

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta

Lembaga Amil Zakat (selanjutnya ditulis LAZ) merupakan institusi pengelolaan zakat yang dibentuk oleh masyarakat, yang telah mendapat pengakuan dan mendapat perlindungan dari pemerintah, Lembaga ini diakui sebagai lembaga untuk melakukan kegiatan zakat dan pengakuan tersebut harus sesuai rekomendasi BAZNAS sesuai Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Tata Cara Pemberian Rekomendasi Izin Pembentukan Lembaga Amil Zakat.

Lembaga Amil Zakat (LAZ) sesuai dengan Pasal 1 ayat 2 Keputusan Menteri Agama Nomor 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 menyatakan bahwa pengertian Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah insitusi pengelola zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat yang bergerak di bidang dakwah, pendidikan, sosial dan kemaslahatan umat Islam. Pembentukan LAZ wajib mendapatkan izin menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh menteri. LAZ wajib melaporkan pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat yang telah di audit kepada BAZNAS.¹

¹ Yunida Een Fryanti, 2017, *Akutansi Lembaga Zakat dan Wakaf*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, hlm. 24.

Sesuai dengan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat bahwa Pembentukan LAZ wajib mendapat izin Menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh menteri dan pada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat bahwa izin hanya diberikan apabila memenuhi persyaratan:

- a. Terdaftar sebagai organisasi kemasyarakatan Islam yang mengelola bidang pendidikan, dakwah, dan sosial.
- b. Berbentuk lembaga berbadan hukum.
- c. Mendapat rekomendasi dari BAZNAS.
- d. Memiliki pengawas syariat.
- e. Memiliki kemampuan teknis, administratif, dan keuangan.
- f. Untuk melaksanakan kegiatannya.
- g. Bersifat nirlaba.
- h. Memiliki program untuk mendayagunakan zakat bagi
- i. Kesejahteraan umat.
- j. Bersedia diaudit syariat dan keuangan secara berkala.

Dompot Dhuafa Republika adalah lembaga nirlaba milik masyarakat indonesia yang mempunyai tujuan mengangkat harkat sosial masyarakat dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan dana lain yang halal dan legal baik dari perorangan atau kelompok serta perusahaan).

Awal berdirinya, Dompot Dhuafa banyak berinteraksi dengan masyarakat miskin melalui empati kolektif komunitas jurnalis. Pendiri awal Dompot Dhuafa ada empat orang wartawan yaitu Parni Hadi, Haidar bagir, S.

Sinansari Ecip, Eri Sudewo lalu membentuk Dewan Pendiri lembaga independen Dompot Dhuafa Republika. Yayasan Dompot Dhuafa Republika didirikan pada 4 September 1994. Dompot Dhuafaterus melebarkan sayapnya hingga mengembangkan bentuk program yang lebih luas seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan bantuan bencana alam.

Dompot Dhuafa Republika resmi dikukuhkan pertama kalinya oleh pemerintah sebagai Lembaga Zakat Nasional (Lembaga Amil Zakat) oleh Departemen Agama RI pada 10 Oktober 2001. Pembentukan Yayasan Dompot Dhuafa Republika dilakukan dihadapan Notaris H. Abu Yusuf, SH pada tanggal 14 September 1994, dan diumumkan dalam Berita Negara RI No.163/A.YAY.HKM/1996/PNJAKSEL. Berdasarkan Undang-undang RI Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan zakat, Dompot Dhuafa adalah institusi pengelola zakat yang dibentuk dari masyarakat. Menteri Agama Republik Indonesia menerbitkan Surat Keputusan Nomor 439 Tahun 2001 tentang Pengukuhan Dompot Dhuafa Republika sebagai Lembaga Amil Zakat tingkat Nasional pada 10 Oktober 2001.²

Visi yang dimiliki oleh Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika adalah terwujudnya masyarakat dunia yang berdaya melalui pelayanan, pembelaan serta pemberdayaan yang berbasis pada sistem yang berkeadilan. Misi dari Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika sendiri adalah:

² Profil Dompot Dhuafa, <http://jogja.dompotdhuafa.org/tentang-kami/sejarah/>, diakses pada tanggal 25-10-2018, pukul 07.51.

- a. Menjadi gerakan masyarakat yang mentransformasikan nilai kebaikan.
- b. Mewujudkan masyarakat berdaya melalui pengembangan ekonomi kerakyatan.
- c. Terlibat aktif dalam kegiatan kemanusiaan dunia melalui penguatan jaringan global.
- d. Melahirkan Kader Pemimpin Berkarakter dan Berkompetensi Global.
- e. Melakukan advokasi kebijakan untuk mewujudkan sistem yg berkeadilan.
- f. Mengembangkan diri sebagai organisasi global melalui inovasi, kualitas pelayanan, transparansi, akuntabilitas, independensi dan kemandirian lembaga.

Lembaga Amil Zakat yang berkompeten harus memiliki tujuan yang baik.

Tujuan yang dimiliki oleh Dompot Dhuafa Republika adalah:

- a. Terwujudnya Organisasi Dompot Dhuafa dengan standar Organisasi Global.
- b. Terwujudnya Jaringan dan Aliansi Strategis Dunia yang kuat.
- c. Terwujudnya perubahan sosial melalui advokasi *multi-stakeholders*serta program untuk terciptanya kesejahteraan masyarakat dunia.
- d. Menjadi lembaga filantropi Islam internasional yg transparan dan akuntabel.
- e. Membangun sinergi dan jaringan global.
- f. Terwujudnya Jaringan danaliansi strategis dunia yang kuat.
- g. Menjadi lembaga rujukan di tingkat global dalam program kemanusiaan dan pemberdayaan.

