. *Konseling Lintas Budaya*. Malang: FIP UM, 2001.

Furkon, Aay Mohamad. “Zakat Sebagai Instrumen Welfare Statedalam Islam.” *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 4, no. 6 (2024).

Gasong, Dina. *Inovasi Pendidikan*. Deepublish, 2024.

Goleman, D. *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam Books, 1995.

Handayani, Kartika, Nurmalasari Nurmalasari, Anna Anna, and Latifah Latifah. “Sistem Informasi Pengelolaan Ziswaf (Zakat,Infaq, Shadaqah Dan Waqaf) Berbasis Web.” *Jurnal Khatulistiwa Informatika* 8, no. 2 (December 14, 2020). https://doi.org/10.31294/jki.v8i2.9174.

Handoko, Yuni. Strategi Edukasi Berbasis Digital, 06 Januari. Kantor LAZISMU Ponorogo.

Haro, Andrian. *Buku Ajar Komunikasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

Hartono, Haryani Santo. “Indonesia’s National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq and Shadaqah (ZIS).” *Muslim Business and Economic Review* 1, no. 2 (December 29, 2022): 183–204. https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.67.

Hasanah, U. “Strategi Digital Dalam Meningkatkan Kesadaran Berzakat Di Indonesia.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2023).

Hasyim, Fuad, Muhammad Al-Farido Awwal, and Nur Hidayah Al Amin. “ZISWAF Digital Payment as An Effort to Reach Millennials.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 2 (2020). https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.2.5752.

Hayati, Salwa, Ulia Lestari, and Nuraeda. “STRATEGI PENGUMPULAN ZAKAT MELALUI DIGITAL QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) PADA BAZNAS PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT.” *Journal of Economics and Business* 10, no. 1 (April 9, 2024): 85–98. https://doi.org/10.29303/ekonobis.v10i1.163.

Huda, M. “Enhancing Zakat Education through Digital Platforms: An Empirical Study on Content Effectiveness.” *International Journal of Islamic Studies* 7, no. 1 (2022).

Ibrahim, Nur Malik. “Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu.” *Bengkulu: IAIN Bengkulu*, 2019.

Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga, 2009.

Indriani, Citra, Umil Khoiri, and Mochammad Novendri S. “Tranformasi Zakat Menuju Era Digital: Peluang Dalam Penanggulangan Kemiskinan.” *Jurnal Masyarakat Madani* 9, no. 1 (2024).

Indriani, Citra, and Mochammad Novendri. “Tranformasi Zakat Menuju Era Digital: Peluang Dalam Penanggulangan Kemiskinan.” *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat* 9, no. 1 (2024).

Irhamsyah, A. “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*, 2019.

Irpan, M. “Branding Media Komunikasi Dalam Manajemen Pemasaran Terhadap Potensi Zakat Produktif.” *Literacy* 3, no. 1 (2021).

Jamaludin, Nur, and Siti Aminah. “Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang.” *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)* 2, no. 2 (March 7, 2021): 180–208. https://doi.org/10.15642/mzw.2021.2.2.180-208.

Judijanto, Loso, and Fauziah Nur Hutauruk. “Inovasi Pemasaran Melalui Media Sosial: Kajian Literatur.” *Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2025).

Jumardi, St. Hadijah Wahid, Heri Irawan, and Srianti Permata. “Analisis Peran Unit Pengelola Zakat Berbasis Desa Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Ummat.” *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. 2 (October 31, 2023): 180–98. https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v8i2.2290.

Kartika, Indri. “Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Membayar Zakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki Di BAZNAS Salatiga).” *Tesis IAIN Salatiga*, 2019.

Kasri, and Yuniar. “Determinants of Digital Zakat Payments: Lessons from Indonesian Experience.” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 12, no. 3 (2021).

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson, 2016.

Kurniawati, A., and R. Ramadhan. “Media Sosial Sebagai Alat Edukasi Zakat Di Pedesaan: Studi Kasus Di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Islam* 9, no. 3 (2022).

Lingga, Musdiansyah. “Transformasi Zakat Profesi Melalui Baitul Mal Aceh Di Era Digital: Menggapai Keadilan Sosial Dan Kesejahteraan Umat.” *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2024).

