

Dialektika *Living Qur'an* dalam Manajemen Pengelolaan Zakat Pada Baznas (Bazis) DKI Jakarta

Yasdar¹, Ahmad Zulki²

^{1,2}Universitas PTIQ Jakarta

Email: Yasdarku@gmail.com; ahmadzulki02@gmail.com

Penulis Korespondensi: Yasdarku@gmail.com

Abstract: *This article aims to analyze the dialectics of living Qur'an in the management of zakat at the National Amil Zakat Agency (Baznas) or Zakat Infaq dan Shadaqah Agency (Bazis) Special Capital Region (DKI) Jakarta. This research is field research with a living Qur'an approach and is analyzed descriptively and qualitatively. The results show that the dialectic of living Qur'an produces a comprehensive solution by presenting a re-reading of zakat management that is adjusted to contemporary zakat management. The dialectic of living Qur'an in zakat management at Baznas (Bazis) DKI Jakarta is carried out in various forms and models consisting of comprehensive management including poverty reduction, evaluation and relevance and transformation of zakat management which includes comprehensive-contemporary management, digitalization of zakat, diversification of programs and living Qur'an-based zakat management solutions.*

Keywords: *Dialectic; Living Qur'an; Zakat Management; Digitalization of Zakat*

Dialectics of Living Qur'an in Zakat Management in Baznas (Bazis) DKI Jakarta

Abstrak: Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dialektika *living Qur'an* dalam pengelolaan zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) atau Badan Zakat Infaq dan Shadaqah (Bazis) Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan *living Qur'an* dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dialektika *living Qur'an* menghasilkan solusi yang komprehensif dengan menghadirkan pembacaan ulang atas pengelolaan zakat yang disesuaikan dengan manajemen zakat yang kontemporer. Dialektika *living Qur'an* dalam pengelolaan zakat pada Baznas (Bazis) DKI Jakarta dilakukan dalam berbagai bentuk dan model yang terdiri dari pengelolaan yang komprehensif antara lain memanipulasi kemiskinan, evaluasi dan relevansi dan transformasi pengelolaan zakat yang meliputi manajemen yang komprehensif-kontemporer, digitalisasi zakat, diversifikasi program dan solusi pengelolaan zakat berbasis *living Qur'an*.

Kata Kunci: Dialektika; *Living Qur'an*; Pengelolaan Zakat; Digitalisasi Zakat

A. Pendahuluan

Fenomena keberagaman tidak selamanya berjalan berdampingan dengan realitas sosial dengan baik. Salah satunya adalah proses dan manajemen zakat yang belum mampu mengentaskan kemiskinan dan kesenjangan antara *amil* (orang yang menerima dan mengelola zakat) dan *muzakki* (orang yang mengeluarkan zakat), dan minimnya regulasi pemerintah terhadap motivasi masyarakat akan kesadaran berzakat kepada *amil* yang ditentukan oleh pemerintah dan problematika seputar zakat lainnya. Permasalahan tersebut harus diintegrasikan dengan mencari jawaban dan solusi, di mana keduanya harus didialektikakan.

Pengentasan kemiskinan tersebut bisa dicarikan solusi atau jalan keluar melalui zakat. Zakat pada zaman Khulafaur Rasyidin sebagai pengentasan kemiskinan dan pembangunan perekonomian umat menjadi instrumen utama dalam mengentaskan kemiskinan maupun membangun perekonomian umat. Kebijakan yang dikeluarkan para khalifah ketika itu, semuanya mengarah kepada pengentasan kemiskinan dan juga pengembangan perekonomian umat. Dalam mengentaskan kemiskinan melalui sarana pelayanan dan bantuan. Sedangkan dalam pembangunan perekonomian umat melalui pendayagunaan zakat. Zakat memiliki peran dan fungsi secara bersamaan, secara sepiritual dan sosial, maka zakat dapat menjadi solusi di dalam masalah kemiskinan dan pembangunan perekonomian.¹

Upaya untuk menghidupkan nilai-nilai Alquran melalui badan pengelola zakat berbanding lurus dengan persoalan perekonomian, terlebih di DKI Jakarta. DKI Jakarta sempat mencatat lonjakan angka kemiskinan pada Maret 2020, tepatnya saat awal pandemi. Saat itu, jumlah penduduk miskin DKI Jakarta meningkat hingga 1,11 persen poin atau meningkat kurang lebih hingga 119 ribu orang atau meningkat hingga 118,56 ribu orang dibandingkan dengan perhitungan periode sebelumnya, yaitu September 2019. Angka tersebut terus mengalami peningkatan setidaknya hingga Maret 2021. Sebelumnya, persentase penduduk miskin di DKI Jakarta tidak

¹Mutia Azizah Nuriana dan Khomarudin Achmad, "Zakat Sebagai Pengentasan Kemiskinan dan Pembangunan Perekonomian Umat (Telaah Pengelolaan Zakat Pada Masa Khulafaur Rasyidin)," *Teraju: Jurnal Syariah dan Hukum* 2, no. 2 (2020): 143-159.

pernah menyentuh angka 4% atau lebih sejak Maret 2015 hingga September 2019. Pada Maret 2022, jumlah penduduk miskin di Jakarta sebanyak 502,04 ribu orang. Secara khusus penduduk sangat miskin bertambah 2 ribu orang dari 144,3 ribu orang dari saat dilakukan perhitungan sebelumnya, yakni September 2021, menjadi 146,3 ribu orang pada Maret 2022.²

Dialektika *living Qur'an* diyakini mampu menjadi jembatan atas permasalahan tersebut. Hal ini mengingat bahwa Alquran dalam pandangan masyarakat tidak lagi dilihat dalam bentuk teks, melainkan berupa benda dan perilaku. Alquran dan hadis yang dilihat di sini adalah yang telah benar-benar lepas dari teksnya, karena telah beralih rupa, dari yang semula berada di dalam *mushaf*, muncul dalam bentuk suara dan aksara, kini telah mewujudkan dalam benda dan raga.³

Salah satu rumusan penelitian Alquran yang diidentifikasi dengan istilah *living qur'an* adalah salah satu dialektika dalam menempatkan Alquran sesuai dengan masyarakat pembacanya. Definisi *living qur'an* sebagai studi tentang Alquran, tetapi tidak bertumpu pada eksistensi tekstualnya, melainkan studi tentang fenomena sosial yang lahir terkait dengan kehadiran Alquran dalam wilayah geografi tertentu dan mungkin masa tertentu.⁴

Problematika seputar zakat dalam penelitian ini dapat dilihat dari adanya kesenjangan antara *muzakki* dan *amil* zakat di Baznas (Bazis) DKI Jakarta, dan minimnya kesadaran para *muzakki* untuk melaksanakan salah satu rukun Islam; zakat, dan sejumlah permasalahan manajemen zakat lainnya. Dalam menyelesaikan problematika tersebut, sehingga perlu solusi atau jawaban dengan mendialektikkan nilai-nilai Alquran dengan manajemen pengelolaan zakat. Dengan kata lain, metode yang ditempuh adalah dialektika antara pesan Alquran dalam meningkatkan manajemen zakat dalam kehidupan beragama pada masyarakat DKI Jakarta.

²Muhamad Iko Dwipa Gautama, *DKI Jakarta Kembali Alami Kenaikan Angka Kemiskinan*, Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 15 Agustus 2022, <https://statistik.jakarta.go.id/> diakses tanggal 31 Oktober 2022.