- h. Meningkatkan kualitas dan akses masyarakat terhadap program pelayanan, pembelaan dan pemberdayaan.
- i. Mengokohkan peran advokasi untuk mewujudkan sistem yg berkeadilan.
- j. Memperkuat *volunteerism* dan kewirausahaan sosial dimasyarakat.
- k. Menumbuhkan kepemilikan asset dimasyarakat melalui pengembangan industri kerakyataan.
- l. Terwujudnya tata kelola organisasi berstandar internasional.
- m. Terwujudnya kemandirian organisasi melalui intensifikasi, ekstensifikasi dan diversifikasi sumber daya organisasi.
- n. Terpeliharanya independensi lembaga dari intervensi pihak lain dan conflict of interest dalam pengelolaan lembaga.
- o. Menumbuh kembangkan semangat *inklusifitas* dan *altruisme*.
- p. Membangun Komunitas berbasis masjid.
- q. Melahirkan kader dakwah.
- r. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menerapkan Nilai Dasar Islam dalam kehidupan sehari-hari.³

Program Dompot Dhuafa yang di jadikan juga sebagai program pendayagunaan atau pemberdayaan jangka panjang, antara lain :

a. Ekonomi

Untuk saat ini dalam bidang ekonomi Dompot Dhuafa memiliki beberapa program yang sudah dilaksanakan yaitu :

³*Ibid.*

1) Kampung Ternak

Pelatihan penggemukan kambing dengan metode pakan fermentasi disertai hibah bantuan bibit kambing dan kandang dipadukan dengan pelatihan pemanfaatan limbah ternak. Program yang menumbuh kembangkan entitas dan iklim kewirausahaan sosial melalui pemberdayaan dan pendampingan peternakan rakyat dengan mengembangkan sentra peternakan berbasis kerakyatan yang mengusung konsep peternakan Tiga Strata yakni *Breeding* (pembibitan), *Multiplier* (Pembiakan), dan *Commercial* (Komersil).

2) Pertanian

Program Pertanian Sehat, Dompot Dhuafa mengambil inisiatif untuk berperan membangun pertanian non pestisida yang ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan, penumbuhan kekuatan modal sosial petani berbasis kelompok. Program ini memastikan hadirnya kehidupan petani yang lebih baik serta mengurangi ancaman ketahanan pangan Indonesia., serta penguatan hubungan dengan pasar.

3) Institut Mentas Unggul

Program pendidikan dan pelatihan untuk memberi keterampilan khusus bagi masyarakat dhuafa sehingga terbentuk kelompok usaha. Dengan keterbatasan sektor formal menyerap tenaga kerja, Program Pengembangan *Life Skill* dan *Entrepreneur* Dompot Dhuafa berfokus membangun remaja dan pemuda serta perempuan usia produktif untuk terampil serta memiliki *mindset entrepreneurship* yang baik sehingga

mampu mandiri. Dengan beragam pelatihan keterampilan siap kerja dan siap usaha, program ini diharapkan mampu berkontribusi pada pengurangan angka pengangguran di Indonesia.

4) *Social Trust Fund*

Program yang digagas sejak 2009 ini memfokuskan pada pemberian bantuan modal usaha dalam fase awal pemulihan ekonomi keluarga dhuafa. Sasaran penerima manfaat program ini adalah pelaku usaha kecil dan mikro khususnya para pedagang pasar tradisional, pedagang kaki lima dan sektor informal lainnya. Program ini juga disertai materi pendampingan berupa *Cashflow*, Laporan keuangan sederhana, Advokasi untuk investasi (menabung) ke lembaga keuangan mikro syariah (BMT).

b. Pendidikan

Program dalam bidang pendidikan Dompot Dhuafa yang sudah dilaksanakan yaitu :

1) Beastudi

Program ini bertujuan mengurangi angka putus sekolah dengan beasiswa dan pembinaan (mentoring) bagi anak usia sekolah dari keluarga dhuafa. Beastudi diberikan bagi siswa dengan jenjang pendidikan SLB, SD, SMP, SMA sampai Perguruan Tinggi. Beastudi disini juga disisipkan nilai-nilai penanaman akhlak dalam pendampingannya laporan ibadah dan penanaman akhlak dititik beratkan sehingga membentuk generasi muda yang berkarakter.

2) Guru Inspiratif

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas guru SD dan PAUD honorer yang bertujuan meningkatkan dan menyesuaikan kompetensinya sebagai guru profesional dan mampu mengembangkan dan menyajikan materi pelajaran yang aktual. Program menggunakan berbagai pendekatan, metoda, dan teknologi pembelajaran terkini dalam mendidik anak di usia *golden age*.

3) Sanggar Belajar Rakyat

Program ini membuat pusat kegiatan belajar masyarakat di wilayah binaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran membaca, belajar, dan berkehidupan mandiri bagi semua lapisan usia. Sanggar difasilitasi buku, serta alat penunjang untuk penyelenggaraan aneka pelatihan dan kelas inspirasi.

c. Kesehatan

Program Dompot Dhuafa di bidang kesehatan antara lain :

1) Gerai Sehat LKC

Masyarakat semakin mudah mengakses fasilitas kesehatan dengan adanya klinik berobat dokter umum. Buka tiap hari Senin-Sabtu pukul 8:00-17:00. Tiap bulan melaksanakan Aksi Layanan Sehat di sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta.