Listiana, Arum Nanda, Berliana Khairunnisa, Naura Nabila Nasution, and Shofi Balqissafira Afna. “Digitalisasi Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Dan Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Pandemi

Covid-19." *DJIEB: Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 2 (2022).

Lubis, Mayang Sari. *Metodologi Penelitian*. Deepublish, 2018.

Lutfiyanto, Ahmad Musthofa. "Pengembangan Inovasi Zakat Berbasis Digital Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (Zakat Inklusif)." *Jurnal Kajian Islam Kontemporer (JURKAM)* 1, no. 1 (2020).

Maharani, Annisa, and Ade Nur Rohim. "Analisis Pemanfaatan Digital Fundraising Sebagai Strategi Mengoptimalkan Penghimpunan Zakat Penghasilan Pada Baznas DKI." *Islamic Economics and Business Review* 1, no. 1 (2022).

Maharani, Laila, and Meri Mustika. "Hubungan Self Awareness Dengan Kedisiplinan Peserta Didik Kelas VIII DI SMP Wiyatama Bandar Lampung." *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, n.d.

Mailin, Mailin, Gepeng Rambe, Abdi Ar-Ridho, and Candra Candra. "Teori Media/Teori Difusi Inovasi." *Jurnal Guru Kita PGSD* 6, no. 2 (March 12, 2022): 168. https://doi.org/10.24114/jgk.v6i2.31905.

Makarim, Dina Fornia, and Muhammad Zilal Hamzah. "Peran Dan Potensi Digitalisasi Manajemen Zakat: Sebuah Systematic Literature Review." *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024).

Malik, Abdul, Harun Alrasyid, and Muhammad Musyawir Kamaruddin. "Student Compliance in Paying Zakat: Do Zakat Literacy and Awareness Matter?" *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, June 24, 2024, 63–73. https://doi.org/10.20885/AJIM.vol6.iss1.art6.

Masruroh, Dewi, Nafi Agnizuhria Imtinan, and Ahmad Mu'is. "Tantangan Dan Strategi Optimalisasi Zakat Di Lingkungan Pedesaan." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2025).

Maulida, Sri, Budi Rahmat Hakim, Fahmi Al Amruzi, and Irfan Syauqi Beik. "Problems and Solutions in Zakat Digitalization: Evidence from South Kalimantan, Indonesia." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 8, no. 1 (2022). https://doi.org/10.20885/jeki.vol8.iss1.art7.

Miarso, Yusuf Hadi. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2007.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.

Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif ,Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.

Mudrikah, Azizah, and Muhammad Yafiz. "Analisis Efektivitas Sistem Fundrasing Berbasis Digital Banking Pada Lazismu Kota Medan." *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 3, no.

1 (March 30, 2022): 71. https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i1.148.

Mufid, Abdul. "Implementasi Teknologi Dalam Pengelolaan Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf: Studi Kasus Platform Digital." *ZISWAF ASFA JOURNAL* 2, no. 1 (May 31, 2024): 38–59. https://doi.org/10.69948/ziswaf.16.

Mukharom, Mukharom, Ahmad Dwi Nuryanto, and Khaidar Alifika El Ula. "Peran Lembaga Keuangan Sosial Syariah Di Indonesia Menuju Tranformasi Digital." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 4, no. 1 (March 30, 2024): 365–82. https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.335.

Musana, Kholid. "Optimalisasi Pengelolaan Zakat Dengan Teknologi Blockchain." *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2023).

Mustaqim, Muhamad. "The Effectiveness of Online Zakat in Community Economic Development: A Study of the Dompet Dhuafa and Rumah Zakat Websites." *IQTISHADIA* 15, no. 2 (2022). http://dx.doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i2.

Mustaqim, Muhamad, and Ahmad Atabik. "The Effectiveness of Online Zakat in Community Economic Development: A Study of the Dompet Dhuafa and Rumah Zakat Websites." *IQTISHADIA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 15, no. 2 (2022). http://dx.doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i2.20117.

Nafizah, Hidayatul, and Muhaimin. "Dampak Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap Peningkatan Penerimaan Zakat Pada Baznas Kota Banjarmasin." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 5 (2023). https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2661.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perpektif Komunikasi Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rektama Media, 2015.

Nasution, Juliana. "Strategi Digital Fundraising Zakat Di Indonesia." *10* 2 (n.d.): 2022.

