

Strategi Digitalisasi Penghimpunan Zakat: Analisis Kepercayaan Muzakki terhadap Platform Zakat Online

Roikhatul Jannah¹, Indah Purwanti²

^{1,2}Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
Email: roikhatuljannah983@gmail.com¹, indah.purwanti@uingusdur.ac.id²

ABSTRAK: Digitalisasi penghimpunan zakat menghadapi tantangan utama berupa literasi digital yang masih rendah dan tingkat kepercayaan (trust) muzakki yang belum optimal, yang merupakan faktor kritis penentu kesuksesan transformasi digital sektor zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan data primer dari wawancara mendalam terhadap muzakki, pengelola BAZNAS/LAZ, dan praktisi perbankan syariah, serta observasi partisipatif, didukung data sekunder dari laporan keuangan, artikel jurnal, dan regulasi yang dianalisis dengan teknik analisis tematik model Braun dan Clarke. Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa implementasi strategi digitalisasi (seperti QR Code, aplikasi, e-commerce) mampu meningkatkan efisiensi dan perluasan jangkauan, dengan faktor kunci pembangun kepercayaan muzakki adalah transparansi dan akuntabilitas pelaporan, keamanan sistem dan reputasi institusi, serta pengalaman pengguna (user experience) yang baik, yang berimplikasi signifikan terhadap optimalisasi penghimpunan zakat digital dan loyalitas jangka panjang. Disimpulkan bahwa strategi digitalisasi harus mengintegrasikan pendekatan berbasis kepercayaan yang memadukan aspek teknis, syariah, dan psikologis, sehingga diperlukan upaya berkelanjutan dalam meningkatkan transparansi, keamanan siber, edukasi, dan sosialisasi untuk membangun serta memelihara kepercayaan masyarakat..

Kata kunci: Digitalisasi, Zakat, Kepercayaan, Muzakki, Platform Online

ABSTRACT: The digitalization of zakat collection faces main challenges in the form of low digital literacy and suboptimal trust levels from muzakki (zakat payers), which is a critical factor determining the success of the digital transformation in the zakat sector. This study uses a phenomenological qualitative approach with primary data from in-depth interviews with muzakki, BAZNAS/LAZ managers, and Islamic banking practitioners, as well as participatory observation, supported by secondary data from financial reports, journal articles, and regulations analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis technique. The results identify that the implementation of digitalization strategies (such as QR Code, applications, e-commerce) can improve efficiency and expand reach, with the key factors building muzakki's trust being transparency and accountability in reporting, system security and institutional reputation, and good user experience, which have significant implications for optimizing digital zakat collection and long-term loyalty. It is concluded that digitalization strategies must integrate a trust-based approach combining technical, sharia, and psychological aspects, thus requiring continuous efforts to enhance transparency, cybersecurity, education, and socialization to build and maintain public trust.

Keywords: Digitalization, Zakat, Trust, Muzakki, Online Platform

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi dalam penghimpunan zakat telah membawa peningkatan yang signifikan, baik dalam efektivitas maupun efisiensi. Sebagai lembaga utama, BAZNAS merespons hal ini dengan mengimplementasikan beragam inovasi, termasuk sistem SIMBAZNAS, metode pembayaran digital (QR CODE dan transfer bank), serta kerja sama strategis dengan platform e-commerce dan crowdfunding (Hafizah & Muhaimin, 2023). Kepercayaan muzakki terhadap platform zakat online bisa menurun akibat

beberapa tantangan utama, seperti literasi digital yang masih rendah, infrastruktur yang belum memadai, serta isu keamanan data (Kamalik et al., 2025).

