

Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online

Fitri Maghfirah

Magister Hukum Islam Konsentrasi Hukum Bisnis Syariah
Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Email: Fitrie.maghfirah@gmail.com

Abstrak

Teknologi online tidak hanya memudahkan beberapa aspek kehidupan manusia. Dalam aspek media online yang terarah pada kemudahan komunikasi, pada era revolusi industri 4.0 hampir segala lini kehidupan manusia diakomodir dalam sistem teknologi online. Termasuk di dalamnya sistem adalah lingkungan pengelolaan zakat, oleh karena itu penulis tertarik terhadap proses mobilisasi zakat melalui teknologi online. Ruang lingkup penelitian ini hendak mengidentifikasi pengaruh pengumpulan zakat melalui sistem teknologi online sekaligus juga pengaruh sosialisasi zakat melalui sosial media yang kemudian menggunakan pisau analisa Maqāsid asy-Syarī'ah Jasser Audah untuk menemukan jawabannya. Penelitian ini memberi hasil sebagai berikut: pertama, penggunaan layanan online untuk pembayaran zakat di LAZ kota Yogyakarta memberi dampak kemudahan bagi muzakki dalam menyetorkan zakat sebagai upaya memenuhi kewajibannya. Kedua, adanya sosialisasi zakat melalui media social disamping untuk mengakomodir para muzakki yang peka terhadap penggunaan teknologi online, juga berdampak pada kesadaran masyarakat dalam membayar zakat melalui informasi yang disebarkan di sosial media. Dalam hal ini, perwujudan Maqāsid asy-Syarī'ah melalui strategi pengembangan jumlah penghimpunan dana zakat jelas secara juziyyah nya bertujuan untuk mencari jalan keluar dari tidak optimalnya penghimpunan dana zakat menuju optimalnya penghimpunan dana zakat. Hal tersebut dapat diupayakan melalui sistem sosialisasi zakat dan penggunaan pembayaran zakat melalui teknologi online, sehingga dapat tercapai hifzu al-mal dan hifzu ad-din bagi para muzakki dan mustahik.

Kata kunci: *Teknologi Online, Zakat, Maqāsid asy-Syarī'ah*

Pendahuluan

Zakat jika ditinjau secara konseptual memiliki dimensi pengentasan dan penanggulangan kemiskinan serta mewujudkan kesejahteraan masyarakat.¹ Zakat diharapkan sebagai instrumen yang dapat meminimalisir kesenjangan pendapatan antara orang kaya dan orang miskin. Di samping itu, zakat juga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian baik di level individu maupun masyarakat² karena zakat dapat mengatasi pertentangan perbedaan golongan, dalam hal ini zakat menjembatani rasa cinta kasih antara golongan golongan fakir dan kaya sehingga penyebaran harta kekayaan akan merata.³ Menurut Yusuf Qardhawi, secara umum ada dua tujuan dari ajaran zakat, yaitu: untuk kehidupan individu dan kehidupan sosial kemasyarakatan. Tujuan pertama meliputi pembersihan jiwa, mengembangkan akhlak, mengobati hati dari cinta dunia yang membabi buta, mengembangkan kekayaan bathin dan menumbuhkan rasa simpati dan rasa cinta sesama manusia.⁴ Oleh karena itu, zakat sebagai kewajiban dari agama Islam mengandung hikmah yang bersifat rohani dan filosofis.⁵

Perwujudan penghimpunan dana zakat di Indonesia, Berdasarkan penelitian data terdahulu potensi zakat nasional mencapai Rp 217 triliun. Namun, yang baru terkumpul hanya 0,2 persen atau Rp6 triliun per tahunnya. Pencapaian dana zakat pada masa sekarang ini jika dijumlahkan menurut presentase potensinya sangat jauh sekali dari porsi presentase yang layak.⁶ Beberapa

¹ Zubair Hasan mengatakan bahwa "The economic endeavour in organized zakat communities is to maximize overall social welfare." Lihat British Library Cataloguing In Publication Data, Distributive Justice and Need Fulfilment In an Islamic Economic (Islam abad and London: International Insitute Of Islamic, hal. 102. Selain itu Yusuf Qardhawi juga berpendapat bahwa zakat untuk kehidupan individu dan kehidupan sosial kemasyarakatan Lihat Yusuf Qardhawi, *Fiqh al-Zakat*, terj. Salman Harun, Didin Hafiduddin, Hasanuddin (Jakarta: PT Litera Antar Nusa, 1991), hal. 867.

² Nuruddin, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), hlm. 2.

³ Muhammad Abdul Qadir Abu Faris, *Kajian Kritis Pendayagunaan Zakat* (Semarang: Dina Utama, 1996), hlm. 11.

⁴ Yusuf Qardhawi, *Fiqh al-Zakat*, terj. Salman Harun, Didin Hafiduddin, Hasanuddin (Jakarta: Lentera, 1991), hlm. 876.

⁵ Muhammad Daud Ali, *Sistem ekonomi Islam Zakat dan Wakaf* (Jakarta: UI-Press, 1988), hlm. 41.

⁶ International Conference of Zakat, Universitas Gajah Mada November 2018

tantangan yang sering dibahas dalam pengembangan zakat di era modern ini adalah dalam lingkup sosialisasi zakat yang masih menjadi masalah utama kenapa dana zakat yang terkumpul tidak sesuai dengan persentase potensi yang dapat dicapai. Oleh karena itu, strategi penggunaan media online dan fintech yang pada era modern ini semakin digencarkan oleh pihak lembaga zakat diantaranya BAZNAS⁷ untuk meningkatkan pengumpulan dana zakat. Dampak positif terhadap pertumbuhan zakat membutuhkan penelitian lanjutannya untuk mengetahui dampak pemanfaatan media online dalam mengoptimalkan dana zakat.