³Ahmad Ubaydi Hasbillah, *Ilmu Living Quran-Hadis: Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi* (Ciputat: Maktabah Darus-Sunnah, 2019), viii.

⁴Sahiron Syamsuddin, *Metode Penelitian Living Qur'an dan Hadis* (Yogyakarta: Teras, 2007), 39.

B. Dialektika dan Kendala Pengelolaan Zakat Pada Baznas (Bazis) DKI Jakarta

Pengelolaan zakat adalah suatu kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan terhadap pengumpulan, dan pendistribusian, serta pendayagunaan zakat. Pengelolaan zakat dilakukan oleh badan amil yang dibentuk oleh pemerintah yang di organisasikan dalam suatu badan atau lembaga. Pengumpulan zakat dilakukan oleh BAZ dengan cara menerima atau mengambil dari *muzakki* atas dasar pemberitahuan muzaki.⁵

Keberadaan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ), khususnya Bazis saat ini dirasakan manfaatnya oleh masyarakat yang sedang kesusahan. Bazis berupaya sedemikian rupa untuk membantu kesulitan masyarakat miskin dengan berbagai programnya. Tak terkecuali program pemberdayaan bagi orang miskin di jalanan, di daerah pelosok dan sebagainya. Beragam program dilaksanakan dengan sumber pendanaan dari zakat. Namun Bazis sebagai lembaga pengelolaan zakat yang didirikan oleh pemerintah ternyata sistem pengelolaannya masih belum maksimal dan kurang dipercaya masyarakat atau *muzakki* dalam hal pendistribusian zakat kepada yang berhak.

Artinya kinerja masih perlu ditingkatkan untuk menjaga kesinambungan manfaat penggunaan zakat dan infaq tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar *muzakki* masih menginginkan pengelolaan zakat yang lebih baik, yaitu bahwa pengelolaan zakat harus memiliki profesionalisme, transparansi dalam pelaporan dan penyaluran yang tepat sasaran, dengan program-program yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Pengelolaan zakat di Baznas (Bazis) DKI Jakarta mengalami dialektika seiring dengan perkembangan zaman. Ada beberapa hal dialektika yang dihadapi oleh Baznas (Bazis) DKI Jakarta, yaitu:

1. Fenomena Kemakmuran Sosial

Fakta menunjukkan bahwa meskipun Provinsi DKI Jakarta adalah ibukota negara, bukan berarti terbebas dari masalah kemiskinan. Berdasarkan data Badan

⁵Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*(Jakarta: Grasindo, 2006), 44.

Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta, pada September 2022 jumlah penduduk miskin Provinsi DKI Jakarta mencapai 494,93 ribu orang, atau sekitar 4,61 persen dari total penduduk yang mencapai 10,56 juta orang.⁶ Artinya bahwa masalah kemiskinan di Indonesia saat ini adalah suatu hal yang nyata. Kemiskinan dan pengangguran adalah problem yang sulit dipecahkan. Tentu saja hal ini antara lain disebabkan oleh distribusi kekayaan/pendapatan yang tidak seimbang dan tidak merata diantara individu-individu dalam masyarakat itu sendiri.⁷

Dalam kehidupan sehari-hari, dimensi-dimensi kemiskinan masyarakat muncul dalam berbagai bentuk diantaranya: (1) dimensi politik, sering muncul dalam bentuk tidak dimilikinya institusi yang mampu memperjuangkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat miskin, sehingga tidak ada pengambilan keputusan yang bisa memperjuangkan nasib mereka; (2) dimensi ekonomi, sering muncul dalam wujud rendahnya penghasilan sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup mereka sampai batas yang layak; dan (3) dimensi aset, ditandai dengan rendahnya kepemilikan masyarakat miskin seperti rendahnya kualitas sumberdaya manusia, sarana dan prasarana serta kapital/modal usaha.

Salah satu potensi ajaran Islam yang belum ditangani dengan baik dan serius oleh pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan adalah zakat. Zakat yang secara bahasa berarti membersihkan, bertambah dan tumbuh, merupakan ibadah yang bercorak sosial-ekonomi, sebagai kewajiban seseorang muslim atau badan hukum yang dimilikinya untuk mengeluarkan sebagian hak miliknya kepada pihak yang berhak untuk menerimanya (*mustahik*) agar tercipta pemerataan ekonomi yang berkeadilan.

Zakat memiliki peranan yang sangat strategis dalam upaya pengentasan kemiskinan atau pembangunan ekonomi. Berbeda dengan sumber keuangan untuk pembangunan yang lain, zakat tidak memiliki dampak balik apapun kecuali ridha dan

⁶Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, "Penduduk Miskin di DKI Jakarta September 2022", <https://jakarta.bps.go.id/news/2023/01/16/835/penduduk-miskin-di-dki-jakarta-september-2022.html>, diakses 12 Oktober 2023.

⁷Kuni Zakiyah, "Peran Negara Dalam Distribusi Kekayaan (Perspektif Ekonomi Islam)," *Al Falah: Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2017): 37-52.

mengharap pahala dari Allah semata. Namun demikian, bukan berarti mekanisme zakat tidak perlu sistem kontrol. Nilai strategis zakat dapat dilihat melalui: pertama, zakat merupakan panggilan agama. Ia merupakan cerminan dari keimanan seseorang. Kedua, sumber keuangan zakat tidak akan pernah berhenti. Artinya orang yang membayar zakat, tidak akan pernah habis dan yang telah membayar setiap Tahun atau periode waktu yang lain akan terus membayar. Ketiga, zakat secara empirik dapat menghapus kesenjangan sosial dan sebaliknya dapat menciptakan redistribusi aset dan pemerataan pembangunan.⁸

Fenomena ini menunjukkan bahwa *muzakki* membutuhkan kepercayaan yang lebih atas pengelolaan zakat oleh Baznas (Bazis). Kepercayaan ini akan terjadi bila pihak pengelola zakat mampu memberikan data secara transparan dan juga menunjukkan kinerjanya yang bagus dan membuktikan kejujuran dalam pengelolaannya, dan profesionalitas, sehingga pemberi zakat percaya untuk menyalurkan zakatnya ke lembaga tersebut.

Oleh karena itu, strategi pengelolaan dana zakat yang baik akan menciptakan kepercayaan masyarakat, sehingga masyarakat akan terdorong menyalurkan dananya pada Bazis daripada menyalurkan langsung pada *mustahik*. Penyaluran secara langsung tersebut lebih dekat pada pemanfaatan konsumtif, sehingga agak mengaburkan tujuan produktif.⁹

Salah satu tindakan terencana dalam mengentaskan kemiskinan adalah dengan membuat pemetaan (*mapping*). Pemetaan dimaksudkan untuk mendapatkan data secara pas dan akurat di mana si miskin berada, dan di saat yang sama mencari di mana si kaya bertempat. Islam tidak menghalangi kekayaan seseorang, namun juga tidak membiarkan kemiskinan terus bercokol. Dengan adanya pemetaan ini akan menghindari tumpang tindih penanganan suatu daerah miskin oleh berbagai lembaga pada saat bersamaan.

⁸Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 206.

⁹Muhammad Muflih, *Akutansi Zakat Kontemporer* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 141.