Kepercayaan dari muzakki memegang peran yang sangat menentukan dalam kesuksesan transformasi digital sektor zakat. Berdasarkan berbagai temuan penelitian, terdapat tiga elemen fundamental yang mendorong minat masyarakat untuk menunaikan zakat secara digital, yaitu transparansi, akuntabilitas, dan kemudahan akses (Kamalik et al., 2025). Penerapan teknologi blockchain dipandang mampu meningkatkan tingkat transparansi dan keamanan dalam setiap transaksi, yang pada akhirnya berkontribusi dalam memperkuat kepercayaan para muzakki (Kamalik et al., 2025). Oleh sebab itu, strategi digitalisasi penghimpunan zakat harus melampaui aspek teknologi semata. Strategi tersebut juga perlu mengintegrasikan upaya edukasi, sosialisasi, dan penguatan regulasi guna membangun dan memelihara kepercayaan masyarakat dalam menggunakan platform zakat online.

Problematika utama dalam strategi digitalisasi penghimpunan zakat terletak pada dua faktor: literasi digital yang masih rendah dan tingkat kepercayaan (trust) dari muzakki yang belum optimal. Di sisi lain, meskipun beragam platform digital (aplikasi, website, QRIS) telah diadopsi secara luas oleh BAZNAS, adopsi ini belum diimbangi dengan pemahaman yang memadai dari masyarakat, khususnya yang berada di daerah dengan fasilitas terbatas. Resistensi terhadap metode digital ini semakin diperkuat oleh persepsi di masyarakat bahwa menunaikan zakat secara langsung dianggap lebih memenuhi syarat dan lebih utama (afdhal) (Hafizah & Muhaimin, 2023).

Implementasi teknologi blockchain, yang diandalkan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas keuangan, justru menjadi tantangan itu sendiri. Hal ini disebabkan karena tahap pengembangannya yang masih dini dan belum adanya payung hukum yang jelas untuk mengaturnya, sehingga menimbulkan kekhawatiran mengenai keamanan data (Nanda Listiana et al., 2022). Kepercayaan Muzakki bergantung pada jaminan penyaluran dana yang tepat sasaran. Namun, minimnya sosialisasi tentang mekanisme pelaporan digital dan tingginya ancaman keamanan siber justru menggerus kepercayaan tersebut (Hafizah & Muhaimin, 2023). Tanpa kepercayaan ini, optimalisasi potensi zakat secara digital akan sulit tercapai.

Masih terdapat celah penelitian yang signifikan antara preferensi dan perilaku muzakki dalam menyalurkan zakat secara digital dengan tingkat kepercayaan terhadap platform zakat online. Studi (Sofiyawati & Halimah, 2022) menunjukkan bahwa meskipun transformasi digital telah meningkatkan efisiensi penghimpunan zakat, banyak muzakki masih memilih saluran konvensional karena faktor kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas. Di sisi lain, penelitian (Transparansi et al., 2025) mengonfirmasi bahwa transparansi merupakan faktor dominan yang memengaruhi intensi muzakki dalam menggunakan platform digital seperti Shopee. Namun, belum ada penelitian yang secara khusus mengintegrasikan strategi digitalisasi penghimpunan zakat dengan pendekatan berbasis kepercayaan (trust-based strategy) yang memadukan aspek teknis, syariah, dan psikologis muzakki. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk merumuskan strategi digitalisasi yang tidak hanya memprioritaskan kemudahan dan manfaat, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang melalui transparansi yang tinggi, pelaporan real-time, dan integritas syariah yang teraudit.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi zakat telah menjadi strategi penting dalam meningkatkan penghimpunan dan memperkuat kepercayaan muzakki terhadap lembaga pengelola zakat. Studi di BAZNAS Indonesia menemukan bahwa inovasi digital seperti SIMBAZNAS, blockchain, crowdfunding, dan media sosial mampu

