



Efektivitas Strategi Digital BAZNAS Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Penghimpunan Zakat

Muh Rafli S¹, Nurfiah Anwar², Ayu Ruqayyah Yunus³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

E-mail: Muhammadralfi26mri@gmail.com¹, nurfiahnwar05@gmail.com²,

Ayu.ruqayyahy@uin-alauddin.ac.id³

ABSTRAK- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi digitalisasi yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pinrang dalam meningkatkan penghimpunan zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengurus BAZNAS dan muzakki, serta data sekunder berupa laporan tahunan dan dokumen digital lembaga. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan studi dokumentasi, yang selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi digital, seperti penyebaran kegiatan sosialisasi melalui kanal digital seperti web ataupun medsos, pengadaan kalkulator zakat pada web resmi, dan pengadaan daftar rekening pada web resmi, berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah muzakki dan transparansi penghimpunan zakat. Keberhasilan strategi ini didukung oleh komitmen kelembagaan, kapasitas digital sumber daya manusia, serta ketersediaan infrastruktur teknologi. Namun demikian, beberapa hambatan masih ditemukan, terutama rendahnya literasi digital sebagian muzakki dan kendala teknis dalam implementasi sistem digital. Secara keseluruhan, digitalisasi terbukti efektif dalam meningkatkan penghimpunan zakat di BAZNAS Kabupaten Pinrang. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan literasi digital dan pengembangan tata kelola zakat berbasis digital sebagai upaya berkelanjutan yang dapat dijadikan referensi bagi lembaga zakat di daerah lain.

Kata kunci: Efektivitas, BAZNAS, Strategi Digital, Penghimpunan Zakat.

PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki peran penting dalam pengentasan kemiskinan dan pemerataan kesejahteraan umat. Sebagai instrumen keuangan Islam, zakat berfungsi mendistribusikan kekayaan dari kelompok mampu kepada yang membutuhkan, sehingga dapat mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi (Atabik, 2020). Zakat memiliki peran strategis dalam mendistribusikan kesejahteraan dan mengurangi kesenjangan sosial. Namun, meskipun potensi zakat nasional terus meningkat, realisasi penghimpunannya masih jauh di bawah potensi tersebut. Outlook Zakat Indonesia (BAZNAS, 2023) menunjukkan bahwa kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat tetap menjadi tantangan utama dalam pengelolaan zakat nasional. Kondisi ini menuntut adanya strategi yang lebih efektif, salah satunya melalui pemanfaatan

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

teknologi digital. Pada era Revolusi Industri 4.0, digitalisasi dipandang mampu meningkatkan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas layanan zakat, termasuk melalui penggunaan QRIS, e-wallet, dan kanal pembayaran digital lainnya. Namun, kajian sebelumnya masih berfokus pada digitalisasi zakat pada level nasional atau lembaga berskala besar, sehingga minim penelitian yang menelaah implementasinya pada konteks daerah. Hal ini menimbulkan *gap teoretis* mengenai bagaimana strategi digital dijalankan oleh BAZNAS daerah dan sejauh mana strategi tersebut mampu mendorong peningkatan penghimpunan zakat. (Rudi, 2024)

Kabupaten Pinrang, sebagai salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan, memiliki potensi zakat yang cukup besar, terutama yang bersumber dari sektor pertanian. Hal ini sejalan dengan karakteristik wilayah Kabupaten Pinrang yang didominasi oleh aktivitas pertanian sebagai mata pencaharian utama masyarakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peranan BAZNAS Kabupaten Pinrang dalam menghimpun zakat pertanian di Desa Kaballang dilakukan melalui kegiatan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menunaikan kewajiban zakat (Hikmah et al., 2023). Namun demikian, efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan penghimpunan zakat secara keseluruhan masih perlu dianalisis lebih lanjut, mengingat cakupan penelitian sebelumnya masih terbatas pada wilayah dan sektor tertentu. Selain sektor pertanian, zakat profesi dari Aparatur Sipil Negara (ASN) juga menjadi salah satu fokus utama dalam strategi penghimpunan zakat di Kabupaten Pinrang. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa penghimpunan zakat profesi ASN yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Pinrang tergolong cukup efektif, yang ditandai dengan meningkatnya kesadaran ASN untuk menunaikan zakat secara rutin melalui mekanisme pemotongan gaji (Sarmila, 2024). Meskipun demikian, penelitian tersebut juga menemukan sejumlah kendala, antara lain belum meratanya sosialisasi, keterbatasan infrastruktur digital, serta rendahnya literasi zakat di kalangan sebagian ASN. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi penghimpunan zakat masih menghadapi tantangan yang perlu mendapat perhatian serius. Pentingnya evaluasi strategi penghimpunan zakat semakin relevan apabila dikaitkan dengan data potensi dan realisasi zakat di Kabupaten Pinrang selama lima tahun terakhir. Berdasarkan data BAZNAS Kabupaten Pinrang, potensi zakat daerah ini diperkirakan mencapai Rp224 miliar per tahun. Namun, realisasi penghimpunan zakat masih menunjukkan kesenjangan yang cukup besar dibandingkan potensi yang tersedia, sebagaimana disajikan pada Tabel berikut:

**Tabel 1. Potensi dan Realisasi Dana Zakat di Kabupaten Pinrang
Periode 2020–2024**

No	Tahun	Potensi (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase
1	2020	224.000.000.000	9.532.021.314	4,25%
2	2021	224.000.000.000	10.487.896.215	4,68%
3	2022	224.000.000.000	11.539.908.864	5,15%
4	2023	224.000.000.000	13.200.040.923	5,89%

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

5	2024	224.000.000.000	14.270.229.685	6,37%
---	------	-----------------	----------------	-------

Sumber: BAZNAS Kabupaten Pinrang

Data pada Tabel 1 menunjukkan adanya tren peningkatan realisasi penghimpunan zakat di Kabupaten Pinrang selama periode 2020–2024. Nilai realisasi zakat meningkat secara konsisten dari Rp9,53 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp14,27 miliar pada tahun 2024. Peningkatan ini mengindikasikan adanya perbaikan dalam kinerja dan strategi penghimpunan zakat yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pinrang. Namun demikian, capaian realisasi zakat yang masih berada di bawah 7% dari total potensi zakat sebesar Rp224 miliar per tahun menunjukkan bahwa potensi zakat di Kabupaten Pinrang belum tergarap secara optimal. Ketimpangan antara potensi dan realisasi ini menunjukkan bahwa strategi digital masih perlu diperkuat agar lebih efektif. Selain itu, zakat profesi ASN menjadi salah satu penyumbang terbesar penghimpunan, namun penelitian sebelumnya masih menemukan kendala literasi zakat dan keterbatasan infrastruktur digital (Daulay & Batubara, 2025).

Hingga kini belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana strategi digital BAZNAS Kabupaten Pinrang diimplementasikan dan seberapa efektif strategi tersebut dalam meningkatkan penghimpunan. Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menjawab dua pertanyaan utama, yaitu: Seberapa efektif strategi digitalisasi yang diterapkan BAZNAS Kabupaten Pinrang dalam meningkatkan penghimpunan zakat? Dan Faktor pendukung dan penghambat apa yang memengaruhi implementasi strategi tersebut? Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris terhadap penguatan tata kelola digital lembaga zakat daerah serta menjadi dasar bagi perumusan strategi penghimpunan zakat yang lebih efektif dan berkelanjutan.

TINJAUAN LITERATUR

Efektivitas

Efektivitas merupakan konsep yang banyak digunakan untuk menilai sejauh mana tujuan suatu organisasi atau program tercapai sesuai target. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektivitas diartikan sebagai sesuatu yang membawa hasil atau berhasil guna. (Amalia & Rama, 2023) menjelaskan bahwa efektivitas menunjukkan pada taraf pencapaian hasil, berbeda dari efisiensi yang menitikberatkan pada perbandingan antara input dan output.

Dalam konteks penelitian ini, ukuran efektivitas mengacu pada teori Sujadi F.X., yang memformulasikan lima unsur efektivitas yaitu: (Nuraini & Priyantno, 2024)

1. Berhasil guna, yakni tercapainya target dan mutu layanan.
2. Ekonomi, yaitu pemanfaatan sumber daya secara optimal tanpa pemborosan.
3. Pelaksanaan kerja yang dapat dipertanggungjawabkan, melalui laporan dan penggunaan sumber daya yang tepat
4. Pembagian kerja yang nyata sesuai beban dan kemampuan
5. Prosedur kerja yang praktis dan mudah diterapkan

Pendekatan ini memberikan dasar teoritis yang kuat untuk mengukur sejauh mana strategi digital BAZNAS efektif dalam meningkatkan penghimpunan zakat.