Penelitian ini dilakukan pada dua lembaga zakat Kota Yogyakarta, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta dan Rumah Zakat Yogyakarta. Penelitian dilakukan melalui wawancara langsung dengan pihak terkait di lokasi lembaga zakat tersebut pada tanggal 2 dan 4 Maret 2019. Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan pokok masalah yang menjadi fokus adalah strategi optimalisasi pengumpulan zakat melalui penggunaan teknologi online yang dapat menjawab tantangan dalam mengoptimalkan pengumpulan dana zakat dan menjadi jalan optimalnya perwujudan syariat Allah dalam pemerataan ekonomi sekaligus menghilangkan kesenjangan sosial yang kemudian akan di analisis menggunakan pisau analisa Maqāsid asy-Syari'ah Jasser Audah. Kondisi masyarakat di era digital yang tidak bisa lepas dari media sosial dan teknologi online menjadi peluang bagi lembaga Amil Zakat untuk mengoptimalkan sosialisasi zakat begitu pula dalam upaya memudahkan fundraising zakat yang menurut hipotesis saya untuk saat ini kecanggihan teknologi di era digital berdampak positif terhadap pengembangan aset zakat jika lembaga zakat dapat memanfaatkannya dengan baik dan konsisten.

⁷ Menurut keterangan dari Direktur Umum BAZNAS Arifin Purwakanata dia menyebutkan bahwa pihaknya akan terus berinovasi dalam membelikan kebebasan berzakat diantaranya dengan memanfaatkan teknologi finansial. Pihak BAZNAS sudah mulai mengaplikasikan fintech semenjak tahun 2017 melalui aplikasi platform digital agar semakin memudahkan masyarakat berzakat lewat ponsel cerdas digengaman. Lihat BAZNAS gunakan fintech kumpulkan zakat digital, Lihat Erafzon Suptiyulda, BAZNAS gunakan fintech kumpulkan zakat digital, diakses dari <https://www.antaranews.com/berita/796967/baznas-gunakan-fintech-kumpulkan-zakat-digital>, pada tanggal 12 Maret 2019.

Strategi Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Teknologi

Sejarah mencatat bahwa penghimpunan dana zakat dilakukan seiring berjalan waktu mencoba menjawab apa yang dibutuhkan oleh umat, dimana pada masa khalifah masih menggunakan sistem konvensional/ritel seperti pembayaran ke baitul mal secara langsung atas dana yang di zakatinya. Berbanding terbalik dengan era modern sekarang ini dimana sudah banyak pembaharuan sistem. Metode fundrising zakat pada konteks sekarang ini terbagi dua jenis yaitu secara langsung dan tidak langsung.

Metode langsung adalah metode fundrising dengan menggunakan teknik-teknik yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Contoh metode fundrising langsung adalah Direct mail, Direct Advertising, telefunding dan presentasi langsung. Sedangkan metode fundrising tidak langsung adalah metode fundrising yang menggunakan teknik-teknik yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, dalam hal ini yaitu bentuk-bentuk fundrising dimana tidak memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat.⁸

Berdasarkan fakta yang ada dilembaga zakat, untuk mendorong peningkatan perolehan dana zakat selain dengan menyediakan fasilitas fundraising yang mendukung berbagai kalangan dengan segala kemudahannya, juga penting untuk meningkatkan sosialisasinya. Berbagai cara dapat diupayakan untuk menarik muzakki dalam berzakat, baik melalui cara konvensional atau secara langsung, atau melalui media promosi baik online maupun bukan. Penggunaan media online disini bukanlah hal yang tabu, termasuk dalam hal sosialisasi zakat. Masyarakat yang sudah mendominasi dengan dunia teknologi online semakin menjamin tercapainya target dakwah atau sosialisasi zakat. Dapat diambil contoh yaitu penggunaan media Instagram dalam upaya mendakwahkan zakat bukan keniscayaan

⁸ Suparman Ibrahim Abdullah, Manajemen Fundraising dalam Penghimpunan Harta Wakaf, *Al-Awqaf* Vol. 1, No. 6, 2009. Lihat <http://bwi.or.id/index.php/in/artikel/394-manajemen-fundraising-dalam-penghimpunanhartawakaf-bagian-1>, diakses tanggal 04/12/2019.

untuk menarik minat muzakki dalam berzakat, begitu juga penggunaan berbagai media online lainnya.

Sosialisasi Zakat Melalui Media Online

Pengembangan strategi sosialisasi zakat dan penyediaan fasilitas pembayaran zakat yang tepat haruslah melalui beberapa perencanaan management fundraising yang tepat dari setiap lembaga zakat. Kegiatan sosialisasi atau promosi merupakan salah satu unsur dari fundraising dimana ruang lingkupnya lebih khusus, karena fundraising tidak akan berjalan tanpa sosialisasi, dan melalui sosialisasi inilah komunikasi antara lembaga zakat dan masyarakat bisa berlangsung. Serta menjadi penentu kepercayaan masyarakat kepada Lembaga zakat yang mengadakan sosialisasi tersebut. Oleh karena itu hukum sosialisasi ini mengacu pada manajemen fundraising sebagai langkah awal untuk melaksanakan fundraising. Jika dilihat dari kegiatan fundraising, manajemen sosialisasi juga akan berkaitan dengan manajemen pemasaran.