2. Relasi dan Legislasi Organisasi Pengelolaan Zakat

Pada tahun 1999 disahkan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat. Pengelolaan zakat dilakukan berdasarkan asas iman dan takwa, keterbukaan dan kepastian hukum sesuai dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pengelolaan zakat mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian, pendayagunaan dana zakat, serta prinsip-prinsip pengelolaan zakat dan teknis pengelolaan zakat.

Dalam pengelolaan zakat, pemerintah membentuk organisasi yang bertugas mengumpulkan, mendistribusikan dan mendayagunakan zakat. Pemerintah memiliki hak penuh atas pembentukan Badan Amil Zakat (BAZ) sesuai dengan tingkat kekuasaan wilayah masing-masing, yaitu: 1) tingkat nasional oleh Presiden atas usul Menteri; 2) daerah propinsi oleh Gubernur atas usul Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi; 3) daerah kabupaten atau daerah kota oleh Bupati atau Walikota atas usul Kepala Kantor Departemen Agama Kabupaten atau Kota; 4) daerah kecamatan oleh Camat atas usul Kepala Kantor Urusan Agama Kecamatan. Semuanya memiliki hubungan kerja yang bersifat koordinatif, konsultatif dan informatif sesuai dengan tingkatan masing-masing.¹⁰

Seiring dengan problematika pengelolaan zakat yang semakin kompleks, pada tanggal 20 Oktober 2011, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan Presiden mengesahkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat untuk menggantikan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999, di mana diatur beberapa hal yang berbeda, yaitu: Pemerintah memiliki hak penuh atas pembentukan organisasi pengelolaan zakat. Pemerintah membentuk Baznas dalam skala nasional yang memiliki fungsi perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan pelaporan atas pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Sedangkan untuk membantu dalam pelaksanaan tugas Baznas dalam skala nasional, maka Menteri dapat membentuk Baznas pada tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota atas usulan

¹⁰Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat*, pasal 6 dan 7.

Kepala Daerah setelah mendapat pertimbangan dari Baznas di tingkat nasional.¹¹ Artinya dengan adanya regulasi hukum pengelolaan zakat ini, maka manajemen pengelolaan zakat dapat berjalan sesuai dengan tujuan adanya organisasi zakat di Indonesia.

3. Urgensi dan Solusi Dialektika Pengelolaan Zakat

Tata cara penghimpunan zakat masih mengundang kontroversi. Ada beberapa anggapan bahwa zakat adalah wewenang pemerintah dan pemerintah juga berkewajiban untuk mengelolanya. Sebagian yang lain beranggapan bahwa zakat merupakan urusan agama atau urusan individu. Karenanya, maka negara atau pemerintah tidak dapat mengambil alih dalam wilayah ini.

Kondisi yang plural meniscayakan kreativitas dalam penciptaan kesadaran. Sempitnya pemahaman masyarakat tentang jenis harta yang harus dizakati. Kurangnya sosialisasi sebagai akibat dari mahalnya biaya yang harus dikeluarkan dan masih kuatnya paradigma masyarakat yang menganggap membayar zakat, infak dan sedekah secara langsung kepada *mustahik* lebih utama daripada melalui lembaga amil. Oleh karena itu, lembaga-lembaga pengelola zakat belum mendapatkan perhatian penuh dari *muzakki*, *munfiq* (orang yang berinfaq), dan *mutashaddiq* (orang yang bersedekah).

Pengelolaan zakat yang tampak di sekitar masyarakat lebih sering bersifat *charity* (amal). Seolah-olah dengan cara memberikan bantuan untuk sebagian kalangan sudah merasa lepas dari tanggung jawab sosialnya. Namun jika hanya berhenti pada cara memberikan bantuan seperti sembako dan tidak melakukan inovasi, maka sama saja dengan memapankan kemiskinan karena tidak membuat orang menjadi kreatif. Hal inilah dapat menyebabkan semakin banyaknya orang yang meminta karena dinilai tidak perlu mengeluarkan keringat untuk memenuhi kebutuhan. Akibat lainnya adalah menjadi sempitnya persepsi orang tentang zakat dan mengurangi kepercayaan masyarakat kepada lembaga pengelola zakat.

¹¹Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat*, pasal 15 ayat (1) - ayat (5).

Prioritas utama Baznas (Bazis) DKI Jakarta ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat, infaq, dan shadaqah sesuai dengan tuntunan syariat agama Islam. Dalam rangka upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial, sehingga untuk mewujudkan tujuan tersebut perlu adanya transformasi manajemen zakat dengan mendialektikakan *living qur'an* dalam manajemen zakat.

Kebijakan di bidang penghimpunan pada Baznas (Bazis) DKI Jakarta terbagi menjadi:

1. Sasaran Penghimpunan ZIS

Sasaran penghimpunan ZIS adalah seluruh warga muslim ibukota yang dikelompokkan ke dalam:

- a. Masyarakat umum yang di koordinasikan oleh kepala kelurahan dan di bantu oleh ketua RT/RW serta tokoh agama setempat.
- b. Karyawan/pegawai yang di koordinasikan oleh kelurahan, kecamatan, kotamadya dan bazis unit satuan kerja.
- c. Para pengusaha nasional yang berkoordinasi langsung oleh Bazis DKI Jakarta atas nama Gubernur.
- d. Infaq dan shadaqah lewat SMS.
- e. Nasabah Bank
- f. Jamaah calon haji dan umroh.

2. Program Sosialisasi

Memberikan pemahaman ZIS kepada masyarakat bukanlah sesuatu yang mudah. Oleh karena kesadaran ini bukan hanya terhenti pada kemauan masyarakat untuk menunaikannya, tetapi di harapkan juga masyarakat mampu menjadikannya sebagai gerakan yang menyeluruh dan mampu menggerakkan masyarakat lain untuk menunaikannya juga.¹²

Bagi sebagian masyarakat, menunaikan ZIS masih menghadapi kendala, karena di antara mereka masih belum mengetahui hukum ZIS, peran ZIS dan fungsi

¹²Badan Amil Zakat Infak dan Sedekah (Bazis) DKI Jakarta, *Manajemen Zakat Infak Sedekah* (Jakarta: Bazis DKI Jakarta, 2006), 69.

Bazis, siapa termasuk *muzakki*, *munfiq* dan *mutashaddiq*, bagaimana membayar ZIS dan harus kemana membayarnya.

Olehnya itu sebagai implementasi tugas dan fungsinya, Bazis DKI Jakarta melaksanakan langkah-langkah sosialisasi yang secara umum adalah:

- a. Mengadakan kerjasama secara teknis dengan lembaga/instansi lain dalam hal penyuluhan dan penghimpunan ZIS.
- b. Mengadakan koordinasi, integrasi dan sinkronisasi yang bersifat teknis dengan semua pihak, agar penghimpunan ZIS optimal.
- c. Mengadakan kerjasama dengan lembaga profesi sejenisnya sebagai mitra atau sinergi dalam penyuluhan zakat, infaq dan shodaqoh.