2) Pos Sehat

Pola layanan kesehatan kuratif, promotif, dan preventif bagi dhuafa dengan sistem keanggotaan dengan lebih mengutamakan partisipasi masyarakat yang tergabung dalam kader kesehatan.

d. Sosial Dakwah Kemanusiaan

Pada program sosial dakwah kemanusiaan, Dompot Dhuafa lebih fleksibel. Aksi kemanusiaan dan bantuan untuk bencana alam terkini yang laporannya masuk ke Dompot Dhuafa, langsung dilakukan penindakan dengan penurunan bantuan. Contoh bencana yang terkini yang terjadi di Lombok, Palu dan Donggala. Untuk program dakwah dilakukan secara rutin dengan bekerja sama dengan masjid, Instansi pemerintah maupun swasta, Instansi pendidikan, maupun komunitas kemanusiaan lainnya. Contoh program dakwah yang sudah dijalankan adalah Pondok SMART Dompot Dhuafa yang didirikan sejak 2013 di kawasan Tegal Rejo, Kota Yogyakarta.⁴

⁴ Program Dompot Dhuafa, <http://jogja.dompotdhuafa.org/topics/uncategorized/program-pemberdayaan/>, diakses pada tanggal 25-10-2018, pukul 07.51.

1. Pengelolaan Zakat Online di Dompot Dhuafa Yogyakarta

Gambar 1 Bagan Strategi Pengelolaan Zakat Online Dompot Dhuafa



Sumber :SPV Fundraising Dompot Dhuafa Yogyakarta⁵

Pengelolaan zakat *online* menjadi salah satu inovasi dari Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta dalam upaya menaikkan kembali minat zakat masyarakat yang sudah dilaksanakan sejak tahun 2014. Pengelolaan zakat *online* pada Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta hanya melayani zakat fitrah dan zakat penghasilan. Pembayaran zakat fitrah di Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta hanya melayani pembayaran dalam bentuk uang melalui *transfer*. Dompot Dhuafa telah memfasilitasi *muzaki* dengan panduan jumlah zakat fitrah yang harus dibayar melalui *website* Dompot Dhuafa. Tersedia kalkulator zakat penghasilan untuk *muzaki* apabila belum mengetahui berapa jumlah zakat yang harus dikeluarkan. Jenis harta zakat yang diterima oleh Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta hanya jenis uang yang akan

⁵ Hasil wawancara dengan SPV Fundraising Dompot Dhuafa Yogyakarta, Diperoleh pada 6Desember 2018, pukul 14.34.

dibayarkan oleh *muzaki* lewat metode pembayaran *transfer* ke rekening Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta. Pengelolaan zakat online di Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta memiliki strategi yang dijalankan oleh divisi komunikasi dan *fundraising*. Divisi *fundraising* adalah divisi yang bertugas mengumpulkan dana zakat melalui program-program yang dibuat demi meningkatnya minat masyarakat untuk berzakat dan dalam menjalankan programnya divisi *fundraising* dibantu oleh divisi komunikasi untuk mempublikasikan programnya. Pengelolaan zakat *online* mempunyai strategi dengan tahapan sosialisasi, pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan, pelaporan.

Proses pengelolaan zakat berlandaskan hukum Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat diharapkan mampu memperbaiki sistem pengelolaan zakat di Indonesia, sehingga efektivitas pengelolaan zakat dapat tercapai. Pasal 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat mengatur yang dimaksud tujuan pengelolaan zakat untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rizaldi Saeful Rohman bidang komunikasi dan Renny Sudarti *SPV Fundraising* Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta dikemukakan lebih jelas mengenai strategi dan proses pengelolaan zakat secara *online* di Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta ada beberapa tahap yaitu :

a. Sosialisasi

Tahapan yang terlihat paling berbeda dalam pembayaran zakat secara online dibandingkan secara konvensional adalah tahap sosialisasi. Sosialisasi zakat dengan sistem *online* dinilai lebih praktik dan informatif karena menggunakan media elektronik sebagai penghubungnya. Media yang sering digunakan seperti *webside* , *social media* (*Instagram, twitter, facebook, whatsapp, dll*) , televisi , SMS , dan juga *E-mail*. Sosialisasi zakat yang diterapkan pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta ada 2 jenis, yaitu :

1) Langsung (*Hard Selling*)

Pada jenis ini sosialisasi dilakukan menggunakan strategi untuk mempromosikan zakat yang ditunjukkan untuk mempengaruhi tindakan *muzaki*, maksudnya adalah sosialisasi ini lebih menekan pengambilan keputusan yang di dasarkan atas rasional atau keuntungan atau manfaat dalam berzakat. Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta menerapkan strategi *hard selling* ini melalui media *digital* dan langsung terjun ke *muzaki* melalui sosialisasi. Dari setiap sosialisasi, Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta sangat memperhatikan target yang akan dituju, untuk *hard selling* materi sosialisasi yang digunakan lebih bersifat ajakan langsung yang mengajak untuk berzakat. Program *hard selling* yang ada di Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta dilakukan melalui beberapa cara, antara lain melalui :

a) Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta untuk mengajak berzakat. Media sosial yang digunakan untuk mengirimkan informasi yang berisi ajakan zakat adalah *Instagram, Facebook, twitter*. Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta akan membagikan informasi yang berisi ajakan untuk berzakat yang sifatnya ajakan langsung, seperti “Ayo Zakat Sudah Masuk Waktunya Zakat loh”. Pada setiap informasi yang dibagikan akan langsung dihubungkan dengan *link* yang akan terhubung oleh *whatsapp, contact person*, ataupun *website* Dompot Dhuafa Republika serta nomor rekening sehingga *muzaki* bisa langsung melakukan pembayaran zakat.