memperluas jangkauan layanan, meningkatkan transparansi, serta memperbaiki akuntabilitas, meskipun masih menghadapi kendala literasi digital dan infrastruktur (Kamalik et al., 2025). Penelitian lain di BAZNAS Banjarmasin menegaskan bahwa digitalisasi pembayaran zakat melalui transfer bank, QR Code, media sosial, dan SIMBA berdampak signifikan terhadap peningkatan penerimaan zakat (Hafizah & Muhaimin, 2023). Sementara itu, digitalisasi terbukti efektif mendukung kesejahteraan sosial dan pemulihan ekonomi nasional selama pandemi Covid-19 dengan adanya peningkatan penghimpunan zakat secara online (Nanda Listiana et al., 2022). Namun, preferensi muzakki tetap beragam; sebagian lebih memilih menyalurkan langsung kepada mustahik, sehingga faktor sosial, psikologis, dan personal sangat berpengaruh terhadap adopsi kanal digital (Sofiyawati & Halimah, 2022). Lebih jauh, penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan transparansi berpengaruh signifikan terhadap intensi membayar zakat melalui platform digital, dengan transparansi sebagai faktor dominan (Transparansi et al., 2025). Efektivitas digitalisasi juga tercermin pada BAZNAS Tangerang, meski masih menghadapi kendala teknis seperti jaringan internet dan sistem pelaporan, yang menuntut perbaikan berkelanjutan dalam keamanan serta kualitas layanan (Jamaludin & Aminah, 2021).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif muzakki dalam membangun kepercayaan terhadap platform zakat online. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara purposif dengan muzakki, pengelola BAZNAS/LAZ, dan praktisi perbankan syariah, serta melalui observasi partisipatif pada platform digital zakat. Sumber data sekunder meliputi dokumen laporan keuangan tahunan lembaga zakat, artikel jurnal, dan regulasi perbankan syariah terkait fintech zakat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode untuk memastikan keabsahan data. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) model Braun dan Clarke melalui proses transkripsi, kodifikasi, kategorisasi, dan identifikasi tema-tema kunci yang muncul terkait strategi digitalisasi dan pembentukan kepercayaan muzakki.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Implementasi Strategi Digitalisasi dalam Penghimpunan Zakat

Digitalisasi telah menjadi strategi utama dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat, terutama melalui penerapan berbagai platform digital seperti QR Code, aplikasi mobile, e-commerce, media sosial, dan fintech zakat. Sebagaimana ditunjukkan oleh (Nyoman & Wayan, 2020), LAZ WASHAL berhasil memanfaatkan layanan pembayaran digital seperti BSI, Dana, dan OVO untuk memudahkan proses pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Penggunaan QRIS juga terbukti mempercepat transaksi dan meningkatkan kepuasan muzaki. Selain itu, (Musta'anah et al., 2023) menegaskan bahwa kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) menjadi faktor kunci yang memengaruhi intensi generasi millennial dalam membayar zakat secara digital.

Efektivitas digitalisasi tidak hanya terlihat dari kemudahan transaksi, tetapi juga dari perluasan jangkauan dan peningkatan kepercayaan masyarakat. Media sosial dan platform crowdfunding seperti Kitabisa.com turut berperan dalam sosialisasi dan penghimpunan dana zakat yang lebih inklusif. Studi oleh (Musta'anah et al.,

2023) menunjukkan bahwa faktor keamanan (*perceived security*) merupakan determinan terpenting dalam meningkatkan niat berperilaku (*behavioral intention*) Muslim Generasi Y untuk menggunakan pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan prinsip *Good Zakat Governance* yang menekankan transparansi, akuntabilitas, dan keamanan dalam pengelolaan dana zakat.

Dengan demikian, implementasi strategi digitalisasi tidak hanya mempermudah proses pembayaran zakat, tetapi juga memperluas jangkauan muzaki hingga ke pelosok pedesaan, mendorong inklusi keuangan syariah, dan mendukung terwujudnya keadilan distribusi ekonomi. Digitalisasi zakat menjadi salah satu pilar penting dalam memperkuat peran lembaga zakat dan koperasi syariah dalam memberdayakan ekonomi masyarakat, khususnya di daerah pedesaan.

3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Muzakki Terhadap Platform Zakat Online

Faktor transparansi dan akuntabilitas menempati posisi sentral dalam membangun kepercayaan muzakki terhadap platform zakat digital. Kecenderungan muzakki adalah memilih platform yang menyajikan laporan keuangan secara terbuka, real-time, dan mudah diakses. Temuan (Kamalik et al., 2025) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa transparansi dalam pengelolaan dana zakat secara signifikan memengaruhi minat muzakki untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga resmi. Lebih lanjut, (Hafizah & Muhaimin, 2023) menegaskan bahwa integrasi digitalisasi dengan pelaporan yang transparan tidak hanya meningkatkan akuntabilitas, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat.