Adapun kegiatan sosialisasi yang dilakukan Baznas (Bazis) DKI Jakarta antaranya:

- a. Menyediakan sarana internet dengan situs homepage: <http://www.bazisdki.go.id>, yang memuat kebutuhan informasi tentang Bazis DKI Jakarta secara lengkap yang dibutuhkan masyarakat.
- b. Bagi yang ingin berhubungan langsung dengan Kantor Bazis, disediakan saluran telepon dengan nomor: 021-3144023.
- c. Selain itu penyebaran informasi dengan media dakwah, cetak, elektronik, majalah dan lain-lain.
- d. Bazis DKI Jakarta juga menitipkan pesan dakwah untuk menunaikan ZIS pada para *dai* dan *khatib jumat* agar masyarakat lebih paham tentang ZIS dan sadar untuk menunaikannya.

Adapun dalam pembagian atau pendayagunaan zakat menurut pedoman pelaksana zakat di Baznas (Bazis) DKI Jakarta itu ditentukan sebagai berikut:

- a. Bersifat edukatif, produktif, dan ekonomis agar penerima zakat pada suatu masa tidak memerlukan zakat lagi. Bahkan diharapkan menjadi orang yang membayar zakat.
- b. Untuk fakir miskin, *muallaf*, dan *ibnu sabil*, maka pembagian zakat itu dititikberatkan pada pribadinya, bukan pada lembaga hukum yang mengurusnya.

Kebijaksanaan ini dilakukan agar unsur pendidikan yang dikandung dalam pembagian zakat itu lebih jelas dan terasa.

- c. Bagi kelompok *amil*, *gharimin*, dan *shabilillah*, maka pembagian dititikberatkan pada badan hukumnya atau kepada lembaga yang mengurus atau melakukan aktivitas-aktivitas keislaman. Dana-dana yang tersedia dari pengumpulan zakat itu yang belum dibagi atau diserahkan kepada para *mustahik* dimanfaatkan untuk pembangunan dengan jalan penyimpanannya di bank pemerintah berupa giro, deposito, atau sertifikat atas nama BAZ yang bersangkutan.

Pendayagunaan dana zakat untuk pemberdayaan selain memperhatikan bobot permasalahan yang dihadapi oleh penerima zakat, LPZ juga membuat ketentuan umum yang merupakan kebijaksanaan zakat. Salah satu alternatif antara lain:

- a. Sektor fakir miskin sebesar 35% untuk dana produktif dan 10% untuk dana konsumtif.
- b. Sektor *amil* sebesar 10%
- c. Sektor muallaf, gharim dan ibnu sabil sebesar 10%
- d. Sektor *sabilillah* sebesar 45% untuk bantuan fisik, lima belas persen pembinaan lembaga dakwah dan lima persen untuk bantuan sosial.

Berdasarkan gambaran tersebut, maka dapat diketahui bahwa disamping mempertimbangkan ketentuan umum, pendayagunaan dana zakat juga mempertimbangkan masalah-masalah praktis yang dihadapi oleh masyarakat.

Peran dan kedudukan lembaga zakat sebagai lembaga penghimpun dana zakat untuk kepentingan umat tentu ada kendala atau hambatan yang pernah dirasakan oleh lembaga zakat dan dibutuhkan solusi yang komprehensif dari berbagai pihak, baik pemerintahan maupun masyarakat itu sendiri. Hasil temuan dari penelitian Ridwan bahwa secara umum yang menjadi kendala yang dialami lembaga zakat di lapangan, tak terkecuali di Baznas (Bazis) DKI Jakarta, yaitu:

1. Regulasi Pemerintah

Regulasi pemerintah baik dalam bentuk undang-undang maupun kebijakan memiliki peran penting dalam mengatur dan mengelola penghimpunan dana zakat.

Namun dalam regulasi yang dituangkan dalam perundang-undangan ataupun peraturan pemerintah masih kurang komprehensif terutama dalam hal kewajiban pembayaran zakat untuk umat muslim sebagaimana diberlakukannya aturan tentang wajib pajak bagi perusahaan atau perorangan sehingga hal tersebut menjadi salah satu kendala Baznas ataupun Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam mengelola dan menghimpun dana zakat.

Lembaga zakat, baik Baznas maupun LAZ harus berusaha semaksimal mungkin mensosialisasikan kesadaran berzakat dan menjangring penghimpunan dana zakat di wilayah sekitarnya bisa melalui iklan, spanduk, dan *door to door* ke berbagai *muzakki*, baik perorangan, kelompok, lembaga atau perusahaan untuk menghimpun dana zakat yang memang seharusnya dikeluarkan oleh seorang muslim.

Adanya audit keuangan ataupun syariah di lembaga zakat juga menjadi salah satu topik yang perlu diperhatikan karena di satu sisi Baznas menginginkan transparansi keuangan pada LAZ untuk dilaporkan kepada Baznas sesuai undang-undang, namun di sisi lain LAZ juga keberatan jika Baznas ikut campur dengan manajemen dan seluruh kegiatan yang diselenggarakan oleh LAZ, sehingga walaupun Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat telah ada dan diberlakukan, namun pada prakteknya undang-undang tersebut masih belum maksimal untuk dilaksanakan.

Disamping adanya regulasi yang berkaitan dengan manajemen pengelola lembaga zakat, penekanan dan aturan untuk masyarakat yang dianggap *muzakki* juga perlu dipertimbangkan dan diperhatikan, baik diatur dalam undang-undang, peraturan pemerintah maupun peraturan daerah, sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat *mustahiq* (penerima zakat).

2. *Database* Masyarakat *Dhuafa*

Database masyarakat *dhuafa* (orang yang tidak mampu) juga menjadi salah satu pedoman terpenting dalam pendistribusian zakat. Ketidakvalidan data dalam *database* masyarakat *dhuafa* yang ada dipemerintahan atau lembaga terkait menjadi salah satu kendala yang perlu diperhatikan, baik pemerintah terkait maupun lembaga zakat itu sendiri untuk mendistribusikan dana zakat yang tepat sasaran, akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga peningkatan ekonomi masyarakat kaum *dhuafa* dapat tersentuh dan merata.

3. Kesadaran Masyarakat Minim Berzakat

Masyarakat terutama umat Islam yang tergolong sebagai *muzakki* merupakan sasaran utama lembaga zakat dalam menghimpun dana zakat namun hal tersebut tetap memerlukan sosialisasi dan usaha yang maksimal agar umat Islam yang tergolong muzaki mau mengeluarkan sebagian hartanya untuk berzakat. Minimnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat menjadi salah satu kendala yang menjadi tantangan lembaga zakat dalam memberi motivasi, penyuluhan dan sosialisasi berzakat untuk menghimpun dana zakat yang memang seharusnya dikeluarkan oleh umat Islam.

4. Persepsi *Mustahiq* Zakat

Mustahiq zakat adalah orang-orang yang berhak menerima zakat sesuai dengan ketentuan *ashnaf* (golongan penerima zakat) yang difirmankan Allah swt dalam QS at-Taubah/9: 107. Namun persepsi masyarakat tentang *mustahiq* zakat dalam kategori fakir, miskin, *gharim* (orang yang berhutang), *ibnu sabil* dan *fi sabilillah* perlu diluruskan dan disosialisasikan kepada masyarakat menengah ke bawah karena banyak masyarakat yang mengklaim bahwa dirinya termasuk *mustahiq* zakat, padahal ditinjau dari sisi ekonomi tergolong masyarakat dengan status ekonomi mapan dan kaya.¹³

Gambaran dari keempat kendala yang dihadapi oleh Baznas dalam pengelolaan zakat juga dihadapi pula oleh Baznas (Bazis) DKI Jakarta. Tentunya perlu adanya evaluasi terhadap kendala-kendala tersebut dengan memberikan solusi yang konstruktif dalam pengelolaan zakat di Indonesia pada umumnya, dan secara khusus di DKI Jakarta.