Informasi pada sosial media akan di bagikan pada tanggal yang sudah di tentukan yaitu tanggal 25 – 5 setiap bulannya. Diharapkan pada interval tanggal tersebut adalah waktu-waktu orang menerima gaji yang diharapkan bisa langsung digunakan untuk berzakat terlebih dahulu.

b) Website

Website merupakan strategi sosialisasi yang bagus, melalui *website* Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta yaitu www.jogja.dompetdhuafa.org *muzaki* diajak langsung untuk berzakat dan dipermudah dengan adanya perhitungan zakat langsung melalui *website*. Program berbasis *website* yang dimiliki

Dompot Dhuafa ada 2 yaitu program *landingpage* yang bisa diakses *website* Dompot Dhuafa dan program Bawa Berkah yang bisa diakses melalui *website* www.bawaberkah.org yang juga dikelola oleh setiap cabang Dompot Dhuafa Republika di seluruh Indonesia.

Perbedaan antara program *landingpage* dan bawa berkah adalah pada programbawa berkah, masyarakat dapat juga membuat program langsung yang akan dimasukkan ke Dompot Dhuafa dan diawasi langsung oleh setiap cabang Dompot Dhuafa Republika. Program bawa berkah untuk kedepannya juga akan dikembangkan berbasis aplikasi pada *smartphone* sehingga *muzaki* lebih mudah lagi untuk menunaikan zakat.

c) Langsung

Sosialisasi langsung kepada *muzaki* juga salah satu strategi yang masih efektif untuk menarik minat masyarakat berzakat, karena metode ini dimungkinkan Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika untuk berinteraksi secara langsung kepada calon *muzaki* dan dapat menjelaskan program-programnya secara terperinci. Sosialisasi secara langsung cara yang dilakukan dengan cara membukabooth atau stand di pusat perbelanjaan dan *event* Dompot Dhuafa, pengajian rutin dari kantor ke kantor, sosialisasi di masjid-masjid.

d) *Telemarketing*

Telemarketing adalah salah satu cara pemasaran atau sosialisasi zakat melalui telepon. Cara ini sering digunakan oleh Dompot Dhuafa kepada *muzaki* yang sudah pernah berzakat namun lama belum berzakat kembali. *Telemarketing* dilakukan oleh Dompot Dhuafa selama sekali dalam sebulan. Penawaran melalui telemarketing cenderung mudah diterima, karena sifatnya memang berbicara secara personal langsung kepada *muzaki*.

e) Pesan Singkat di Telepon

Layanan pengiriman pesansingkat di telepon genggam kepada masyarakat yang berisi penawaran zakat atau info program donasi terbaru kepada masyarakat secara umum. Pesan singkat ini dibagikan secara menyeluruh kepada nomor telepon yang pernah terdata di Dompot Dhuafa. Data nomor tersebut di dapat dari pendataan setiap sosialisasi secara langsung ditambah dari para donatur atau *muzaki* yang sudah sering berdonasi atau berzakat di Dompot Dhuafa.

2) Tidak langsung (*Soft Selling*)

Pada jenis ini sosialisasi yang diterapkan adalah secara tidak langsung. Artinya, Lembaga Amil Zakat dalam hal ini Dompot Dhuafa tidak melakukan sosialisasi ajakan langsung melainkan dengan menawarkan dan memberi penanaman nilai dulu tentang zakat sendiri.

Tahapan ini Dompot Dhuafa sering sekali menggunakan beberapa media, antara lain :

a) Edukasi di Media Sosial

Pemasangan konten tentang nilai-nilai zakat di media sosial sering sekali efektif untuk memberikan sosialisasi ke masyarakat tentang nilai nilai zakat sebagai contoh membagikan konten di *Instastory* tentang apa itu zakat, rukun zakat, dll. Hal ini dinilai efektif untuk segi pemberian edukasi karena media sosial di zaman sekarang sudah seperti kebutuhan pokok. Iklan akan semakin gencar saat momen-momen tertentu seperti Ramadhan, saat ada bencana alam, saat bulan kurban, atau momen kemanusiaan lainnya.

b) Seminar dan Sosialisasi langsung melalui kerjasama

Sosialisasi langsungpun selain *hardselling*, *softselling* juga digunakan disana dengan memberi pengertian terlebih dahulu kepada masyarakat tentang nilai-nilai zakat. Kegiatan seperti pengajian, seminar di sekolah dan kampus, serta sosialisasi dengan pemasangan *booth* di pusat perbelanjaan adalah metode yang digunakan oleh Dompot Dhuafa.

c) Pengadaan *Volenteer* Dompot Dhuafa

Pengadaan *volenteer* Dompot Dhuafa sangatlah penting untuk melakukan *softselling* lebih luas lagi. *Volenteer* menjadi tangan panjang Dompot Dhuafa dalam menyampaikan program serta

edukasi tentang zakat. *Volenteer* sendiri kebanyakan dari kalangan mahasiswa yang mereka mensosialisasikan zakat serta program Dompot Dhuafa di kalangan pendidikan maupun saat kegiatan tertentu.

d) Edukasi Melalui *Website*

Dompot Dhuafa juga memberikan edukasi tentang nilai-nilai zakat di *website* Dompot Dhuafa. Diharapkan sebelum berzakat masyarakat dapat mengetahui dulu tentang zakat itu sendiri.