Pengelolaan zakat dapat dilakukan secara professional, transparan dan accountable melalui penggunaan Sistem Informasi Zakat Terpadu (SIZ-T). Dalam sistem ini tercantum web dan fundraising system, disini juga akan ditayangkan produk dan program yang terdapat dilembaga zakat. Oleh karena itu Lembaga pengelola zakat harus mempunyai tim marketing yang handal, kreatif dan inovatif, powerful serta mampu melakukan terobosan. Integrated marketing menjadi lini terdepan dalam proses komunikasi penggalangan dana zakat, infak dan sedekah.⁹

Sebuah penelitian pada tahun 2017 di Jawa Barat menjabarkan bahwa proses manajemen strategi dalam komunikasi sosialisasi zakat bisa ditinjau dari tiga tahapan, yaitu memformulasikan strategi, mengimplementasikan strategi dan mengevaluasi strategi. Terkhusus pada tahapan pertama yaitu tahap formulasi, dimana strategi Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Barat dalam menghadapi perkembangan zaman kekinian melakukan formulasi strategi dengan mengubah mindside paradigma dari sebuah lembaga yang tradisional dan konvensional menjadi lembaga yang modern melalui penggunaan basis Informasi Teknologi (IT). Karena jika tidak mengikuti perkembangan zaman, maka Badan Amil Zakat

⁹ <http://digilib.uinsby.ac.id/19435/5/Bab%202.pdf>

Provinsi Jawa Barat akan ketinggalan.¹⁰ Selain itu, terdapat juga sebuah penelitian yang terdahulu lainnya yang mengemuakakan bahwa permasalahan yang terus menjadi perhatian utama dalam lingkup pengumpulan zakat di Indonesia yaitu mengenai kendala dalam efektifnya program sosialisasi zakat. Oleh karena itu, penulis menyimpulkan bahwa dalam menjalankan perannya di media online, amil zakat ada yang mensosialisasikan zakat dengan cara langsung¹¹ dan tidak langsung.¹²

Berdasarkan hasil wawancara di dua lembaga zakat dan penelusuran penulis melalui teknologi online, jelas bahwa di dua lembaga zakat yang menjadi objek kajian penulis yaitu BAZNAS kota Yogyakarta dan Rumah Zakat dalam hal ini menggunakan media sosial sebagai upaya mengoptimalkan pengelolaan zakat baik untuk mengkampanyekan zakat atau untuk transparansi pengelolaan zakat dan juga menjawab kebutuhan para calon muzakki terhadap perubahan zaman. Diantara media sosial yang digunakan oleh lembaga zakat terkait adalah Instagram, Facebook, Website, dan Twitter. Pada beberapa media tersebut pihak lembaga mengelolanya dengan mempekerjakan admin yang bertugas mengelola setiap akun tersebut. Dimana diantara tugas-tugas admin yaitu mempublikasi berita-berita penting seperti program kerja yang sedang, akan atau sudah berhasil dicapai oleh setiap lembaga zakat, dan berita-berita lainnya. Selain itu admin juga bertugas untuk melayani masyarakat dalam hal terkait zakat.

Adanya sosialisasi dan kampanye zakat seperti halnya di rumah zakat kota Yogyakarta berdampak pada pengembangan zakat, dimana pada saat pembayaran zakat di RZ muzakki

¹⁰ Rama Wijaya Kesuma Wardani, "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulan Zakat Maal", *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Vol.11 Nomor 1 (2017).

¹¹ Sosialisasi zakat secara langsung adalah bentuk kampanye/promosi zakat yang diterbitkan oleh badan zakat dengan bentuk iklan atau kampanye yang jelas mengajak muzakki untuk berzakat

¹² Sosialisasi secara tidak langsung merupakan upaya lembaga zakat dalam mengkampanyekan aktifitasnya di media sosial baik berupa laporan dari program yang dijalankan maupun pencapaian akhir dari setiap lembaga, upaya sosialisasi zakat secara tidak langsung ini bisa dikatakan sebagai transparansi dari pihak lembaga zakat dalam pengelolaan zakat, sehingga dengan adanya transparansi dapat menarik perhatian muzakki untuk berzakat di lembaga zakat tersebut.

diharuskan mengisi formulir pembayaran zakatnya. Disamping itu, pada lembaran formulir yang harus di isi oleh muzakki saat pembayaran zakat juga terdapat informasi tentang sumber informasi yang diperoleh oleh muzakki sehingga memutuskan untuk melakukan pembayaran zakat di Rumah zakat. Pada lembaran formulir diantara pilihan kolom yang harus dipilih oleh muzakki diantaranya pilihan yang tertera di formulir yaitu menyebutkan perolehan informasi oleh muzakki baik melalui sosial media, baliho, website dan beberapa pilihan informasi lainnya, dalam hal ini muzakki memilihnya sesuai dengan sumber informasi yang ia dapat. Sehingga dari formulir tersebut, pihak Rumah Zakat dapat mengetahui sumber informasi setiap muzakki yang menyetorkan zakatnya dilembaga tersebut. Hal ini menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh RZ untuk mengetahui jalur yang mendominasi sampainya informasi terhadap upaya sosialisasi zakat.

Mengoptimalkan sosialisasi zakat yang diharapkan dapat menghasilkan dampak yang positif diantaranya juga dapat ditempuh dengan transparansinya pihak lembaga zakat pada sosial media. Dengan cara memberitahukan dan mengupload seluruh kegiatan pihak lembaga untuk menarik perhatian muzakki sehingga muzakki tertarik untuk berzakat dilembaga tersebut. Selain itu, mendakwah melalui video singkat atau tulisan di sosial media juga merupakan sebuah cara menyadarkan muzakki untuk membayar zakat. Dalam hal ini, problem terbatasnya kesadaran masyarakat dalam membayar zakat diharapkan dapat di pecahkan melalui dakwah disosial media. Selain untuk menyadarkan muzakki, peran media sosial juga dapat dioptimalkan melalui dakwah yang berkaitan dengan fiqh zakat, seperti yang telah diterapkan oleh BAZNAS dan Rumah Zakat yang mengupload kiriman tentang fiqh zakat pada halaman instagramnya.