Zakat

Zakat merupakan rukun Islam ketiga yang memiliki dimensi spiritual sekaligus sosial. Secara bahasa, zakat berarti *tumbuh, berkembang, dan suci*, sedangkan secara istilah adalah bagian dari harta dengan syarat tertentu yang wajib dikeluarkan untuk diberikan kepada pihak yang berhak (Bastiar & Bahri, 2019). Para ulama fiqh memiliki pandangan yang beragam, namun secara umum zakat dipahami sebagai kewajiban harta bagi umat Islam untuk kesejahteraan bersama (Anugrah & Nurhasanah, 2023).

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 2001, yang tugas dan fungsinya menghimpun dan menyalurkan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Diundangkannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin memperkuat peran BAZNAS sebagai organisasi yang berwenang mengelola zakat di tingkat nasional. Dalam undang-undang tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai organisasi pemerintahan yang tidak terstruktur, independen dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Oleh karena itu, BAZNAS dan pemerintah bertanggung jawab mengawasi penyelenggaraan zakat berdasarkan: hukum Islam, amanah, kepentingan, keadilan, keamanan hukum, integrasi dan akuntabilitas (Syamsuddin, 2021)

Secara historis, pengelolaan zakat di Indonesia berkembang sejak era BAZIS hingga lahirnya BAZNAS, yang kini menjadi lembaga utama pengelola zakat dengan struktur dari pusat hingga daerah (Muqorobin & Kartini, 2022).

Strategi Penghimpunan Zakat

Strategi penghimpunan zakat adalah langkah sistematis untuk mengoptimalkan pengumpulan dana dari masyarakat (Saifulloh, 2023). Secara konvensional, strategi tersebut dilakukan melalui kampanye media, *direct fundraising*, kerja sama dengan lembaga keuangan, serta kemitraan dengan ormas dan majelis taklim (Rizaludin, 2022).

Namun, seiring perkembangan teknologi, lembaga zakat beralih menggunakan strategi digital. Pendekatan ini memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memperluas jangkauan muzakki, mempermudah transaksi, dan meningkatkan transparansi (Rizaludin, 2022b). Penggunaan *financial technology* (fintech) dalam penghimpunan zakat menjadi solusi inovatif terhadap kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat (Rahmawati, 2023).

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu organisasi atau program. Menurut (Mashuri & Nurjannah, 2020), faktor internal mencakup *strengths* dan *weaknesses*, sementara faktor eksternal terdiri dari *opportunities* dan *threats*. Dalam konteks strategi digital BAZNAS, kekuatan dapat berupa dukungan kelembagaan dan SDM yang melek teknologi, sedangkan kelemahannya bisa berupa keterbatasan infrastruktur dan literasi digital masyarakat. Peluang muncul dari meningkatnya pengguna internet dan dukungan regulasi, sementara

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

ancaman berasal dari persaingan lembaga digital dan isu keamanan data (Fasa & Raden, 2022) . Analisis SWOT ini menjadi dasar penting untuk merumuskan strategi adaptif dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat secara digital di Kabupaten Pinrang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami secara mendalam efektivitas strategi digital Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pinrang dalam meningkatkan penghimpunan zakat. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara kontekstual melalui interpretasi langsung terhadap pengalaman dan pandangan informan (Ardiansyah et al., 2023)

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di BAZNAS Kabupaten Pinrang, yang berlokasi di Masjid Agung Al-Munawwir, Jl. Bintang No. 17, Kecamatan Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Informan penelitian meliputi Ketua BAZNAS, Wakil Ketua Bidang Penghimpunan, staf bagian digitalisasi zakat, serta beberapa muzakki yang menunaikan zakat melalui layanan digital BAZNAS Kabupaten Pinrang.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap aktivitas penghimpunan zakat digital. Informan penelitian terdiri dari 7 orang, yaitu: Ketua Baznas Pinrang, Wakil Ketua bidang penghimpunan, staf yang terlibat langsung dalam proses digitalisasi zakat dan 4 orang muzakki.