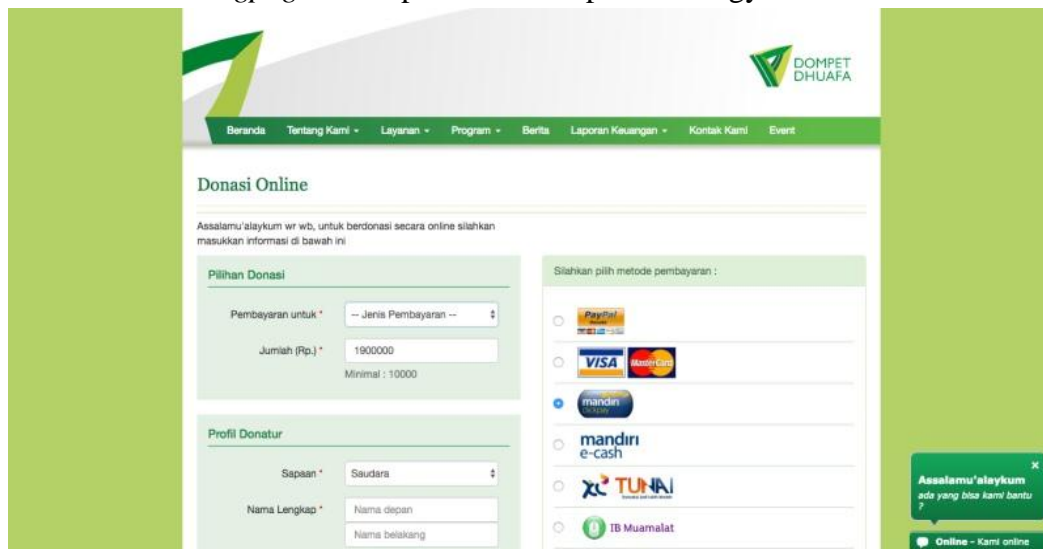
b. Pengumpulan

Tahap pengumpulan zakat yang dilakukan sesuai dengan Pasal 21 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat yang pertama harus dilakukannya perhitungan zakat. Perhitungan dilakukan oleh *muzaki* atas kewajiban zakatnya sendiri, namun jika dalam perhitungan *muzaki* tidak dapat menghitung sendiri kewajiban zakatnya, *muzaki* dapat meminta bantuan BAZNAS ataupun LAZ. BAZNAS atau LAZ wajib memberikan bukti setoran zakat kepada setiap *muzaki* pada setiap pengumpulan zakat. Zakat yang dibayarkan oleh *muzaki* kepada BAZNAS atau LAZ dikurangkan dari penghasilan kena pajak. Dompot Dhuafa telah berinovasi melalui sistem online baik pembayaran atau perhitungan zakat. Tahap pengumpulan yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta melalui sistem online ada beberapa cara :

1) Melalui *Landingpage* Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta

Pengumpulan zakat melalui *landingpage*, *muzaki* yang ingin membayartzakat dapat mengakses *website* Dompot Dhuafa, selanjutnya terdapat pilihan sedekah sekarang dan menghitung zakat. Untuk *muzaki* yang tidak mengetahui dan ingin menghitung zakat yang akan dibayarkan, bisa memilih menu menghitung zakat. *Muzaki* dapat menghitung zakat secara otomatis dengan memasukan jumlah penghasilan dan didalamnya juga sudah dilengkapi tentang edukasi *nisab* serta dalil tentang berzakat, dan jumlah harta yang dizakatkan akan muncul secara otomatis setelah *muzaki* melengkapi data-data yang harus diisi, selanjutnya pembayaran zakat dilakukan dengan metode *transfer* ke nomer rekening yang sudah di sediakan. Sistem selanjutnya yang mengelola dana dan data muzaki yang sudah dihimpun adalah Dompot Dhuafa *Enterprise System* (DESI).

Gambar 2 *Landingpage* Dhompet Dhuafa Republika Yogyakarta



Sumber : www.jogja.dompetchhuafa.org 20 november 2018, pukul 14.45

Pada *landingpage* Dompét Dhuafa Republika Yogyakarta *muzaki* hanya dapat membayar zakat fitrah dan zakat penghasilan. Kalkulator zakat digunakan khusus bantuan untuk menghitung zakat pekerjaan. Padahal tahap *transfer muzaki* memiliki beberapa temoat pembayaran sesuai keinginan *muzaki*.

2) Melalui *website* Bawa Berkah Dhompet Dhuafa

Pengumpulan zakat melalui *website* Bawa Berkah Dompét Dhuafa sebenarnya hampir sama dengan *landingpage* Dompét Dhuafa. *Muzaki* membayar zakat dan melakukan perhitungan zakat melalui media *website* www.bawaberkah.org serta melakukan pembayaran dengan cara *transfer*. Pembeda pembayaran melalui *landingpage* dan *website* Bawa Berkah adalah pada pendistribusian atau penyaluran, jika melalui *webside* Bawa Berkah Dompét Dhuafa *muzaki* dapat membuat program atau usulan program penyaluran harta zakat dengan melalui

proses pengawasan dan persetujuan dari Dompot Dhuafa. Kedua program tersebut baik *landingpage* maupun Bawa Berkah, semuanya dikelola oleh setiap cabang Dompot Dhuafa. Semua dana yang dikumpulkan melalui *website* Bawa Berkah Dompot Dhuafa sama seperti *landingpage* yang akan di teruskan ke suatu sistem yang bernama Dompot Dhuafa Enterprise System (DESI). Sistem ini berbasis web, maupun sistem operasi (OS) Android, dan kedepannya akan di kembangkan lagi ke aplikasi. Sistem ini yang menginput semua data *muzaki* serta donasi yang terkumpul yang selanjutnya akan di sambungkan kepada program penyaluran yang sudah disediakan.