C. Dialektika *Living Qur'an* dalam Manajemen Pengelolaan Zakat Pada Baznas (Bazis) DKI Jakarta

Zakat adalah salah satu instrumen penting di dalam Islam dalam mensejahterakan umat. Apabila zakat dikelola dengan baik dan penyalurannya merata, akan menimbulkan kesejahteraan tidak saja pada individu, tapi juga pada

¹³Muhammad Ridwan, "Pengelolaan Zakat Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kota Cirebon," *Jurnal Syntax Idea* 1, no. 4 (2019): 112-123.

umat dan negara. Oleh karena itu, jika substansi ini benar-benar diterapkan di Indonesia, maka tentunya tidak akan terjadi ketimpangan sosial yang begitu dalam antara si kaya dan si miskin. Dengan zakat, maka akan terwujud keseimbangan taraf hidup di antara anggota masyarakat.¹⁴ Zakat adalah salah satu cara utama untuk mencapai masyarakat yang bahagia, adil dan makmur, karena dengan memberikan sebagian dari kekayaan si hartawan kepada fakir miskin dapat dijadikan sebagai modal untuk melakukan suatu usaha.¹⁵

Atas dasar itulah, maka Baznas (Bazis) DKI Jakarta melakukan transformasi manajemen pengelolaan zakat dengan menerapkan *living qur'an* sebagai pedomannya, antara lain:

1. Manajemen yang Komprehensif

Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengendalian atau pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.¹⁶ Dengan demikian manajemen merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan melalui kegiatan-kegiatan yang diorganisir dengan baik.

Hakim mengutip pendapat Eri Sudewo bahwa manajemen zakat sebagai konsep pengelolaan zakat yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengarahannya, serta pengawasan.¹⁷ Manajemen zakat sebagaimana teori manajemen pada umumnya meniscayakan 4 fungsi yang saling terintegrasi membentuk satu kesatuan baku yang harus diperhatikan oleh para manajer. Hasil dari manajemen yang dilakukan hanya dapat berhasil dengan memperhatikan seluruh fungsi manajemen tersebut.¹⁸ Dengan demikian, hanya dapat dikatakan manajemen bilamana seluruhnya dapat terpenuhi dengan baik.

¹⁴Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern* (Jakarta: Gema Insani, 2007), x.

¹⁵Abdullah Siddik, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam* (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 32.

¹⁶M. S. P. Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), 23.

¹⁷Rahmad Hakim, *Manajemen Zakat: Histori, Konsepsi, dan Implementasi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020)

¹⁸Asriadi Arifin, et.al., "Manajemen Zakat Baznas," *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2020): 4.

Semua proses aktifitas manajemen dalam ajaran Islam telah diatur Alquran dan sunnah. Pola hidup dan aturan kehidupan merupakan manajemen kehidupan telah terpolakan dengan aturan kehidupan alam sebagai sunnatullah. Sebagai acuan pola hidup manusia dapat melihat struktur bangunan alam yang telah diatur oleh Tuhan Sang Pencipta dengan ukuran yang tepat (QS al-Furqān/25: 2; QS. al-Qamar/54: 49).¹⁹ Kesemuanya itu agar manusia dapat mengikutinya dan selalu dalam keteraturan.

2. Digitalisasi Zakat Era Modern

Digital zakat atau zakat *online* adalah sebuah mekanisme pembayaran zakat dimana melibatkan media yang berbasis online, seperti *electronic banking* dan *financial technology*.²⁰ Menurut Tantriana dan Rahmawati, ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh digital zakat antara lain: (a) dapat meningkatkan pembayaran zakat oleh *muzakki* kepada LAZ; (b) memudahkan LAZ dalam menghimpun zakat dan memberikan *update* terhadap penghimpunan zakat yang telah dilakukan serta pendistribusiannya; (c) memberikan kemudahan bagi *muzakki* untuk membayarkan zakatnya kapanpun dan dimanapun; (d) para *muzakki* dapat dengan mudah memonitor bagaimana pendistribusian zakat yang telah dilakukannya; dan (e) para *muzakki* dapat dengan mudah mengakses bagaimana laporan keuangan LAZ.²¹

Transaksi zakat yang berbasis digital umumnya menggunakan alat pembayaran elektronik seperti uang elektronik (*e-money*). Sampai saat ini setidaknya Bank Indonesia (BI) sebagai lembaga yang mengatur kegiatan moneter di Indonesia telah mengakui adanya 32 jenis uang elektronik yang legal digunakan untuk menjalankan transaksi keuangan, dan tercatat beberapa LAZ telah melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan penyedia uang elektronik di Indonesia.²²

¹⁹Aan Jaclani, *Manajemen Zakat di Indonesia dan Brunei Darussalam* (Cirebon: Nurjati Press IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015), 18.

²⁰Rangga Ardani, Abu Kosim, dan Emylia Yuniartic, "Analisis Kinerja Lembaga Amil Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Ogan Ilir dengan Metode Indonesia Magnificence Zakat (IMZ)," *Akuntabilitas* 13, no. 1 (2019): 19-32.

²¹Deasy Tantriana, Lilik Rahmawati, "The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method," *The 2nd Indonesian Conference of Zakat – Proceeding*, ISSN: 2655-6251, <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.118>

²²Nilawati, Khairul Rijal, "Potensi Pembayaran Zakat Secara Online dan Offline serta Realisasi Dana Zakat Indonesia," *I-Economics: A Research Journal of Islamic Economics* 5, no. 2 (2019): 116-131.

Digital zakat dijadikan sebuah inovasi untuk LAZ dalam menjalankan tugasnya. Hal ini karena digital zakat lebih sesuai dengan keadaan di zaman sekarang yang mana masyarakatnya telah menggunakan banyak platform digital. Penelitian ini juga menyebutkan bahwa inovasi digital zakat dapat digunakan dalam banyak hal bagi LAZ. Hal yang meliputi inovasi digital zakat berupa penghimpunan dan pendistribusian yang kemudian merambah kepada kemudahan transparansi dan penyaluran zakat.²³

Digitalisasi pembayaran zakat pada Baznas dilakukan dengan *marketing strategy* dan sudah sesuai dengan kaidah hukum Islam. Percepatan sosialisasi dilakukan kerjasama dengan mitra digital seperti toko virtual dan perusahaan yang menggunakan vitur online lainnya seperti Wisata Muslim, Gopay, dan Cimb Niaga Syariah dalam upaya memberikan kemudahan kepada *muzakki* membayar zakat kapanpun dan dimanapun.²⁴ Dengan demikian, refleksi *payment* digital zakat akan mampu meningkatkan potensi penerimaan zakat dan memberikan kesejahteraan kepada *mustahik*-nya.

Adanya transformasi digital dalam pengelolaan zakat yang merupakan terobosan dalam penerimaan dan penyaluran zakat diharapkan dapat menjadi media untuk mewujudkan layanan zakat berbasis teknologi dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas zakat.²⁵ Untuk itu, perhatian dan penanganan dari semua pihak yang terkait melalui penguatan ekosistem zakat di Indonesia sangat penting untuk ditingkatkan. Perlu adanya sinergi yang solid dari seluruh ekosistem zakat di Indonesia yang meliputi pemerintah, lembaga zakat, lembaga keuangan syariah, otoritas jasa keuangan, dan masyarakat.