Nazila, Jihan. "Analysis Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengelolaan Zakat Di Era Digital." *JSE: Jurnal Sharia Economica* 3, no. 2 (2024). https://doi.org/10.46773/jse.v3i2.1369.

Ni'mah, Alfiyatun. ""Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Mata Pendidikan Agama Islam." Universitas Muhammadiyah Purwokerto, n.d.

Noor, Juliansyah. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Novita, Siska Arie, and Sulistya Rusgianto. “Determinan Niat Corwdfunders Dalam Menggunakan Model Wakaf Crowdfunding: Integrasi 3 Model Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi.” *Al-Buhuts* 19, no. 2 (2023).

Nurfalah, Irfan, and Aam Slamet Rusydiana. “DIGITALISASI KEUANGAN SYARIAH MENUJU KEUANGAN INKLUSIF: KERANGKA MAQASHID SYARIAH.” *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi* 11, no. 1 (May 31, 2019): 55. https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1205.

Nurhasanah, Siti, and Suryani Suryani. “MAKSIMALISASI POTENSI ZAKAT MELALUI PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT.” *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 3, no. 2 (December 3, 2018): 185. https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.177.

Nurrohma, Aditya. “Produk Jasa Dompet Dhuafa: Berzakat Tanpa Kontak Fisik Melalui Website.” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 2, no. 2 (January 31, 2021): 201–24. https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v2i2.99.

Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.

Pahleviannur, Muhammad Rizal. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Pradina Pustaka, 2022.

Prisgunanto, Ilham. *Komunikasi Pemasaran Di Era Digital*. Jakarta: CV Prisani Cendikia, 2014.

Purwani, Diah Ajeng. *Pemberdayaan Era Digital*. Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2021.

Purwanto, Hadi, Delfi Yandri, and Maulana Prawira Yoga. “Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat.” *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2022).

Qur’anisa, Zulfa. “Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital: Studi Literatur.” *GEMILANG: GEMILANG* 4, no. 3 (2024).

Rachmat, Lukman M. Baga, and Ninuk Purnaningsih. “Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y Dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment.” *AL-MUZARA’AH* 8, no. 2 (December 24, 2020): 95–108. https://doi.org/10.29244/jam.8.2.95-108.

Raharjo, Dawan. *Perspektif Deklarasi Mekkah; Menuju Ekonomi Islam,*. Bandung: Mizan, 1989.

Rahmah, Nurul Faizah. “Manajemen Pengembangan Wakaf Era Digital Dalam Mengoptimalkan Potensi Wakaf.” *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2021).

Rakhmawati, Yulia. “E-Filantropo: Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Alturisme Tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13, no. 2 (2019).

Ratnaya, I Gede. “Dampak Negatif Perkembangan Teknologi Informatika Dan Komunikasi Dan Cara Antisifasinya.” *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan* 8, no. 1 (March 23, 2011). https://doi.org/10.23887/jptk-undiksha.v8i1.2890.

Ridhwan, M. “The Role of Digital Literacy in Zakat Awareness: A Case Study in Indonesia.” *Journal of Islamic Economics and Finance* 10, no. 3 (2021).

Rijal, A., and M. Huda. “Efektivitas Pembayaran Zakat Digital Dalam Meningkatkan Partisipasi Muzakki Di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Zakat* 7, no. 2 (2021).

Rizkiani, and Koesmawan. “Strategi Pelaksanaan Pengumpulan Zakat, Infak Dan Sedekah Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kota Baubau.” *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 10, no. 1 (2024). https://doi.org/10.35326/pencerah.v10i1.4883.

Rogers, E. M. *Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th Ed.). New York: Free Press.* New York: Free Press., 2003.

Rohim, Ade Nur. “Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising.” *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 1 (June 30, 2019): 59–90. https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1556.

Rohman, Holilur. “Inovasi Pengelolaan Zakat Di Era Digital (Studi Akses Digital Dalam Pengumpulan Zakat).” *DIROSAT: Journal of Islamic Studies* 6, no. 2 (2021).

Rohmaniyah, Wasilatur. “Optimalisasi Zakat Digital Melalui Penguatan Ekosistem Zakat Di Indonesia.” *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 3, no. 2 (January 18, 2022): 232–46. https://doi.org/10.19105/alhuquq.v3i2.5743.