Gambar 3 tampilan *website* Bawa Berkah Dhompet Dhuafa Republika Yogyakarta



Sumber : www.bawaberkah.org 9 november 2018, pukul 14.49

Tampilan website bawa berkah sebenarnya hampir sama dengan landingpage Dompot Dhuafa. Muzaki berdonasi juga dengan cara yang sama dalam 2 (dua) program ini. Perbedaan yang ada pada keduanya terletak pada program, jika pada bawa berkah muzaki dapat memilih program serta pilihannya banyak karena pada program bawa berkah Dompot Dhuafa mengikutsertakan masyarakat dalam membuat program dengan tetap disaring dan diawasi oleh Dompot Dhuafa.

3) Melalui Sosial Media

Pengumpulan zakat dengan melalui media sosial sepertinya yang paling sering dijumpai, karena media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, sekarang hampir semua orang menggunakan. Sitem ini sebenarnya cukup bagus, namun pada Dompot Dhuafa Republika sistem ini belum terhubung dengan layanan donasi langsung, dan pada sistem ini *muzaki* yang akan berdonasi melalui media sosial, akan dibagikan *link* di setiap konten yang di bagi Dompot Dhuafa. *Link* tersebut akan langsung terhubung dengan *contact personwhastapp* Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta. Zakat yang akan dibayarkan dapat dibayarkan melalui *transfer* dengan konfirmasi ke *contact person* terlebih dahulu. Kekurangan pada sistem ini adalah waktu yang relatif lebih lama karena masih bersistem melalui admin pada *contact person* jadi perlu waktu untuk admin membalas satu persatu permintaan zakat dari *muzaki*.

c. Pendistribusian

Pendistribusian adalah penyaluran atau pembagian atau pengiriman barang-barang dan sebagainya kepada orang banyak atau beberapa tempat.⁶Dapat diartikan pendistribusian sifatnya lebih kondosional sesuai dengan keadaan yang ada. Distribusi zakat dapat dilakukan dengan berbagai pola, tergantung dari kebijakan manajerial Badan atau Lembaga Zakat yang bersangkutan. Adakalanya disalurkan langsung pada *mustahik* dengan pola konsumtif dan adakalanya diwujudkan dalam bentuk produktif atau dengan cara memberikan modal atau zakat dapat dikembangkan dengan pola investasi.⁷

Tahap pengumpulan zakat yang dilakukan sesuai dengan Pasal 25 dan 26 Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat diatur bahwa zakat wajib didistribusikan kepada *mustahik* sesuai dengan syariat Islam. Pendistribusian zakat dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperhatikan prinsip pemerataan, keadilan, dan kewilayahan. Pendistribusian zakat dijabarkan kembali dalam Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Pendistribusian dan Pendaaygunaan Zakat bahwa pendistribusian dilakukan terhadap beberapa bidang yaitu pendidikan, kesehatan, kemanusiaan, dakwah dan advokasi.

⁶Meity Taqdir Qadratillah, 2011, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Jakarta, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, hlm. 100.

⁷ Wahyuddin Maguni, "Peran Fungsi Manajemen Dalam Pendistribusian Zakat: Distribusi dari Muzai ke Mustahik Pada Badan Amil Zakat", *Jurnal Al-'Adl* Vol. 6, I, (Januari, 2013), hlm. 161.

Dompot Dhuafa telah menerapkan sistem pendistribusian sebagaimana yang diatur dalam Pasal 5 Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat bahwa Dompot Dhuafa melakukan pendistribusian zakat melalui beberapa program yang bila ada perubahan atau penambahan program akan terus di perbarui dalam *landingpage* milik Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta. Pendistribusian zakat dilakukan beberapa tahap sesuai dengan Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan zakat, antara lain perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Dalam tahapan perencanaan Dompot Dhuafa menggunakan metode :

1) Melakukan Analisis Sosial di Masyarakat

Analisis ini dilakukan dengan cara terjun langsung di masyarakat, melakukan observasi secara langsung. Observasi dilakukan dilandasi dengan pedoman hukum Islam terkait 8 golongan yang berhak mendapatkan zakat. Tim observasi lapangan Dompot Dhuafa akan mengkorelasikan antara kondisi di masyarakat dan pedoman hukum Islam. Lokasi Observasi biasanya diperoleh dari data pemerintah melalui Dinas Sosial, isu yang sedang berkembang, serta laporan dari masyarakat.

2) Menyusun Rencana Program

Penyusunan program dilakukan oleh Dompot Dhuafa dengan melibatkan masyarakat sebagai salah satu pertimbangan program. Pendapat masyarakat tersebut nantinya akan dikaji lagi oleh tim program Dompot Dhuafa yang akan dibuat beserta indikator pencapaian program. Penyusunan program dilakukan sampai tahap penentuan waktu pelaksanaan program.