Penghimpunan Dana Zakat Melalui Teknologi Online

Kemudahan pada era digital sangat banyak membawa dampak positif pada perkembangan zakat, baik dari segi kemudahan dari pihak muzakki untuk memanfaatkan teknologi dalam menunaikan kewajiban zakat nya atau memudahkan bagi pihak lembaga amil zakat dalam menghimpun dana zakat, sekaligus menjadi solusi dari permasalahan zakat yaitu meningkatkan sosialisasi zakat

untuk memberikan kesadaran kepada muzakki dengan cara mudah melalui teknologi online.

Tujuan utama dalam fundraising zakat dapat digambarkan dalam dua bagian, pertama adalah program yaitu dalam lingkup kegiatan pemberdayaan masyarakat atau kegiatan implementasi visi dan misi lembaga yang menjadi sebab diperlukannya dana dari pihak eksternal sekaligus alasan donatur dalam menyumbang, sedangkan metode fundrising adalah pola atau bentuk yang dilakukan sebuah lembaga dalam rangka menggalang dana dari masyarakat.¹³ Tujuan fundrising adalah menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan dan pendukung, membangun citra lembaga, memuaskan donatur.¹⁴

Penggunaan platform atau media pembayaran digital oleh lembaga zakat diantaranya adalah pembayaran zakat melalui Dompot digital Go-Pay¹⁵, dimana Go-Pay meluncurkan fitur pembayaran ziswa nontunai menggunakan teknologi pemindaian kode quick response. Go-Pay bekerja sama dengan Badan Amil Zakat Nasional dan Rumah Zakat untuk mempermudah masyarakat melakukan pembayaran zakat. Penggunaan aplikasi Go-Jek dapat bersedekah menggunakan saldo Go-Pay dengan memindai gambar kode QR Baznas yang terpasang di berbagai tempat. Setelah memindai gambar kode QR, pengguna aplikasi dan mengisi nominal ziswa yang akan diberikan kemudian melakukan konfirmasi transaksi. Managing Director Go-Pay Budi Gandasoebrata menyatakan penyediaan layanan go-pay dalam penghimpunan dana zakat sekaligus bertujuan untuk meningkatkan volume pembayaran zakat nontunai.¹⁶

¹³ Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail Untuk Fundrising* (Depok: Piramedia, 2005), hlm.6

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 7.

¹⁵ GO-PAY atau yang sebelumnya disebut sebagai Go Wallet adalah dompet virtual untuk menyimpan GO-JEK Credit Anda yang bisa digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan yang tersedia di dalam sistem aplikasi GO-JEK.. di akses dari <https://www.cermati.com/e-money/gopay>, pada tanggal 13 Maret 2019.

¹⁶ Deputi Badan Amil Zakat Nasional Arifin Purwakananta mengatakan "Dalam 2-3 tahun kami perkirakan pembayaran zakat digital dengan teknologi QR dapat memigrasi separuh layanan pembayaran zakat tunai," ujarnya Arifin menyatakan insiatif kerja sama dengan Go-Pay nantinya diperluas ke berbagai daerah yang menyediakan layanan Go-Jek. Baznas berencana menghadirkan kerja sama yang lebih spesifik dengan penyelenggara dompet digital itu

Sharing Happiness¹⁷ pada LAZ Rumah Zakat juga merupakan salah satu Platform Donasi dan Galang Dana social secara online. Aplikasi ini menyediakan platform bagi pembuat proyek sosial baik personal maupun organisasi untuk mempresentasikan ide mereka kepada audiens yang terhubung di seluruh dunia agar semakin banyak orang yang dapat berbagi kebahagiaan baik berupa Zakat, Infaq, dan Shadaqah.¹⁸

Jemput zakat juga merupakan salah satu layanan online yang ada pada lembaga zakat BAZNAS kota Yogyakarta dan Rumah Zakat Kota Yogyakarta. Layanan ini diperuntukkan bagi pihak muzakki yang hendak dijemput zakatnya. Dengan segala kemudahan dari inovasi yang disediakan oleh lembaga zakat bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan zakat juga untuk memudahkan muzakki untuk membayarkan zakat.

Terdapat juga media platform pembayaran zakat di BAZNAS kota Yogyakarta melalui payroll system,¹⁹ ini merupakan salah satu media programer pembayaran zakat yang sistem oprasionalnya dengan cara pemotongan langsung dari gaji karyawan dari berbagai lembaga dengan mengisi standing intruction zakat. Diantara manfaat penggunaan Payroll System adalah dapat memudahkan karyawan (penunaian zakat langsung dipotong dari gaji, dapat meringankan karyawan (dilakukan setiap bulan secara otomatis, tertib (karyawan sebagai wajib zakat terhindar dari lupa), tepat sasaran dan berdayaguna.

untuk melayani pembayaran zakat. Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180516/105/795912/bayar-zakat-bisa-pakai-qr-gopay> , diakses tanggal 13 Maret 2019

¹⁷ Sharing Happiness.org merupakan Platform Crowdfunding yang dimiliki oleh Rumah Zakat, Lembaga Filantropi Internasional yang sudah memiliki jaringan Nasional dan Internasional. Sehingga Program-program yang digulirkan di Platform ini dapat terkoordinasikan secara langsung kepada seluruh jaringan yang ada di Rumah Zakat se-Indonesia, Diakses dari <https://sharinghappiness.org/tentangkami>, pada tanggal 12 Maret 2019.

¹⁸ *Ibid.*,

¹⁹ "A payroll system is software designed to organize all the tasks of employee payment and the filing of employee taxes. These tasks can include keeping track of hours, calculating wages, withholding taxes and deductions, printing and delivering checks, completing direct deposit, paying premiums to insurance carriers, and paying employment taxes to the government". Dave Rietsema, payroll system, Diakses dari <https://www.hrpayrollsystems.net/payroll-systems/>, pada tanggal 12 Maret 2019.