Membayar zakat kini juga lebih mudah dengan sistem *online* melalui situs lembaga zakat atau aplikasi berbasis mobile. *Platform-platform* tersebut bekerjasama

²³Mohammad Soleh, "Zakat Fundraising Strategy: Opportunities and Challenges in Digital Era," *JNUS: Journal of Nahdlatul Ulama Studies* 1, no. 1 (2020): 1-16.

²⁴Pertiwi Utami, et al., "Refleksi Hukum Zakat Digital Pada Baznas Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik," *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 11, no. 1 (2020): 53-70.

²⁵Osama Ahmed Abdelkader, "Significant Concerns Influence Online pro Bono Volunteering of Faculty Members." *Computers in Human Behavior, 73 (Complete)* (August 2017): 547-553.

dengan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) untuk menyalurkan dana zakat yang telah terkumpul. Ada beberapa contoh aplikasi dompet digital dan belanja *online* yang bisa digunakan untuk membayar zakat, antara lain: (1) Dompet digital DANA yang bekerjasama dengan Dompet Dhuafa untuk pembayaran zakat; (2) LinkAja, memiliki fitur LinkAja Berbagi yang bekerjasama dengan beberapa OPZ yaitu Baznas, Aksi Cepat Tanggap (ACT), Dompet Dhuafa dan Rumah Zakat dalam penyaluran donasi, zakat dan sedekah; (3) Gojek, mengambil peran dalam menyalurkan zakat dengan meluncurkan fitur GoGive; (4) Tokopedia, dalam aplikasinya juga memberikan fitur kalkulator zakat, sehingga pengguna bisa mengetahui nominal zakat yang harus dikeluarkannya. Untuk menyalurkan zakat fitrah, Tokopedia bekerjasama dengan Baznas, Dompet Dhuafa, Rumah Yatim, Rumah Zakat dan NU Care-Lazisnu. Sementara untuk zakat *maal* akan disalurkan melalui Rumah Yatim, Rumah Zakat, Baznas, LAZ Al-Azhar, NU Care-Lazisnu, Lazismu, Dompet Dhuafa, dan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI); (5) Bukalapak, memiliki fitur BukaZakat yang bisa digunakan untuk membayar zakat fitrah, zakat maal dan zakat profesi yang kemudian disalurkan melalui Lazismu, NU Care-Lazisnu, Dompet Dhuafa, Rumah Zakat, Baznas, dan Pusat Zakat Umat.

Baznas sendiri secara resmi meluncurkan aplikasi *Muzaki Corner*. Aplikasi ini memiliki beraneka fitur agar pengguna merasa aman dan nyaman dalam berzakat, di mana pengguna dapat membayar zakat sesuai nominal yang diinginkan, kemudian memilih metode pembayaran via rekening dari beberapa bank dan e-wallet yang tersedia. Aplikasi tersedia di *Play Store* maupun *App Store*. Selain itu beberapa OPZ resmi yang tersedia yang bisa dipilih untuk berzakat adalah Rumah Zakat, Lazismu, Kitabisa.com, Dompet Dhuafa, Yayasan Rumpun Anak Pesisir, Griya Yatim dan Dhuafa;

Pengelolaan zakat, khususnya pengumpulan atau pembayaran zakat dengan penggunaan aplikasi digital memberikan kemudahan, sehingga dapat mewujudkan realisasi zakat yang optimal. Hukum transaksi *financial technology (fintech)* pada dasarnya adalah boleh selama transaksi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Syariah. Hal ini selaras dengan fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang

Uang Elektronik Syariah dan Fatwa DSN-MUI No.117/DSN-MUI/IX/2018 tentang Layanan Pendanaan Teknologi Informasi Berbasis Syariah, di mana fatwa ini berarti mendukung pengembangan *fintech* dalam pengumpulan dana zakat bagi LAZ.

Digitalisasi zakat akan optimal dengan penguatan ekosistem zakat. Sinergitas semua elemen menjadi kunci keberhasilan tujuan zakat. Pada aspek pengelolaan, Baznas dapat memperkuat sistem informasi yang selanjutnya berjejaring secara nasional ke berbagai provinsi dan kota. Dalam aspek pendistribusian, dapat dilakukan dengan penguatan *big data* agar dapat melakukan pengontrolan terhadap pendistribusian zakat yang lebih adil dan merata.²⁶

Urgensi digitalisasi zakat antara lain: memberikan kemudahan (*flexibility*) kepada masyarakat dalam membayar zakat, meningkatkan jangkauan pengumpulan dan penyaluran zakat yang lebih luas, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta meningkatkan literasi masyarakat tentang zakat dan wakaf. Namun yang perlu diingat, sejatinya digitalisasi zakat hanyalah merupakan alat (*tool*) di mana substansinya tetap terletak pada kualitas pelayanan zakat dan kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap lembaga amil zakat.

3. Diversifikasi Program

Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di era digital sekarang harus sejalan dengan tantangan revolusi industri 4.0 yang digambarkan dengan kemudahan akses informasi dan kepraktisan berbasis teknologi informasi. Olehnya itu, OPZ dalam menjawab problematika umat seharusnya mempunyai sinergitas dan penyesuaian terhadap perubahan zaman, dimana cara pembayaran zakat secara konservatif, yaitu membayar zakat harus datang ke kantor OPZ karena tidak memiliki akses teknologi dan memudahkan *muzakki* karena tidak membayar zakat langsung ke *mustahik*, maka di era revolusi industri 4.0 tentunya pemilihan strategi *fundraising* yang efektif dengan pendekatan berbasis digitalisasi.

Fundraising adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. *Fundraising* sebagai proses memengaruhi masyarakat agar mau

²⁶Wasilatur Rohmaniyah, "Optimalisasi Zakat Digital Melalui Penguatan Ekosistem Zakat di Indonesia," *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 3, no. 2 (2021): 232-246.

melakukan kegiatan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber dana lainnya untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Kegiatan *fundraising* bermakna juga meningkatkan kuantitas donatur dan jumlah donasi yang disalurkan dan juga mengenalkan institusi kepada masyarakat.²⁷

Pola *fundraising* pada OPZ dahulu dilakukan dengan secara konvensional seperti mengandalkan media-media konvensional dalam rangka membujuk dan mengajak masyarakat untuk mengikuti ajakan lembaga pada sosialisasi tersebut²⁸ atau seperti metode fundraising door to door, antar jemput, membayar tunai dan juga transfer tunai melalui Bank.²⁹ Artinya secara umum, *muzakki* yang akan membayar zakatnya secara langsung mengharapkan agar dapat memberikan zakatnya kepada petugas *amil*. Pembayaran zakat langsung bisa melalui kantor lembaga zakat atau melalui gerai-gerai zakat yang dibuka di beberapa tempat publik.