Faktor berikutnya yang tidak kalah penting adalah keamanan sistem dan reputasi institusi. Muzakki menunjukkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap platform yang telah memiliki sertifikasi resmi dan rekam jejak yang terpercaya, sebagaimana dicontohkan oleh BAZNAS yang telah meraih sertifikasi ISO 27001:2013 untuk manajemen keamanan informasi (Hafizah & Muhaimin, 2023). Aspek keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi menjadi pertimbangan pokok, terlebih dalam konteks meningkatnya ancaman kejahatan dunia maya. Temuan (Nanda Listiana et al., 2022) memperkuat argumentasi ini dengan menunjukkan bahwa akuntabilitas dan kepercayaan merupakan determinan signifikan yang memengaruhi kecenderungan muzakki dalam memanfaatkan platform crowdfunding seperti Kitabisa.com.

Faktor pengalaman pengguna (*user experience*) yang baik, yang tercermin dari kemudahan navigasi dan manfaat yang diberikan, merupakan pendorong lain bagi kepercayaan muzakki. Kepuasan pengguna meningkat ketika platform menyediakan berbagai kanal pembayaran (transfer, QRIS, e-wallet) serta konten edukasi yang informatif. Kecenderungan ini khususnya terlihat pada generasi muda (Gen Y) yang lebih menyukai platform digital karena pertimbangan kepraktisan, sebagaimana ditunjukkan dalam studi (Sofiyawati & Halimah, 2022). Selain itu, manfaat fungsional seperti kemudahan mengakses informasi, ketepatan penghitungan zakat, dan adanya layanan konsultasi juga menjadi unsur pembangun kepercayaan, seperti yang diungkapkan oleh (Sofiyawati & Halimah, 2022).

3.3 Implikasi Kepercayaan Muzakki terhadap Optimalisasi Penghimpunan Zakat Digital

Kepercayaan muzaki merupakan fondasi kritis dalam membangun sistem penghimpunan zakat digital yang efektif dan berkelanjutan. Dalam konteks perbankan

syariah, kepercayaan ini tidak hanya mencakup aspek keamanan transaksi, tetapi juga integritas lembaga pengelola zakat dalam menjalankan amanah sesuai prinsip syariah. Penelitian oleh (Jamaludin & Aminah, 2021) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi masyarakat untuk membayar zakat secara digital, dengan kontribusi sebesar 13,7% terhadap variasi niat berzakat. Hal ini mengindikasikan bahwa tanpa kepercayaan, inovasi teknologi dalam penghimpunan zakat tidak akan mampu menarik partisipasi yang maksimal dari masyarakat.

Kepercayaan muzaki tidak hanya penting secara langsung, tetapi juga mendorong loyalitas jangka panjang. Rasa yakin bahwa dananya disalurkan secara transparan dan tepat sasaran membuat mereka cenderung kembali menggunakan platform yang sama di masa depan. Sebagaimana diungkapkan oleh (Nyoman & Wayan, 2020) digitalisasi zakat di BAZNAS Kota Malang berhasil meningkatkan efisiensi dan transparansi, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan dan loyalitas masyarakat. Loyalitas ini tidak hanya meningkatkan volume penghimpunan, tetapi juga menciptakan basis donatur yang stabil dan berkelanjutan.