Upaya mengoptimalkan peran sebagai salah satu badan resmi pengumpulan zakat kota Yogyakarta, BAZNAS lebih memfokuskan pada pengumpulan zakat dari para karyawan melalui pemotongan secara langsung zakat gaji karyawan dengan software. Penggunaan software Payroll System membawa dampak positif terhadap optimalisasi pertumbuhan zakat, diantaranya dapat memudahkan bagi amil dalam funding zakat yang terus berkelanjutan. Menurut data observasi yang didapati penulis bahwa BAZNAS kota Yogyakarta menduduki tingkatan pertama dalam pengumpulan jumlah zakat terbanyak. Hal ini dapat dipengaruhi karena adanya muzakki tetap yang zakatnya secara otomatis terbayarkan ke lembaga zakat ini melalui softwer Payroll System.

Terdapat pula aplikasi terbaru yang digunakan dalam fundraising zakat oleh BAZNAZ kota Yogyakarta yaitu aplikasi Yap. Seperti transaksi lainnya pada aplikasi YAP, muzakki hanya perlu melakukan scan QR Code dan langsung memilih memasukkan nominal zakat yang akan dibayarkan dan transaksi selesai tak lebih dari beberapa detik. Transaksi zakat yang dilakukan lewat aplikasi Yap pun akan tercatat rapi mulai dari nama rekening, waktu transaksi hingga nominal yang dizakatkan di database Baznas kota Yogyakarta. Fasilitas pembayaran zakat lewat Yap ini pun diberi tagline khusus yaitu Yap-in Zakatmu Di Sini yang akan disematkan pada QR Code Baznas Kota Yogyakarta.²⁰

Fasilitas pengumpulan zakat melalui teknologi online juga diupayakan melalui penggunaan Website, diantara layanan yang dapat dinikmati secara online dalam memfasilitasi muzakki ketika membayar zakat adalah dengan adanya layanan kepada muzakki untuk mengetahui perhitungan atas jumlah zakat yang harus dikeluarkan yang dapat langsung dilakukan melalui konsultasi via online dengan pihak Amil zakat. Upaya memfasilitasi muzakki untuk menentukan jumlah zakat yang harus dikeluarkan merupakan salah satu layanan BAZ dan LAZ yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada para muzakki yang belum memahami dalam penghitungan zakat yang harus dibayarkan.

Berkaitan dengan penentuan jumlah zakat yang harus ditunaikan, lembaga zakat menawarkan empat opsi. Opsi

²⁰ Wawancara dengan pihak BAZNAS Kota Yogyakarta, 2 Maret 2019.

pertama yaitu melalui konsultasi online. Dalam hal ini, muzakki dapat berkonsultasi dengan para pengelola BAZ dan LAZ secara online atau melalui media internet. Opsi pertama ini cukup efektif karena muzakki dapat memperoleh informasi mengenai penghitungan jumlah zakat yang harus dikeluarkan tanpa terhambat oleh jarak dan waktu. Selain itu, pihak BAZ dan LAZ dapat menjangkau dimana pun muzakki berada. Dalam hal ini tentunya dukungan ketersediaan teknologi online, kemampuan dan keahlian pengelola BAZ, LAZ, dan muzakki terkait dengan pemanfaatan teknologi online akan menjadi faktor penting untuk mengoptimalkan fundrising zakat.²¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak BAZNAS dan Rumah Zakat penulis menemukan bahwa kemudahan pembayaran zakat di era digital melalui platform berdampak positif. Menurut keterangan salah satu staf Rumah Zakat bahwa jumlah muzakki yang membayarkan zakat yang menggunakan sistem media transfer yang kemudian dikonfirmasi melalui media mencapai 40 % dari yang ada. Disini penulis menyimpulkan bahwa sistem pembayaran zakat melalui digital seperti yang sekarang ini sedang digalakkan oleh lembaga-lembaga zakat berdampak positif.

Tinjauan Maqāṣid asy-Syarī'ah Jasser Audah Terhadap Upaya Peningkatan Perolehan Dana Zakat.

Fungsi kesejahteraan sosial dalam Islam adalah suatu konsep yang diantaranya berakar pada konsep pemikiran sosio-ekonomi Al-Ghazali. Ia mengidentifikasi semua permasalahan, termasuk pada bentuk masalih (kepuasan, kebaikan, atau manfaat) dan mafasid (ketidakpuasan, kerusakan) dalam memperbaiki kesejahteraan sosial. Sejalan dengan itu, al-Ghazali juga menjelaskan dengan lebih rinci bahwa tujuan dari Syarī'ah adalah memperbaiki kesejahteraan seluruh umat dalam hal ini untuk memperoleh mashalih yang mana dapat diwujudkan melalui upaya perlindungan terhadap keimanan (ad-diin), jiwa (an-nafs), intelektual (al-aql), keturunan (an-nasl) dan kekayaan atau harta (al-maal). Oleh karena itu, segala upaya dalam memastikan

²¹ Achmad Syaiful Hidayat Anwar, Model Tatakelola Badan Dan Lembaga Amil Zakat Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada Badan/Lembaga Amil Zakat Di Kota Malang), *Jurnal Humanity*, ISSN: 0216-8995, Vol.7, No. 2, 2012.

perlindungan terhadap kelima hal tersebut juga akan berimplikasi pada terjaminnya kepentingan public seperti yang diinginkan.²²

Upaya yang dilakukan oleh lembaga amil zakat dalam memaksimalkan penghimpunan dana zakat patut diapresiasi. Dalam hal ini, pengembangan strategi sosialisasi sekaligus pula menyediakan metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan muzakki merupakan suatu hal yang dharuriyyah yang menjadi tugas penting bagi lembaga amil zakat untuk mengoptimalkan. Penggunaan teknologi online dalam upaya optimalisasi penghimpunan dana zakat menjadi tujuan untuk menolak kemafsadatan yang akan terjadi, diantara kemafsadatnya yaitu sedikitnya dana zakat yang terkumpul bahkan tak sebanding dengan potensi yang dapat dicapai.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak fundraising dilembaga Rumah Zakat yogyakarta, menurut keterangan dari pihak pengelola lembaga tersebut bahwa penggunaan media atau teknologi online sebagai sarana dan media penghimpunan dana zakat dan sosialisasi zakat berdampak baik. Hal ini merupakan gambaran jalan mashlahat yang dipilih oleh lembaga zakat sebagai upaya menolak mafsadat dari tidak berkembang zakat diwilayah tersebut. Selain itu upaya penggunaan media online juga merupakan jalan mashlahat di zaman sekarang ini, dimana dengan jalan yang mudah semua orang dapat memperoleh informasi dan dengan cara yang mudah pula orang/muzakki dapat membayarkan kewajibannya atas zakat dengan cara mudah, sehingga jelas sangat besar manfaatnya dalam dunia perzakatan.