Saat ini seiring kemajuan teknologi di era digital secara umum semakin masyarakat teridentifikasi akan menyesuaikan dengan kemudahan-kemudahan adanya manfaat dari teknologi seperti penggunaan ponsel pintar dan internet. Dengan memanfaatkan teknologi pada media digital, maka membantu OPZ dalam *fundraising* zakat.³⁰ Perilaku konsumen di era digital menunjukkan bahwa konsumen lebih bersifat reaktif, interaktif dalam mencari sebuah informasi. Konsumen juga sangat matang dan penuh pertimbangan dalam melihat produk dan jasa. Artinya, masyarakat yang akan membayarkan zakat, infak dan sedekah akan melihat kemudahan apa yang ditawarkan oleh lembaga zakat agar lebih efisien, terutama waktu sebagai pertimbangan bagi masyarakat atau *muzakki*. Asumsi tersebut, menjadi point kritis bagi lembaga zakat dalam memilih strategi *fundraising* mana yang efektif dengan tujuan menjadi pilihan bagi masyarakat atau *muzakki*.

²⁷Rahmatina Awaliyah Kasri, Niken Iwani S. Putri, "Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study," *Al- Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah; Journal of Islamic Economics*, 10, no. 1 (2018): 1-24.

²⁸Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital *Fundraising*," *Jurnal Al Balagh* 4, no. 1 (2019): 59-90.

²⁹Nely Rahmawati Zaimah, "Analisis Progresif Skema Fundraising Wakaf dengan Pemanfaatan E-Commerce di Indonesia," *Anil Islam* 1, no. 2 (2017): 285-316.

³⁰Nurhabliyah, "Perilaku Konsumen di Era Digital Tinjauan terhadap Pembaca HAI Online," *Jurnal Magenta* 1, no. 02 (2017): 175-184.

Olehnya itu perlu adanya perumusan kembali *mapping* strategi penggunaan teknologi yang lebih inovatif dalam mengelola muzakki agar menjadi daya tarik bagi masyarakat yang akan memilih LAZ untuk menyalurkan zakatnya. Hal demikian, dikarenakan tantangan terbesar adalah kemampuan LAZ dalam menghadirkan kesadaran dan menumbuhkan komitmen bagi masyarakat yang masih belum bersedia membayar zakat melalui strategi *fundraising* yang inovatif dan efektif.³¹

Tuntutan utama dari globalisasi adalah adanya informasi yang cepat, tepat, dan dapat dipercaya. Dalam meningkatkan kinerja suatu lembaga, maka perlu adanya sistem informasi yang cepat dan tepat. Sejauh ini, teknologi berbasis digitalisasi dapat digunakan untuk mengontrol strategi perencanaan, operasional, pengendalian dan pemecahan suatu masalah. Teknologi berbasis digitalisasi dapat diterapkan dalam pengelolaan dana, termasuk dana sosial seperti zakat. Untuk mencapai efisiensi dan optimalisasi zakat sebagai *input* produksi dapat menggunakan aplikasi *online* dan sistem komputer baik dalam penghimpunan maupun penyaluran, sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja dan membantu proses pengelolaan zakat. Di samping itu, juga sebagai upaya mendukung modernisasi dan inovasi.

Zakat dalam konsep ekonomi Islam merupakan instrumen utama sebagai sarana redistribusi dan pemerataan pendapatan dalam mewujudkan kesejahteraan. Pada masa Rasulullah saw. sudah terlihat bagaimana peran pentingnya zakat sebagai sumber kesejahteraan sosial yang bukan hanya sebagai transfer kekayaan dari yang kaya kepada fakir miskin, tetapi zakat sebagai sumber pendapatan keuangan negara dalam mengembangkan kesejahteraan umat di berbagai sektor, antara lain pengembangan di bidang infrastruktur, pendidikan dan ilmu pengetahuan dan pengembangan dakwah Islam.

Secara teoritis, idealnya zakat adalah sebagai sistem kesejahteraan. Namun pada prakteknya, pemberdayaan ekonomi umat Islam melalui pelaksanaan ibadah zakat masih banyak menemui hambatan yang sumber utamanya justru dari umat Islam itu sendiri. Kesadaran pelaksanaan zakat di lingkungan umat Islam masih

³¹Ade Yuliar, "Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat di Era Digitalisasi," *Pilantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* 2, no. 1 (2021): 65-76.

belum diikuti dengan tingkat pemahaman yang memadai tentang ibadah zakat ini, khususnya jika dibandingkan dengan ibadah wajib lainnya, seperti shalat dan puasa. Kurangnya pemahaman tentang jenis harta yang wajib zakat dan mekanisme pembayaran yang dituntunkan oleh syariah Islam menyebabkan pelaksanaan ibadah zakat menjadi sangat tergantung pada masing-masing individu.

Terlepas dari permasalahan tersebut, maka satu hal penting yang perlu mendapatkan perhatian adalah berkenaan dengan sumber zakat yang masih banyak tergantung pada sumber pendapatan berdasarkan *fiqh* klasik dan belum mampu untuk mengeksplorasi berbagai jenis sumber pendapatan baru. Pergeseran pola pendapatan masyarakat pada masa awal pemerintahan Islam yang bersumber dari hasil pertanian, peternakan dan perdagangan kepada *multi income* pada era modern yang hasilnya lebih besar daripada hasil pertanian. Terdapatnya banyak usaha yang dilakukan pada masa kini mendatangkan hasil lebih lumayan yang dengannya sebagian kelompok masyarakat kehidupannya lebih terjamin dan lebih sejahtera.

Seiring kemajuan zaman, realitas dan potensi zakat saat ini dalam kenyataannya masih terbuka jalan untuk melakukan *istinbath* hukum dari sumber zakat baru dari berbagai sektor pendapatan modern, bukan hanya dari zakat profesi dan gaji, akan tetapi juga dari sektor perkebunan, pertambangan, investasi, *property*, hasil laut dan berbagai sumber pendapatan lain yang perlu untuk dieksploitasi.³² Di sinilah pentingnya strategi diversifikasi produk sebagai salah satu strategi di dalam meningkatkan volume penjualan.

Menurut Tjiptono bahwa strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.³³ Kotler dan Keller juga menyatakan konsep diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan jalan mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis

³²Imamul Hakim, "Diversifikasi Penghasilan Kontemporer sebagai Alternatif Sumber Dana Zakat," *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no.1 (2016): 103-112.

³³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed. 3 (Yogyakarta: Andi, 1997), 132.

perusahaan saat ini.³⁴ Dengan kata lain, diversifikasi adalah perluasan atau penambahan barang atau jasa untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Strategi diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu:

- a. Diversifikasi konsentris, di mana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran, teknologi dengan produk yang sudah ada.
- b. Diversifikasi horisontal, di mana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
- c. Diversifikasi konglomerat, di mana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.³⁵

Menurut Nijman, diversifikasi sebagai suatu bagian daripada strategi produk ialah perluasan pengembangan barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan dengan jalan penambahan produk atau jasa yang baru. Maksud baru di sini adalah dalam rangka pengembangan barang yang ada. Dalam hal ini, dibedakan antara diversifikasi praktis yang berarti peningkatan jumlah warna, model, ukuran, dan sebagainya, dengan diversifikasi strategis yang mengandung konsekuensi produk yang sama sekali berlainan.³⁶

Tujuan yang sangat mendasari strategi diversifikasi produk, yaitu untuk memperkecil adanya sebuah resiko ataupun kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada sebuah perusahaan. Jika ada produk dengan inovasi baru yang dihasilkan akan membuat konsumen lebih tertarik dan mengkonsumsinya. Selain itu dengan strategi diversifikasi produk ini dapat memberikan banyak pilihan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.