Dalam perspektif perbankan syariah, kepercayaan juga erat kaitannya dengan prinsip *amanah* dan *akuntabilitas*. Lembaga perbankan syariah yang berkolaborasi dengan lembaga zakat harus memastikan bahwa seluruh proses transaksi dan distribusi zakat dilakukan sesuai dengan prinsip syariah dan regulasi yang berlaku. Seperti yang ditegaskan oleh (Islamiyah, suprayitno Eko, 2025), peran BAZNAS sebagai fasilitator teknologi dan agen dakwah sangat penting dalam memastikan bahwa digitalisasi zakat tidak hanya efisien, tetapi juga tetap berlandaskan nilai-nilai Islam.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan muzaki bukan hanya faktor pendorong, tetapi juga penggerak utama dalam optimalisasi penghimpunan zakat digital. Lembaga zakat dan perbankan syariah perlu terus memperkuat aspek transparansi, keamanan, dan akuntabilitas syariah untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Implikasinya, penghimpunan zakat digital tidak hanya akan meningkat secara kuantitas, tetapi juga berkontribusi terhadap terwujudnya distribusi ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan, khususnya di pedesaan yang sering menjadi sasaran program pemberdayaan zakat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi penghimpunan zakat berpotensi signifikan dalam meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan layanan, serta mendorong transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana zakat. Adopsi berbagai teknologi digital, termasuk QR Code, aplikasi seluler, dan integrasi dengan platform e-commerce, telah memfasilitasi kemudahan pembayaran sekaligus memperkuat mekanisme pertanggungjawaban lembaga. Faktor kepercayaan muzakki emerged sebagai determinan kritis yang dipengaruhi terutama oleh tingkat transparansi dan akuntabilitas pelaporan, keandalan sistem keamanan, reputasi institusi, serta kualitas pengalaman pengguna. Meskipun demikian, penelitian mengungkap beberapa keterbatasan, seperti masih rendahnya tingkat literasi digital, kesenjangan infrastruktur khususnya di daerah pedesaan, serta adanya kekhawatiran terkait kerentanan keamanan data dan belum optimalnya payung hukum untuk teknologi tertentu seperti blockchain. Preferensi sebagian muzakki untuk menyalurkan zakat secara langsung juga turut menghambat optimalisasi strategi digital.

Untuk pengembangan ke depan, strategi digitalisasi zakat perlu didesain dengan pendekatan berbasis kepercayaan yang holistik, mengintegrasikan aspek teknis-teknologis, prinsip syariah, dan dimensi psikologis pengguna. Upaya peningkatan

transparansi melalui pelaporan real-time, penguatan keamanan siber, serta program edukasi dan sosialisasi yang masif dan inklusif menjadi langkah strategis yang tidak dapat diabaikan. Penelitian lanjutan sangat diperlukan untuk menyusun model strategi digital berbasis kepercayaan yang lebih komprehensif, termasuk menguji pengaruh faktor integritas syariah dan budaya terhadap adopsi platform digital, serta mengeksplorasi potensi penerapan teknologi mutakhir seperti blockchain dalam ekosistem zakat nasional.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Hafizah, H., & Muhaimin, M. (2023). Dampak Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap Peningkatan Penerimaan Zakat pada Baznas Kota Banjarmasin. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3549.
<https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2661>
- islamiyah, suprayitno Eko, K. (2025). 1 、 1007 — . *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 8–11.
- Jamaludin, N., & Aminah, S. (2021). Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 2(2), 180–208.
<https://doi.org/10.15642/mzw.2021.2.2.180-208>
- Kamalik, A. I., Fadhilah, N. N., Lestari, T., & Ridwan, M. (2025). Analisis Model Digitalisasi dalam Pengelolaan Zakat: Studi Kasus pada BAZNAS Indonesia. *TAFAKUR TIMES*, 1(1), 85–98.
- Musta'anah, A., Ghofur, R. A., Hilal, S., & Etika, C. (2023). Studi Literatur: Hubungan Digitalisasi Zakat Terhadap Intensi Perilaku Generasi Millennial Membayar Zakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–14.
- Nanda Listiana, A., Khairunnisa, B., Nabila Nasution, N., & Balqissafira Afna, S. (2022). 20239-69867-1-Pb. *Digitalisasi Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Dan Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Pandemi Covid-19*, 2(2), 116–137.
- Nyoman, W. D. N., & Wayan, W. N. (2020). Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available*, 1(46), 34–39.
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64.
<https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>
- Transparansi, D. A. N., Amil, L., Harapan, Z., & Laz, D. (2025). *Terhadap Intensi Membayar Ziswaf Melalui Platform E-Commerce Shopee*. 6(1), 117–140.