Tahap pendistribudian selanjutya adalah pelaksanaan, dalam pelaksanaan Dompot Dhuafa selalu berlandaskan dengan program-program yang telah dibuat. Program dilakukan secara urut sesuai waktu yang telah ditentukan. Tahap terakhir dalam pendistribusian adalah pengendalian. Pengendalian dilakukan oleh Dompot Dhuafa dan dilakukan dengan pengawasan dari masyarakat melalui laporan pelaksanaan program yang akan selalu di bagikan di media sosial serta *website*.

d. Pendayagunaan

Pendayagunaan menurut kamus besar bahasaIndonesia berasal dari kata daya-guna yang berarti perusahaan agar mampu mendatangkan hasil dan manfaat, perusahaan (tenaga dan sebagainya) agar mampu menjalankan tugas dengan baik (KBBI.web.id) Istilah pendayagunaan dalam konteks ini mengandung makna pemberian zakat kepada para mustahiki secara produktif dengan tujuan agar zakat mendatangkan hasil dan manfaat bagi yang memproduktifkan. Disimpulkan bahwa dakwah pendayagunaan zakat ialah dengan dana Zakat yang disalurkan lembaga

amil zakat berusaha untuk memperbaiki perekonomian untuk mewujudkan masyarakat yang menjunjung tinggi kehidupan beragama dengan merealisasikan ajaran Islam secara penuh dan menyeluruh.⁸

Pendayagunaan zakat adalah bentuk pemanfaatan dana zakat secara maksimum tanpa mengurangi nilai dan kegunaannya, sehingga berdayaguna untuk mencapai kemaslahatan umat.⁹ Pendayagunaan dimaknai lebih luas untuk kemaslahatan umat dan di peruntukkan untuk jangka waktu lebih panjang. Tahap pendayagunaan zakat sesuai dengan Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat Pasal 14 disebutkan bahwa ada 3 bidang pendayagunaan zakat, yaitu ekonomi, pendidikan, dan kesehatan. Dompot Dhuafa dalam hal pendayagunaan melanjutkan program-program yang sudah disebutkan sebelumnya pada pendistribusian dari tahun ke tahun.

Tahun 2018 (dua ribu delapan belas) Dompot Dhuafa tengah mengencarkan konsep baru yaitu M3 (*Mustahik Move to Muzaki*) konsep ini diterapkan pada program-program yang telah ada, bedanya Dompot Dhuafa lebih menanamkan konsep ini bahwa *mustahik* harus bisa memberdayakan bantuan sehingga bermanfaat untuk dirinya kedepannya, jadi lebih ke penanaman mental yang lebih kuat. Konsep ini dilakukan dengan pemberian motivasi ke *mustahik* oleh *mustahik* lama yang

⁸Cucu Aeni,2016, skripsi “*Pendayagunaan Zakat, Infaq, dan Shadaqohmelalui Program Dusun Jamur Domper Dhuafa’ Jateng*”, Semarang, Universitas Islam Negri Walisongo, hlm. 54.

⁹ Kementrian Agama RI, *Pedoman Zakat Sembilan Seri* , 95-96.

sekarang sudah sukses dan menjadi *muzaki*, sehingga kedepannya mustahik termotivasi lebih untuk sukses juga.

Tujuan zakat tidak hanya sekedar menyantuni orang miskin secara konsumtif, tetapi juga memiliki tujuan permanen yaitu mengentaskan kemiskinan dan dapat mengangkat derajat fakir miskin dengan membantu keluar dari kesulitan hidup. Pada awalnya pendistribusian hanya berorientasi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi saja, tetapi sekarang sudah mulai berkembang yaitu dengan tujuan lebih produktif dengan menjadikan seseorang yang tadinya adalah *mustahik* nantinya akan dapat menjadi seorang *muzaki*.¹⁰

Tahap yang terakhir pada pendistribusian dan pendayagunaan zakat adalah pengendalian, sesuai dengan Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat dimana diatur tentang pengendalian dalam pendistribusian dan pendayagunaan zakat. Pengendalian pendistribusian zakat dilakukan sejak tahap perencanaan sampai dengan tahap pelaksanaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat. Pengendalian yang dimaksudkan bisa dalam bentuk monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara periodik sesuai dengan kebutuhan. Monitoring dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat selaku penghimpun zakat.

¹⁰ Sintha Dwi Wulansari, “ Analisis Peranan Dana Zaat Produktif Terhadap Perembangan Usaha Mikro Mustahik”, Diponegoro Journal Of Economics Volume 3, I, (2014), hlm. 3.

e. Pelaporan

Berdasarkan ketentuan hukum nomor 2 fatwa Majelis Ulama Indonesia nomor 15 tahun 2011 tentang penarikan, pemeliharaan, dan penyaluran harta zakat menyatakan, “*Pemeliharaan zakat merupakan tanggung jawab amil sampai didistribusikannya dengan prinsip yadul amanah.*”¹¹ Amanah berarti harus ada unsur tanggung jawab dan laporan yang jelas agar sampai tahap penyaluran muzakki bisa mengetahui bahwa harta zakat mereka telah tersampaikan dengan baik, karena jika mengacu pada ketentuan hukum nomor 4 fatwa Majelis Ulama Indonesia nomor 15 tahun 2011 tentang penarikan, pemeliharaan, dan penyaluran harta zakat menyatakan, “*Penyaluran harta zakat dari amil zakat kepada amil zakat lainnya belum dianggap sebagai penyaluran zakat hingga harta zakat tersebut sampai kepada para mustahiq zakat*” Melalui pengaturan ini berarti jika harta belum sampai kepada penerima zakat (*mustahiq*) berarti belum dianggap sebagai penyaluran zakat. Berarti penyalur zakat (*muzaki*) harus memastikan harta tersebut sampai ke *mustahik* melalui laporan dari Amil Zakat kepada muzakki agar sudah sah sebagai penyaluran zakat. Dompot Dhuafa selaku Lembaga Amil Zakat harus memberikan laporan yang jelas kepada *muzaki* terkait laporan pembayaran zakat dan pendistribusian zakat. Dompot Dhuafa memiliki beberapa macam laporan kepada *muzaki*, antara lain :

¹¹fatwa Majelis Ulama Indonesia nomor 15 tahun 2011 tentang penarikan, pemeliharaan, dan penyaluran harta zakat.