Salsabila, Jihan Nazila. “Pemanfaatan Teknologi Dalam Pengelolaan Zakat Di Era Digital.” *JSE: Jurnal Sharia Economica* 3, no. 2 (2024).

Sanapang, Gracela Marisa. *Marketing: Strategy & Inovasi Pemasaran Digital*. PT. Green Pustaka Indonesia, 2025.

Santoso, Ivan Rahmat. “Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0.” *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2019). https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.2.5752.

Saputra, Didin Hadi. *Digital Marketing : Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis, 2020.

Sari, Sri Malika, and Mahardhika Cipta Raharja. “Inovasi Platform E-Commerce Dalam Pengumpulan Zakat Dan Wakaf: Meningkatkan Aksesibilitas, Transparansi, Dan Efisiensi Dalam Penggalangan Dana Sosial.” *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf* 4, no. 2 (2023).

Sastrowardoyo, Ina. *Teori Kepribadian Rollo May*. Jakarta: Balai Pustaka, 1991.

Semiun, and Yustinus. *Teori Kepribadian & Terapi Psikoanalitik FREUD*. Yogyakarta: Kanisius, 2006.

Septiawan, Hilman, and Efri Syamsul Bahri. "Tinjauan Zakat Perusahaan Perspektif Syariah Dan Regulasi." *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 18, no. 2 (October 9, 2019): 339–75. https://doi.org/10.15408/kordinat.v18i2.11495.

Setiawan, Veri. "Strategi Branding Laziswaf Unida Gontor Dalam Optimalisasi Digital Fundraising." *Jurnal Nawala Visual* 5, no. 1 (May 2, 2023): 20–26. https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v5i1.450.

Solso, Robert L. *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga, 2008.

Sonia Silastia, Salsabila Rahmadini, Nadya Artha Joecha Mayvea, Abdillah Abdillah, and Yayat Suharyat. "Model Pengelolaan Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh Dalam Pembangunan Suatu Negara." *Student Scientific Creativity Journal* 1, no. 3 (May 17, 2023): 393–413. https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i3.1992.

Subkhan, Andrean Fajar. "Analisis Peran Media Sosial Dalam Penghimpunan Dan Pelaporan Dana Zis Kepada Muzakki Studi Kasus Lazismu Kabupaten Pati." *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* 7, no. 2 (2023).

Sudarsono, Heri, Rindang Nuri Isnaini Nugrohowati, and Yunice Karina Tumewang. "The Effect of Zakat Institution System and Government Support on Intention to Pay Zakat: Knowledge as A Moderating Variable." *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2021). http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v9i2.11605.

Sugeng, Anggoro, Ananto Triwibowo, Edi Saputra, and Ku Abdul Muhaimin Yusof. "Indonesia's Zakat Transformation in the Digital Era: Opportunities and Challenges." *Journal of Contemporary Applied Islamic Philanthropy* 2, no. 1 (June 30, 2024): 15–22. https://doi.org/10.62265/jcaip.v2i1.63.

Suginam. "Strategi Optimalisasi Implementasi Digitalisasi Pengelolaan Zakat Sebagai Upaya Meningkatkan Transparansi Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Di Sumatera Utara." *Disertasi*, 2021.

Sugita, Ades, Agus Rohma Hidayat, Feri Hardiyant, and Sri Intan Wulandari. "Analisisperananpengelolaandanaziswafdalampemberdayaanekonomiumat padalazisnukabupatencirebon." *Jurnal Indonesia Sosial Sains (JISS)* 1, no. 1 (2020).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

———. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, n.d.

Suharsono, Jatra Putra, and Dwi Nurahman. "Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Peningkatan Pelayanan Dan Informasi." *Ganaya : Jurnal Ilmu*

Sosial Dan Humaniora 7, no. 1 (March 30, 2024): 298–304. https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i1.3157.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020.

Suparno, Suryani Fajrin. "Hubungan Dukungan Sosial Dan Kesadaran Diri Dengan Motivasi Sembuh Pecandu Napza (Studi Pada Warga Binaan Lapas Klas II A Samarinda)." *PSIKOBORNEO* 5, no. 2 (2017).