Pemilihan informan menggunakan purposive sampling, dengan kriteria: memahami sistem penghimpunan zakat digital, pernah menggunakan layanan digital, dan terlibat dalam aktivitas operasional lembaga. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi BAZNAS, laporan tahunan, serta studi kepustakaan yang relevan (Edrisy & Rozi, 2021)

Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup:

1. Observasi langsung, untuk mengamati pelaksanaan strategi digital BAZNAS di lapangan.
2. Wawancara semi-terstruktur, untuk memperoleh pandangan, pengalaman, dan evaluasi dari informan kunci.
3. Dokumentasi, sebagai pelengkap dan pembanding hasil observasi dan wawancara.

Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilah dan mengelompokkan informasi hasil wawancara dan observasi sesuai tema penelitian, misalnya pernyataan informan mengenai kendala jaringan, literasi digital, atau penggunaan media sosial dikategorikan berdasarkan tema strategis yang relevan. Penyajian data dilakukan melalui tabel tematik dan matriks kategori temuan yang menampilkan kutipan informan, interpretasi peneliti, serta hubungan antar-tema agar pola strategi digital BAZNAS terlihat secara sistematis. Penarikan kesimpulan dilakukan

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

secara berulang selama proses pengumpulan data, dengan cara membandingkan hasil wawancara berbagai informan dan observasi untuk memastikan temuan yang konsisten sebelum menetapkan makna akhir. (Rudi, 2024) Analisis dilakukan secara berkesinambungan sejak data dikumpulkan hingga interpretasi akhir diperoleh. Selain itu, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas strategi digital penghimpunan zakat. Analisis SWOT dilakukan pada tahap akhir, disusun oleh peneliti berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus BAZNAS untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta wawancara dengan muzakki, observasi layanan digital, dan telaah dokumen untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi digitalisasi BAZNAS Kabupaten Pinrang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pinrang menerapkan strategi digitalisasi sebagai upaya utama dalam meningkatkan penghimpunan zakat. Strategi ini diwujudkan melalui tiga pendekatan utama, yaitu penyebaran kegiatan sosialisasi melalui kanal digital (medsos dan web), pengadaan kalkulator zakat pada web resmi BAZNAS, serta pengadaan daftar rekening pada web resmi BAZNAS. Langkah ini sejalan dengan teori strategi yang menyatakan bahwa strategi merupakan serangkaian tindakan terencana untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif (Edhie Rachmad et al., 2022)

Dalam proses wawancara, salah satu informan yang merupakan wakil ketua IV badan amil zakat nasional kabupaten pinrang yang menyampaikan bahwa:

“Sekarang kami lebih banyak arahkan muzakki untuk bayar lewat transfer karena lebih cepat diverifikasi dan tidak perlu datang ke kantor.” (Alimuddin, 2025)

Kutipan ini menunjukkan bahwa digitalisasi berfungsi sebagai solusi atas keterbatasan akses fisik dan waktu, sebagaimana dijelaskan dalam teori efektivitas Sujadi yang menekankan pentingnya efisiensi waktu dan kemudahan prosedur dalam mencapai tujuan organisasi. Selain itu, BAZNAS Kabupaten Pinrang juga mengoptimalkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk meningkatkan jangkauan sosialisasi. Hal ini diperkuat oleh pernyataan staf digital BAZNAS yang menyatakan bahwa:

“Kalau sosialisasi di lapangan itu tetap kami lakukan, tapi sekarang lebih banyak orang melihat postingan kami di Facebook. Itu sangat membantu memperluas jangkauan.” (Syahriani, 2025)

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian (Anggreiny, 2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan media digital berpengaruh signifikan dalam meningkatkan awareness muzakki terhadap program zakat. Pemanfaatan website resmi BAZNAS Pinrang juga mendukung transparansi dan edukasi. Fitur seperti kalkulator zakat dan menu rekening zakat memudahkan muzakki menyimulasikan kewajiban zakat dan mengetahui nomor rekening resmi. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Alwi et al., 2023) yang

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

menyatakan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan kepercayaan publik karena informasi dapat diakses secara terbuka dan real-time.