Melalui pendekatan kognisi yang ditawarkan oleh Jasser Auda, penulis menyimpulkan adanya indikasi dalam strategi yang digunakan oleh pihak LAZ terhadap upaya untuk mengoptimalkan penghimpunan dana zakat melalui media online, dan ini bukanlah hal yang mutlak yang bisa diterapkan di setiap kondisi dalam segala lini kehidupan muzakki. Senada dengan fakta yang terjadi, dimana masih banyak jenis muzakki yang tidak menggunakan dan tidak memerlukan media online, seperti halnya sosialisasi kepada pihak ASN yang tidak perlu untuk dilakukan melalui sosial, dalam

²² Martini Dwi Pusparini, Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syari'ah), *Islamic Economic Journal* Vol. 1, No. 1, 2015.

hal ini pihak ASN dalam zakat profesi mempunyai prosedurnya tersendiri.

Sehubungan dengan uraian diatas, upaya penghimpunan dana zakat secara off-line juga tetap digalakkan oleh LAZ untuk menfalisitasi muzakki yang tidak menggunakan media online dalam memperoleh informasi maupun dalam proses pembayaran zakat. Sehingga interpretasi dalam pengoptimalan zakat ini masih terbuka ruang untuk di ubah hingga sesuai dengan situasi dan kondisi, dengan tujuan tidak merugikan bagi pihak LAZ maupun tidak merugikan dalam proses pengoptimalan penghimpunan dana zakat. Maka dari itu, penulis menyimpulkan bahwa penggunaan media online sebagai sarana sosialisasi dan penghimpunan dana zakat melalui Fintech dapat diterapkan sebagai upaya mengoptimalkan zakat sesuai dengan situasi dan kondisi maupun dengan kebutuhan muzakki.

Berdasarkan fitur sistem lainnya yang ditawarkan oleh Jasser Auda yaitu konsep keterbukaan (*openness*), dalam fitur itu ia menjelaskan bahwa sistem hukum Islam adalah sistem terbuka, dimana metodologi usul fikih perlu mengembangkan mekanisme tertentu untuk menghadapi peristiwa baru. Salah satu contoh mekanisme ini adalah kemaslahatan.²³ Dimana seluruh syarat dan rukun dalam penyaluran zakat jika sudah terpenuhi maka dianggap sah, meskipun sistem nya sudah ter-rekonstruksi oleh zaman. Disamping itu, penggunaan teknologi online yang memfasilitasi penghimpunan dana zakat, dalam artian tugasnya sebagai pihak yang menjembatani muzakki dan amil haruslah mengikuti prosedur yang ada, dimana pelaporan dana yang masuk dan pengelolaan dana nya haruslah jelas sehingga setiap dana zakat yang masuk melalui dompet digital tersebut diperlakukan sesuai dengan ketentuan agama dan standar yang berlaku. Mengenai hal ini sudah ada kesepakatan antara pihak fasilitator dengan lembaga amil zakat yang terikat kerjasama.

Penulis mengutip dari Ibnu Asyur untuk memperkuat interpretasi diatas, dimana proses menjaga kepercayaan muktasib (orang yang bekerja) dapat diupayakan dengan cara melindungi hartanya, sebagaimana firman Allah SWT:

²³ Jasser Auda, *Membumikan Hukum Islam, Melalui Maqashid Syariah* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2015), hlm. 88.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٩٢

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu.” (QS. An-Nisa [4]: 29)

Ayat ini menjadi legalitas tujuan *hifdzul mal* yang harus diterapkan dalam setiap praktis muamalah. Berdasarkan konsep *maqāsid* juga sesuai dengan prinsip dalam Islam, dimana perjanjian harus dilakukan atas syarat yang telah ditentukan, seperti halnya hak persentase bagian bagi amil, atau membayarkan zakat sesuai nisab yang telah ditentukan. Prinsip ini memiliki implikasi yang luas, karena transaksi ini melibatkan lebih dari satu pihak, sehingga kegiatan tersebut harus dilakukan sesuai dengan ketentuan dari hukum zakat itu sendiri meski dilakukan melalui teknologi canggih.

Transaksi pembayaran zakat melalui Fintech atau teknologi online ini mengharuskan Informasi yang tersedia tetap jelas, terbuka, dan dapat dipahami prosedurnya oleh muzakki yang hendak bertransaksi. Hal yang perlu diperhatikan disini adalah, standardisasi dan labelisasi juga menjadi faktor yang menentukan. Dalam hal ini, keterbatasan pengetahuan mengenai dimensi teknis dapat dibantu dengan menyakini ketentuan standar tertentu yang ditetapkan oleh suatu otoritas.²⁴ Selain itu, meski penggunaan sistem pembayaran zakat via online tidak diatur dalam peraturan-peraturan mengenai penghimpunan dana zakat secara spesifik, namun hal ini menjadi tugas penting bagi negara untuk menetapkan kebijakan dalam lingkup tersebut untuk menjamin payung hukum dalam pengelolaan zakat.