Dengan kata lain bahwa manajemen yang komprehensif, maka dapat memotivasi para *muzakki* untuk lebih meningkatkan semangat untuk berzakat dan

³⁴Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jil. 1, Ed. 13 (Jakarta: Erlangga, 2009), 1.

³⁵Sofjan Assauri, *Strategic Management* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 67.

³⁶R.S.H.J. Nijman, S.E Van Der Wolk, *Strategi Pemasaran Modern* (Jakarta: Erlangga, 1997), 139.

mengelola zakat dengan landasan nilai-nilai Alquran yang merupakan bagian dari menghidupkan Alquran dalam kehidupan masyarakat atau dengan bahasa lain disebut sebagai *living qur'an*.

D. Kesimpulan

Model dialektika *living qur'an* pengelolaan zakat di Baznas (Bazis) DKI Jakarta meliputi model pengelolaan zakat dalam menyelesaikan masalah pengelolaan dan problematika kepercayaan muzakki kepada pengelola zakat; model memanipulasi kepercayaan dan pengetahuan muzakki; model memberikan sosialisasi dan solusi terhadap manajemen zakat yang komprehensif, dan model evaluasi dalam pengelolaan zakat. Manajemen zakat yang dituntun oleh *living qur'an* menghasilkan bentuk dan model dalam memenej pengelolaan zakat berbasis *living qur'an*. Selanjutnya meningkatkan ragam pola dan acuan pengelolaan, pendistribusian dan penerimaan secara meningkat, menarik dan komperenhensif.

Manajemen zakat *living qur'an* mendorong para *amil* dan *muzakki* untuk meningkatkan kinerja yang sistematis, kolaboratif dan integratif sehingga tujuan utama zakat dapat terealisasikan dengan rapi dan teratur, dan pada akhirnya dapat memberikan solusi yang komprehensif dalam menyelesaikan permasalahan manajemen dan kontribusi dalam memakmurkan nilai sosial masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai *living qur'an*. Dialektika *living qur'an*, pada akhirnya akan menemukan sebuah jembatan yang akan menghantarkan langkah penyelesaian dalam permasalahan dalam manajemen zakat, seperti halnya kesenjangan antara *muzakki* dan *amil* semakin terjalin dengan baik, saling berintegrasi, kolaboratif dan komprehensif.

Daftar Pustaka

- Abdelkader, Osama Ahmed. "Significant Concerns Influence Online pro Bono Volunteering of Faculty Members." *Computers in Human Behavior, 73 (Complete)* (August 2017): 547-553.
- Ardani, Rangga, Abu Kosim, dan Emylia Yuniartie. "Analisis Kinerja Lembaga Amil Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Ogan Ilir dengan Metode Indonesia Magnificence Zakat (IMZ)." *Akuntabilitas* 13, no. 1 (2019): 19-32.

- Arifin, Asriadi, et.al. "Manajemen Zakat Baznas." *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2020): 4.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Manajement*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Badan Amil Zakat Infak dan Sedekah (Bazis) DKI Jakarta. *Manajemen Zakat Infak Sedekah* (Jakarta: Bazis DKI Jakarta, 2006).
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. "Penduduk Miskin di DKI Jakarta September 2022", <https://jakarta.bps.go.id/news/2023/01/16/835/penduduk-miskin-di-dki-jakarta-september-2022.html>
- Gautama, Muhamad Iko Dwipa. *DKI Jakarta Kembali Alami Kenaikan Angka Kemiskinan*, Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 15 Agustus 2022, <https://statistik.jakarta.go.id/>
- Hafidhuddin, Didin. *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani, 2007.
- Hakim, Imamul. "Diversifikasi Penghasilan Kontemporer sebagai Alternatif Sumber Dana Zakat." *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no.1 (2016): 103-112.
- Hakim, Rahmad. *Manajemen Zakat: Histori, Konsepsi, dan Implementasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2020.
- Hasbillah, Ahmad 'Ubaydi. *Ilmu Living Quran-Hadis: Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi*. Ciputat: Maktabah Darus-Sunnah, 2019.
- Hasibuan, M. S. P. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001.
- Jaelani, Aan. *Manajemen Zakat di Indonesia dan Brunei Darussalam*. Cirebon: Nurjati Press IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015.
- Kasri, Rahmatina Awaliyah, Niken Iwani S. Putri. "Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah; Journal of Islamic Economics*, 10, no. 1 (2018): 1-24.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jil. 1. Ed. 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muflih, Muhammad. *Akutansi Zakat Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Nijman, R.S.H.J. dan S.E Van Der Wolk. *Strategi Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga, 1997.
- Nilawati, Khairul Rijal. "Potensi Pembayaran Zakat Secara Online dan Offline serta Realisasi Dana Zakat Indonesia." *I-Economics: A Research Journal of Islamic Economics* 5, no. 2 (2019): 116-131.

- Nurhablisyah. "Perilaku Konsumen di Era Digital Tinjauan terhadap Pembaca HAI Online." *Jurnal Magenta* 1, no. 02 (2017): 175-184.
- Nuriana, Mutia Azizah, dan Khomarudin Achmad. "Zakat Sebagai Pengentasan Kemiskinan dan Pembangunan Perekonomian Umat (Telaah Pengelolaan Zakat Pada Masa Khulafaur Rasyidin)." *Teraju: Jurnal Syariah dan Hukum* 2, no. 2 (2020): 143-159.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat*.
- _____. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat*.
- Ridwan, Muhammad. "Pengelolaan Zakat Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kota Cirebon." *Jurnal Syntax Idea* 1, no. 4 (2019): 112-123.
- Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Rohim, Ade Nur. "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital *Fundraising*." *Jurnal Al Balagh* 4, no. 1 (2019): 59-90.
- Rohmaniyah, Wasilatur. "Optimalisasi Zakat Digital Melalui Penguatan Ekosistem Zakat di Indonesia." *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 3, no. 2 (2021): 232-246.
- Sari, Elsi Kartika. *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: Grasindo, 2006.
- Siddik, Abdullah. *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*. Jakarta: Balai Pustaka, 1993.
- Soleh, Mohammad. "Zakat Fundraising Strategy: Opportunities and Challenges in Digital Era." *JNUS: Journal of Nahdlatul Ulama Studies* 1, no. 1 (2020): 1-16.
- Syamsuddin, Sahiron. *Metode Penelitian Living Qur'ān dan Hadis*. Yogyakarta: Teras, 2007.
- Tantriana, Deasy, Lilik Rahmawati, "The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method," *The 2nd Indonesian Conference of Zakat-Proceeding*, ISSN: 2655-6251, <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.118>
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Ed. 3. Yogyakarta: Andi, 1997.
- Utami, Pertiwi, et.al. "Refleksi Hukum Zakat Digital Pada Baznas Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik." *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 11, no. 1 (2020): 53-70.

Yuliar, Ade. "Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat di Era Digitalisasi." *Pilantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* 2, no. 1 (2021): 65-76.

Zaimah, Nely Rahmawati. "Analisis Progresif Skema Fundraising Wakaf dengan Pemanfaatan E-Commerce di Indonesia." *Anil Islam* 1, no. 2 (2017): 285-316.

Zakiah, Kuni. "Peran Negara Dalam Distribusi Kekayaan (Perspektif Ekonomi Islam)." *Al Falah: Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2017): 37-52.