Pendekatan ini memperluas jangkauan sosialisasi dan mempermudah proses pembayaran zakat, khususnya bagi kalangan ASN dan masyarakat muda yang sudah terbiasa dengan transaksi digital. Strategi ini sejalan dengan temuan (Rudi, 2024) bahwa media sosial dan pembayaran digital menjadi sarana efektif untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga zakat di tingkat daerah.

Efektivitas strategi digital dalam penghimpunan zakat

Penerapan strategi digital oleh BAZNAS Kabupaten Pinrang menunjukkan kontribusi signifikan terhadap peningkatan penghimpunan zakat dalam lima tahun terakhir. Berdasarkan *Laporan Tahunan BAZNAS Kabupaten Pinrang (2020–2024)*, realisasi penghimpunan zakat meningkat dari Rp9,53 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp14,27 miliar pada tahun 2024, atau tumbuh sekitar 49,7%. Pertumbuhan ini menegaskan bahwa pemanfaatan kanal digital mulai dari sistem pembayaran zakat berbasis aplikasi, optimalisasi media sosial, hingga peningkatan transparansi laporan keuangan telah mendorong kepercayaan dan partisipasi muzakki secara lebih luas. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi strategi modernisasi, tetapi juga terbukti efektif dalam mendukung peningkatan kinerja penghimpunan zakat di Kabupaten Pinrang.

Peningkatan penghimpunan yang dicapai melalui strategi digital tersebut tidak hanya menggambarkan keberhasilan dari sisi kelembagaan, tetapi juga menunjukkan adanya perubahan perilaku dan preferensi muzakki dalam menunaikan zakat. respon para muzakki juga menunjukkan kecenderungan positif terhadap penggunaan layanan digital. Mereka menilai pembayaran zakat melalui transfer bank atau *e-wallet* lebih cepat, aman, dan efisien. Selain itu, transparansi pelaporan digital meningkatkan kepercayaan terhadap pengelolaan dana zakat. Kondisi ini menguatkan hasil penelitian (Utami, 2020) yang menemukan bahwa digitalisasi pembayaran zakat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penerimaan zakat secara nasional.

Untuk memperjelas hasil penelitian, berikut disajikan Tabel yang merangkum efektivitas strategi digitalisasi BAZNAS Kabupaten Pinrang berdasarkan indikator teori efektivitas organisasi Sujadi F.X.

Tabel 2. Matriks Efektivitas Strategi Digitalisasi BAZNAS Kabupaten Pinrang

Indikator Efektivitas	Deskripsi Temuan Lapangan	Interpretasi Analitis
Berhasil guna	Strategi digital berhasil meningkatkan jumlah muzakki dan realisasi penghimpunan zakat sebesar 6,37% dari potensi daerah pada 2024.	Program digitalisasi berdampak langsung pada peningkatan capaian penghimpunan dan efektivitas kinerja lembaga.
Ekonomi	Pemanfaatan teknologi digital menekan biaya	Penggunaan sumber daya dan waktu menjadi lebih

	sosialisasi konvensional dan mempermudah transaksi tanpa tatap muka.	efisien serta ekonomis dalam pengelolaan zakat.
Pelaksanaan kerja yang dapat dipertanggung jawabkan	Pelaporan realisasi zakat dilakukan secara digital melalui laman resmi dan media sosial dengan akses publik.	Transparansi lembaga meningkat, memperkuat akuntabilitas dan kepercayaan publik terhadap BAZNAS.
Pembagian kerja yang nyata	Pembagian tugas antara bidang pengumpulan dan staf digital dilakukan secara sistematis sesuai kompetensi.	Struktur kerja yang jelas mempercepat pengambilan keputusan dan efisiensi operasional lembaga.
Prosedur kerja yang praktis	Mekanisme pembayaran zakat digital mudah diakses, dan muzakki dapat memantau langsung melalui aplikasi.	Proses kerja sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat sehingga meningkatkan efektivitas layanan.

Sumber: Hasil observasi dan wawancara (data diolah peneliti, 2025)

Faktor pendukung dan penghambat strategi digital

Efektivitas strategi digital BAZNAS Kabupaten Pinrang didukung oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor pendukung meliputi:

1. Tingginya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Pinrang.
2. SDM amil muda yang adaptif terhadap teknologi
3. Infrastruktur teknologi dan jaringan komunikasi yang memadai di kawasan perkotaan.