Terdapat pula dalam pendekatan sistem yang ditawarkan oleh Jasser Auda kombinasi antara pendekatan multidimensional dengan pendekatan *Maqāsid*, sehingga menawarkan solusi atas problematika yang terjadi. Beberapa dimensi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dalam penggunaan media online

²⁴ Oni Sahroni dan Adiwarmarman A. Karim, *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam: Sintesis Fikih dan Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 66-67.

sebagai sarana pengoptimalan penghimpunan dana zakat dapat dilihat melalui dimensi dharuriyah al khamsah, yakni mencakup enam aspek perlindungan (حفظ), yaitu agama (الدين), jiwa-raga (النفس), perlindungan harta (المال), akal (العقل), keturunan (النسل) dan kehormatan (العرض), perlindungan kehormatan disini merupakan perluasan dari Maqāṣid asy-Syari'ah kontemporer.

Cakupan dalam hal pengoptimalan penghimpunan dana zakat melalui media online terletak pada dimensi dharuriyah al khamsah yang menyangkut dengan حفظ المال dari lembaga zakat dan masyarakat secara luas. Dalam konteks pemeliharaan harta lebih mengarah kepada penjagaan kestabilan jumlah zakat yang terkumpul untuk kemudian diberikan kepada yang berhak. Bila hal ini terealisasi maka perlindungan-perlindungan lain dapat tercapai. Hal ini juga dapat mempengaruhi kehormatan/nama baik (العرض) dari lembaga amal zakat. Selain mempengaruhi pada elektabilitas lembaga terkait, juga dapat mempengaruhi keuangan negara secara umumnya, dimana masyarakat/mustahik zakat yang membutuhkan bantuan sosial ekonomi dapat terbantu. Oleh karena itu, hal tersebut merupakan tujuan utama pensyariaan zakat yaitu untuk membantu ummat yang berhak memperoleh bantuan.

Pengukuran bagaimana pengaplikasian media online sebagai salah satu strategi pengembangan perolehan zakat yang diterapkan oleh LAZ akan terlihat melalui perluasan Maqāṣid asy-Syari'ah (The Evolution of Maqāṣid). Perluasan tersebut dilihat melalui tiga tingkatan, yaitu Maqāṣid al-ammah (tujuan umum), Maqāṣid al-khassah (tujuan khusus) dan Maqāṣid juziyyah (tujuan parsial). Melalui tiga tingkatan di atas, akan diuraikan lebih lanjut alasan penggunaan media online dalam penyelesaian masalah belum optimalnya pengumpulan dana zakat.

Pertama, penulis akan mengelompokkan alasan-alasan tersebut pada dua bagian yaitu *درة المفاسد* adalah menghindari mafsadah (kerusakan) dan *جلب المصالح* yaitu mewujudkan masalah, dalam hal *درة المفاسد* diupayakan untuk menghasilkan beberapa implikasi positif:

- a. Menyadarkan masyarakat untuk menunaikan kewajiban zakat.
- b. Menyelamatkan dana zakat dari tidak optimalnya penghimpunan dana zakat.

- c. Membantu ekonomi nasional.
- d. Meningkatkan efektivitas sosialisasi zakat.

Sedangkan bagian dari جلب المصالح yaitu mewujudkan masalah (kebaikan), dalam hal ini tujuan mobilisasi perzakatan di Indonesia yang optimal yaitu mempermudah pihak muzakki dalam bertransaksi saat pembayaran zakat. Selain itu juga untuk mempermudah amil dalam menghimpun dana (memobilisasi dana) dari masyarakat. Sekaligus juga merupakan upaya yang ditempuh lembaga untuk meningkatkan minat dan kesadaran muzakki untuk berzakat juga meningkatkan elektabilitas lembaga zakat terkait.

Berdasarkan alasan-alasan di atas, penulis akan menguraikan alasan tersebut dengan perluasan jangkauan Maqāṣid asy-Syarī'ah Jasser Auda, yaitu melalui tiga tingkatan Maqāṣid asy-Syarī'ah, yaitu pertama, Maqāṣid al-ammah (tujuan umum) zakat dari aspek umum, yang memiliki tujuan syariahnya yaitu untuk menjaga agama (حفظ الدين), dimana menyadarkan masyarakat akan zakat adalah hal yang utama dari tujuan sosialisasi zakat, begitu pula dalam memfasilitasi kemudahan dalam pembayaran zakat sehingga muzakki sadar akan kewajibannya.

Kedua, Maqāṣid al-khassah (tujuan khusus) yaitu menjaga harta (حفظ المال), yaitu dengan terkumpulnya dana zakat yang dihimpun dari muzakki dapat membantu mustahik dalam persoalan ekonominya. Tujuan secara garis besarnya yaitu mewujudkan tujuan pensyariaan zakat yaitu pemerataan ekonomi umat supaya harta didunia tidak hanya berputar pada orang-orang kaya saja. Ketiga, Maqāṣid juziyyah (tujuan parsial), dimana tujuan ini mengandung maksud bahwa suatu strategi yang digunakan oleh Lembaga Amil Zakat merupakan sebuah upaya menyelamatkan dana zakat atas potensi yang dapat dikumpulkan menjadi tujuan persial dari penggunaan media online dalam sosialisasi dan penghimpunan dana zakat. Senada dengan itu, karena ini merupakan permasalahan umum di Indonesia sekarang ini khususnya karena tidak optimalnya penghimpunan dana zakat dibanding dengan potensi yang seharusnya dapat dicapai.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, gagasan Jasser Auda mengenai jangkauan Maqāṣid mencakup tiga tingkatan seperti

uraian di atas untuk dikenali agar tidak mengabaikan prinsip-prinsip syariah. Maqāsid asy-Syari'ah merupakan upaya untuk menghindarkan manusia dari hal-hal yang mudharat untuk mewujudkan kebaikan dan menarik manfaat.²⁵ Diterapkan sistem ini yaitu untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga dan masyarakat baik muzakki maupun mustahik (maqāsid al-ammah dan Maqāsid al-khassah). Tujuan dari funding zakat itu sendiri untuk mencapai kemaslahatan yaitu penyempurnaan agama, selain itu juga berkaitan dengan aspek kemafsadatnya, dimana tanpa sosialisasi atau pendakwaan zakat maka banyak orang awam yang tidak tahu, sehingga sangat diperlukan inovasi dan strategi modern dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat akan kewajiban zakat.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, argumentatif pengelolaan zakat melalui sistem teknologi online dikategorikan dalam dharuriyah karena beberapa alasan berikut:

- a. Jika dikomparasikan antara strategi penghimpunan dana zakat secara konvensional atau melalui penggunaan teknologi online, dapat disimpulkan bahwa manfaat yang berimplikasi terhadap pertumbuhan menghimpunan dana zakat keduanya sama-sama cocok diterapkan dan kedua nya sama-sama dibutuhkan dalam pengelolaan penghimpunan dana zakat. Yang membedakan keduanya adalah dari manfaat lebih yang ditawarkan dalam sistem online, dimana penggunaan sistem online lebih berimplikasi pada kemudahan bagi pihak muzakki dan amil di lembaga zakat, selain itu sistem online juga lebih relevan dengan perkembangan zaman.
- b. Mafsadah yang ditimbulkan pada sistem konvensional yang selama ini diterapkan di lembaga zakat adalah penghimpunan dana zakat belum terlalu optimal, sehingga untuk menjawab permasalahan tersebut membutuhkan sistem online untuk mendongkrak pertumbuhan penghimpunan dana zakat dilembaga zakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem online merupakan solusi dalam optimalnya penghimpunan dan zakat dilembaga zakat melengkapi sistem konvensional. Dalam penggolongan mafsadahnya, strategi yang digunakan secara konvensional yang masih kurang

²⁵ Any Nugroho, *Hukum Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), hlm. 150.

optimal lebih besar mafsadah nya dibanding dengan strategi online dengan segala solusi bagi sistem konvensional.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan penghimpunan dana zakat melalui online lebih besar masalah nya dibanding dengan sistem konvensional, sehingga strategi optimalisasi penghimpunan dana zakat melalui sistem online dharuriyyah diterapkan untuk mencapai maqashid syariah dari zakat itu sendiri.

Penutup

1. Penggunaan media online dalam sosialisasi dan penghimpunan dana zakat merupakan sebuah langkah optimalisasi yang berpengaruh baik terhadap penghimpunan dana zakat di lembaga amal zakat. Pada era digital jelas terlihat bahwa apa yang disuguhkan oleh dunia revolusi industri 4.0 adalah segalanya serba mudah, oleh karena itu lembaga zakat terus berupaya memaksimalkan penerapan hal tersebut untuk menjawab kebutuhan masyarakat dari beberapa kalangan yang sudah terbiasa menggunakan media online baik itu untuk berinteraksi dan memperoleh informasi maupun yang menggunakan media online dalam lingkup bertransaksi.
2. Segala tujuan penerapan strategi pengembangan penghimpunan dana zakat tak lepas dari upaya untuk memaksimalkan perwujudan syariah Allah (Maqāṣid asy-Syarī'ah). Perwujudan Maqāṣid melalui strategi pengembangan jumlah funding zakat jelas secara juziyyah nya untuk mencari jalan keluar dari tidak optimalnya penghimpunan dana zakat menuju optimalnya penghimpunan dana zakat dengan sistem sosialisasi zakat dan pembayaran zakat melalui media online, sehingga dapat tercapai *hifzul al-mal* dan *hifzu ad-din muzakki* dan *mustahik*.

Daftar Pustaka

- Achmad Syaiful Hidayat Anwar, *Model Tatakelola Badan Dan Lembaga Amil Zakat Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada Badan/ Lembaga Amil Zakat Di Kota Malang)*, Jurnal Humanity, ISSN: 0216-8995, Vol. 7, No. 2 (Juli 2012).
- Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail Untuk Fundraising*, Depok: Pustaka, 2005.
- Any Nugroho, *Hukum Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- British Library Cataloguing In Publication Data “*Distributive Justice and Need Fulfilment In an Islamic Economic*” (Islam abad and London: International Insitute Of Islamic).
- Jasser Auda, *Membumikan hukum Islam, Melalui maqashid syariah*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2015.
- Martini Dwi Pusparini, *Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syari’ah)*, Islamic Economic Journal Vol. 1, No.1 (Juni 2015).
- Muhammad Abdul Qadir Abu Faris, *Kajian Kritis Pendayagunaan Zakat*, Semarang: Dina Utama, 1996.
- Muhammad Daud Ali, *Sistem ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*, Jakarta: UI-Press,1988.
- Nuruddin, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*, Jakarta: Raja Grafindo, 2006.
- Oni Sahroni, Adiwarmen A. Karim, *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam: Sintesis Fikih dan Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Rama Wijaya Kesuma Wardani, “*Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulan Zakat Maal*”, lmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Vol. 11, No. 1 (2017).
- Yusuf Qardhawi, *Fiiqh al-Zakat*, terj. Salman Harun, Didin Hafiduddin, Hasanuddin, Jakarta: Lentera, 1991.

<http://digilib.uinsby.ac.id/19435/5/Bab%202.pdf>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180516/105/795912/bayar-zakat-bisa-pakai-qr-gopay> , diakses tanggal 13 Maret 2019

<https://sharinhappiness.org/tentangkami> Diakses tanggal 12 Maret 2019

<https://www.antaraneews.com/berita/796967/baznas-gunakan-fintech-kumpulkan-zakat-digital> diakses tanggal 12 Maret 2019.