Tamam, Ahmad Badrut. "Implementasi Manajemen Fundrising Dan Distribusi Dana NU Care LAZISNU Ranting Tunggul Paciran Lamongan." *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 7, no. 2 (2024).

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Jakarta Pusat: PT Bina Imu, 2004.

Tito, Muhammad Arif. *Masalah Dan Hipotesis Penelitian Sosial-Keagamaan*. Makassar: Andira Publisher, 2005), 9.: Andira Publisher, 2005.

Tridayakisna, and Hudaniyah. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press, 2009.

Trisnaningtyas, Yurike Meida, Titi Rapini, and Umi Farida. "Analisis Pengendalian Internal,Transparansi, Akuntabiitas Pengelolaan Zakat Dan Kualitas Lembaga Amil Zakat." *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 4, no. 1 (April 8, 2020): 82. https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.417.

Verdianti, and Puja. "Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat Terhadap Efektivitas Dalam Pengumpulan Zakat Pada Baznas Kalbar." *AKTIVA: Journal of Accountancy and Management* 1, no. 1 (2023).

Wahrudin, Bambang, Titis Purwaningrum, Anna Nurhayati, and Fery Setiawan. "Factors Affecting Generation Z's Intention To Pay Zakat Through Digital Payment." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 13, no. 2 (December 20, 2024): 182–200. https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i2.2010.

Wahyuni, and Sigit Sasmito. "Peran Zakat Dalam Mengurangi Kemiskinan Di Indonesia." *NOMISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen* 1, no. 1 (2023).

Widiastuti, Ika, and Sri Mulyono. "Optimalisasi Pemberdayaan Pelaku Umkm Desa Margaluyu Melalui Edukasi Marketing Digital." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2024).

Wulandari, Safitri, Mun'yah Zahiroh, Lu'luil Maknunah, and Siti Nur Halizah. "Peran Konten TikTok Dalam Mengembangkan Branding Sebagai Media Bisnis Digital Yang Berprofitabilitas." *Journal of Science and Education Research* 4, no. 1 (February 2, 2025): 71–78. https://doi.org/10.62759/jser.v4i1.175.

Yazid, Muhammad. "Inovasi Digital Dalam Pengelolaan Zakat Dan Wakaf." *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2024).

———. “Inovasi Digital Dalam Pengelolaan Zakat Dan Wakaf.” *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2024).

Yudha, Ana Toni Roby Candra. *Fintech Syariah: Teori Dan Terapan*. Scopindo Media Pustaka, 2020.

Yunus, Amir, and Alif Risolah Sumba. “Analisis Implementasi PSAK 409 Pada Akuntansi Zakat, Infak, Dan Sedekah: Mendorong Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) StudiKasus Badan Zakat Amil Nasional (BAZNAS)Kota Gorontalo.” *Jurnal Mahasiswa Akuntansi* 2, no. 1 (2023).

Yunus, Eddy. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2016.

Yusuf, M., and A. Hakim. “Effectiveness of Digital Media in Zakat Education: A Case Study in Indonesia.” *Indonesian Journal of Philanthropy* 5, no. 1 (2022).

Zahara, Annisa, and Nurwani. “Analisis Akuntabilitas Dan Transparansi Dalam Pengelolaan Zakat Infaq Dan Dana Sedekah Dompet Dhuafa Waspada Medan.” *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)* 4, no. 1 (2023).

Zahra Septieva and A.A Miftah. “Analisis Pemanfaatan Teknologi Dalam Penerimaan Zakat, Infak, Dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat (Laz) Yayasan Insan Madani Jambi.” *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika* 2, no. 2 (October 31, 2022): 70–76. https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i2.722.

Zahrohu, Maulida. “Peran Media Sosial Pada Lembaga Zakat Berbasis Ormas Dalam Pengembangan Masyarakat (Studi Pada Lazismuu Jatim: Peran Media Sosial Pada Lembaga Zakat Berbasis Ormas Dalam Pengembangan Masyarakat (Studi Pada Lazismuu Jatim.” *Al-Manaj : Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 4, no. 1 (July 28, 2024): 34–45. https://doi.org/10.56874/almanaj.v4i1.1804.

Zhazaretta, Ananda, and Lidia Djuhardi. “Fenomenologi Konten Kreator Dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Media Sosial Tiktok.” *Ikra-ITH Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 7, no. 3 (2023).