Namun demikian, hambatan utama ditemukan pada tingkat literasi digital sebagian masyarakat di wilayah pedesaan, keterbatasan jaringan internet di daerah tertentu, serta rendahnya pemahaman sebagian muzakki terhadap manfaat zakat digital. Temuan ini sesuai dengan penelitian (Zidan, 2023) yang menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi zakat sangat dipengaruhi oleh kesiapan masyarakat dan intensitas edukasi yang diberikan oleh lembaga zakat.

Penerapan Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas strategi digital pengumpulan zakat di BAZNAS Kabupaten Pinrang. Analisis ini disusun berdasarkan hasil penelitian lapangan yang meliputi wawancara dengan pimpinan dan staf BAZNAS, pengisian kuesioner oleh pihak internal lembaga, observasi terhadap implementasi layanan zakat digital, serta telaah dokumen pendukung. Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini bersifat kualitatif-deskriptif, dengan tujuan memetakan kondisi strategis lembaga secara komprehensif sebagai dasar perumusan strategi pengembangan digitalisasi pengumpulan zakat.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, diperoleh sejumlah faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang memengaruhi penerapan strategi digital di BAZNAS Kabupaten Pinrang. Ringkasan faktor-faktor tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Strengths (S)	Opportunities (O)
S1. Adopsi teknologi digital (QRIS dan pembayaran digital)	O1. Peningkatan pengguna internet dan media digital
S2. Dukungan regulasi zakat ASN	O2. Preferensi masyarakat terhadap layanan praktis
S3. SDM yang profesional dan berkomitmen	O3. Peluang kolaborasi dengan bank syariah dan Pemda
S4. Pemanfaatan media sosial untuk sosialisasi	O4. Dukungan kebijakan digitalisasi layanan publik
Weaknesses (W)	Threats (T)
W1. Literasi digital masyarakat belum merata	T1. Kesenjangan akses internet antar wilayah
W2. Infrastruktur jaringan terbatas	T2. Rendahnya kepercayaan terhadap zakat online
W3. Evaluasi digitalisasi belum terukur	T3. Persaingan dengan lembaga zakat non-BAZNAS
W4. Keterbatasan SDM teknis digital	T4. Risiko keamanan data dan serangan siber

Sumber: Hasil observasi dan wawancara (data diolah peneliti 2025)

Berdasarkan tabel tersebut, BAZNAS Kabupaten Pinrang memiliki kekuatan pada adopsi teknologi digital, dukungan regulasi, dan kesiapan sumber daya manusia. Namun, masih terdapat kelemahan berupa rendahnya literasi digital masyarakat, keterbatasan infrastruktur jaringan, serta evaluasi kinerja digital yang belum terukur. Dari sisi eksternal, peluang pengembangan strategi digital cukup besar seiring meningkatnya penggunaan internet dan dukungan kebijakan pemerintah, meskipun dihadapkan pada ancaman kesenjangan digital, rendahnya kepercayaan terhadap zakat online, dan risiko keamanan data.

1. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Setelah faktor-faktor strategis internal diidentifikasi, selanjutnya disusun Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) untuk merumuskan kekuatan dan kelemahan BAZNAS Kabupaten Pinrang. Tahapan penyusunan matriks IFAS adalah sebagai berikut:

- Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- Memberikan bobot pada masing-masing faktor berdasarkan tingkat kepentingannya dengan total bobot sebesar 1,00
- Memberikan rating pada setiap faktor sesuai kondisi organisasi.
- Mengalikan bobot dengan rating untuk memperoleh skor

Tabel 4. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Strengths (S)			
Pemanfaatan teknologi digital dalam penghimpunan zakat	0,20	4	0,80
Dukungan regulasi zakat ASN	0,15	4	0,60
SDM amil yang adaptif terhadap teknologi	0,15	3	0,45
Pemanfaatan media sosial sebagai sarana sosialisasi	0,10	3	0,30
Total	0,60		2,15
Weaknesses (W)			
Literasi digital masyarakat belum merata	0,15	2	0,30
Infrastruktur internet di beberapa wilayah terbatas	0,10	2	0,20
Evaluasi strategi digital belum terukur	0,10	2	0,20
Keterbatasan SDM teknis digital	0,05	1	0,05
Total	0,40		0,75
Total Skor Internal	1,00		2,90

Sumber: Hasil observasi dan wawancara (data diolah peneliti 2025)

Berdasarkan data pada tabel faktor strategi internal di atas, dapat diketahui bahwa total skor faktor kekuatan (Strengths) sebesar 2,15, sedangkan total skor faktor kelemahan (Weaknesses) sebesar 0,75. Dengan demikian, selisih antara skor kekuatan dan kelemahan adalah sebesar 1,40 ($2,15 - 0,75$).

2. Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)

Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) disusun untuk menganalisis peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Tahapan penyusunan matriks EFAS meliputi:

- Menentukan faktor-faktor peluang dan ancaman.
- Memberikan bobot pada masing-masing faktor dengan total bobot sebesar 1,00.
- Memberikan rating berdasarkan respons organisasi terhadap faktor eksternal.
- Mengalikan bobot dengan rating untuk memperoleh skor total.

Tabel 5. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (O)			
Peningkatan penggunaan internet dan layanan digital	0,20	4	0,80
Preferensi masyarakat terhadap layanan praktis	0,15	4	0,60
Peluang kerja sama dengan bank syariah dan pemerintah daerah	0,15	3	0,45
Dukungan kebijakan digitalisasi layanan publik	0,10	3	0,30

Total	0,60		2,15
Threats (T)			
Kesenjangan digital antarwilayah	0,15	2	0,30
Rendahnya kepercayaan terhadap transaksi zakat online	0,10	2	0,20
Persaingan dengan lembaga zakat lain	0,10	2	0,20
Risiko keamanan data digital	0,05	1	0,05
Total	0,40		0,75
Total Skor Eksternal	1,00		2,90

Sumber: Hasil observasi dan wawancara (data diolah peneliti 2025)

Berdasarkan data pada tabel faktor strategi eksternal di atas, dapat diketahui bahwa total skor faktor peluang (opportunities) sebesar 2,15, sedangkan total skor faktor ancaman (threats) sebesar 0,75. Dengan demikian, apabila kedua skor tersebut di kurangkan, maka diperoleh selisih skor sebesar 1,40.

3. Strategi Turunan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, selanjutnya dirumuskan strategi pengembangan dengan mengombinasikan faktor internal dan eksternal ke dalam strategi SO, ST, WO, dan WT.

a. Strategi SO (Strength–Opportunity)

Strategi ini dirumuskan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk merebut peluang eksternal, yaitu:

- 1) Mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan layanan digital untuk meningkatkan penghimpunan zakat.
- 2) Mengembangkan kerja sama dengan bank syariah dan pemerintah daerah dalam memperluas kanal pembayaran zakat digital.
- 3) Mengintegrasikan layanan zakat digital dengan kebijakan zakat ASN secara berkelanjutan.

b. Strategi ST (Strength–Threat)

Strategi ini bertujuan menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal, yaitu:

- 1) Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pelaporan zakat berbasis digital guna meningkatkan kepercayaan Masyarakat.
- 2) Memperkuat branding BAZNAS sebagai lembaga zakat resmi negara.
- 3) Meningkatkan sistem keamanan data transaksi zakat digital.

c. Strategi WO (Weakness–Opportunity)

Strategi ini dirumuskan dengan memanfaatkan peluang eksternal untuk meminimalkan kelemahan internal, yaitu:

- 1) Melaksanakan program literasi zakat digital kepada masyarakat.
- 2) Meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan teknis digital.
- 3) Mengembangkan konten edukasi zakat digital yang sederhana dan mudah dipahami.

d. Strategi WT (Weakness–Threat)

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Strategi ini bersifat defensif dengan tujuan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, yaitu:

- 1) Menerapkan strategi penghimpunan zakat secara hybrid (digital dan konvensional).
- 2) Melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja digitalisasi zakat.
- 3) Menyusun dan menerapkan standar operasional prosedur (SOP) perlindungan data muzakki.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa strategi digital yang diterapkan BAZNAS Kabupaten Pinrang berkontribusi signifikan dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat. Digitalisasi bukan hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga memperkuat transparansi dan kepercayaan muzakki, yang pada akhirnya mendorong peningkatan partisipasi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan faktor kunci dalam memperkuat kinerja lembaga amil zakat di tingkat daerah. Meskipun memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas strategi digital, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data yang digunakan sebagian besar berasal dari laporan institusi dan wawancara terbatas, sehingga potensi subjektivitas masih mungkin terjadi. Kedua, penelitian ini belum mengukur tingkat kepuasan muzakki secara kuantitatif ataupun melakukan analisis komparatif dengan kabupaten lain, yang dapat memberikan pemahaman lebih luas mengenai efektivitas strategi digital secara nasional.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian lanjutan disarankan untuk menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang lebih komprehensif, misalnya melalui survei kepuasan muzakki atau analisis perilaku donasi digital. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan implementasi strategi digital antar daerah atau menilai pengaruh faktor eksternal seperti literasi digital dan akses teknologi terhadap partisipasi zakat. Dengan pendekatan tersebut, pemahaman mengenai peran digitalisasi dalam pengelolaan zakat dapat menjadi lebih mendalam dan aplikatif bagi pengembangan kebijakan.

REFERENSI

- Alwi, M., Sarjan, M., Yusuf, H., & Pahri, P. (2023). Digitalisasi pengelolaan dana zakat dalam pemberdayaan ekonomi umat. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 8(2), 118–130. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i1.3834>
- Amalia, I., & Rama, A. (2023). Analisis efektivitas pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 3(1), 1–15.
- Anugrah, A. B., & Nurhasanah, E. (2023). Optimalisasi penghimpunan dana zakat dalam pengembangan Lazismu Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Manajemen Zakat*, 4(1), 1–13.
- Ardiansyah, A., Risnita, R., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>

Atabik, A. (2020). Peranan zakat dalam pengentasan kemiskinan. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 2(2), 339–361.

Bastiar, Y., & Bahri, E. S. (2019). Model pengukuran kinerja lembaga zakat di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 6(1), 43–60. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v1i1.5609>

Daulay, A. T., & Batubara, S. (2025). Analisis peran zakat profesi dan pajak penghasilan terhadap kesejahteraan masyarakat. *Mudabbir*, 5(2), 574–579.

Dewi, D. (2022). Literasi digital masyarakat dalam pemanfaatan platform zakat online. *Al-Tasyrik: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), 125–135.

Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>

Muqorobin, M. S., & Kartini, E. (2022). Peran BAZNAS dalam mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan perekonomian di Kota Magelang. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(3), 752–759. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i3.285>

Nuraini, A., & Priyantno, P. D. (2024). Analisis efektivitas penghimpunan dana ZIS pada LAZNAS Baitulmaal Muamalat: Studi komparasi digital dan non-digital. *JES: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 1–14.

Rahmawati, N. A., & Astuti, Y. S. A. (2023). Analisis strategi digital fundraising zakat dalam meningkatkan jumlah muzakki. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 813–819.

Rizaludin, M. (2022a). Peran digitalisasi zakat dalam peningkatan fundraising dan jumlah muzakki. *Tadabbur: Jurnal Integrasi Keilmuan*, 1(1), 1–15.

Rizaludin, M. (2022b). Peran digitalisasi zakat dalam peningkatan fundraising dan jumlah muzakki di Indonesia. *Tadabbur: Jurnal Integrasi Keilmuan*, 1(1).

Rudi, Y. (2024). Strategi penghimpunan ZIS melalui digital QRIS. *Kafalah: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1–22.

Saifulloh, A. R. (2023). Optimalisasi penghimpunan dana zakat dalam mencapai target di Lazismu Banyumas. *Mabsya*, 5(1), 79–100. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i1.7254>

Susanto, A. A. (2025). Digital transformation in zakat management: A bibliometric review on the application of blockchain. *Journal of Islamic Finance Studies*, March. <https://doi.org/10.33102/7qjfd415>

Syamsuddin. (2021). Model fundraising zakat berbasis teknologi digital. *Islamic Economic Studies*, 8(1), 44–58.

Utami, P. (2020). Pengaruh digitalisasi pembayaran zakat terhadap potensi penerimaan zakat pada BAZNAS pusat. *Jurnal Surya Kencana Satu*, 11(1), 53–70. <https://doi.org/10.32493/jdmhkdmdhk.v11i1.5608>