1) Laporan melalui *E- Mail* dan Pesan Singkat di Telepon

Pada dasarnya semua transaksi yang masuk ke Dompot Dhuafa secara otomatis akan masuk ke dalam sistem yang bernama Dompot Dhuafa *Enterprise System* (DESI). Sistem ini berbasis *web*, maupun sistem operasi (OS) Android, dan kedepannya akan di kembangkan lagi ke aplikasi. Sistem ini yang menginput semua data *muzaki* baik data diri maupun transaksi, serta sistem ini pula yang secara otomatis langsung mengirimkan laporan ke *e-mail* atau pesan singkat di telepon genggam baik laporan bahwa transaksi sudah di terima atau sudah di sampaikan ke *mustahik*.

2) Laporan melalui Surat (Laporan Konsolidasi)

Laporan melalui surat atau disebut Laporan Konsolidasi dalam Dompot Dhuafa, adalah laporan yang akan dikirimkan ke rumah *muzaki* berupa surat yang berisi laporan keuangan, dan laporan pendistribusian zakat. Laporan ini dilakukan sebulan sekali terhadap *muzaki* yang sudah sering melakukan pembayaran zakat di Dompot Dhuafa.

3) Laporan melalui media *Whatsapp*

Laporan melalui *whatsapp* biasanya dilakukan untuk muzaki yang bertransaksi melalui media sosial yang akan terhubung dengan link yang menghubungkan ke *whatsapp*. Konfirmasi pembayaran, dan pendistribusian zakat akan dilakukan melalui pesan di *whatsapp*.

1) Laporan melalui *website*

Laporan melalui *website* hanya untuk pelaksanaan program dan anggaran yang keluar. *Website* tidak memuat laporan terperinci seperti yang lain, hanya yang bersifat umum yang di paparkan di *website* agar privasi *muzaki* terjaga.

2. Peran Zakat Online di Dompot Dhuafa Yogyakarta

Penelitian terbaru BAZNAS pada tahun 2011, potensi zakat nasional mencapai Rp. 217 triliun yang terdiri dari Rp. 82,7 triliun potensi zakat rumah tangga, Rp. 2,4 triliun potensi zakat BUMN, dan Rp. 17 triliun potensi zakat tabungan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa potensi zakat dan perkembangan Organisasi Pengelola Zakat cukup besar. Ironisnya, tidak semua potensi zakat terealisasi dan terdistribusi dengan baik karena Organisasi Pengelola Zakat tidak mampu mengumpulkan semua potensi zakat tersebut. Pada tahun 2011, jumlah zakat yang berhasil dihimpun oleh BAZNAS se-Indonesia adalah 39 miliar rupiah dari 217 triliun rupiah yang dimuat juga dalam website BAZNAS www.baznas.or.id¹². Dari data tersebut perlu diketahui juga pertumbuhan dana zakat dengan dampak munculnya zakat *online* pada Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta.

¹²Khaerany Rizky, *Op.cit.*, h. 4.

Tabel 1 : Pertumbuhan Dana Zakat Dompot Dhuafa Tahun 2014 - 2017

Tahun	Perolehan Dana Zakat	Pertumbuhan (%) dari tahun sebelumnya
2014	1.965.243.549,00	0
2015	2.171.114.262,00	10,48%
2016	2.107.302.992,00	-0,03%
2017	2.602.653.186,00	19,03%

Sumber : Data Keuangan Management HR and Operational Management Dompot Dhuafa Yogyakarta.

Sitem zakat *online* di Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta telah dimulai sejak tahun 2014 (dua ribu empat belas). Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan Rizaldi Saeful Rohman bidang komunikasi dan Renny Sudarti SPV Fundraising Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta Perolehan dana zakat Dompot Dhuafa Yogyakarta pada tahun 2014 mencapai Rp. 1.965.243.549,00. Lalu pada tahun 2015 mengalami pertumbuhan hingga 10,48% dari pendapatan dana zakat sebelumnya, meskipun tahun 2016 mengalami penurunan presentase sebesar 0,03% menjadi Rp. 2.107.302.992,00 yang sebelumnya adalah Rp. 2.171.114.262,00. Pada tahun 2017 penghimpunan dana zakat mengalami pertumbuhan yang signifikan sebesar 19,03%. Dana zakat yang berhasil dihimpun oleh Dompot Dhuafa Yogyakarta adalah sebesar Rp.2.602.653.186,00.

Selain memuat data pertumbuhan dana zakat, Dompot Dhuafa juga berkoordinasi dengan Badan Pusat Statistik (BPS) Yogyakarta untuk mengetahui data masyarakat miskin di Yogyakarta. Data ini digunakan sebagai salah satu bahan evaluasi Dompot Dhuafa pada pelaksanaan pengelolaan zakat *online*.

Tabel 2 : Masyarakat Miskin di Yogyakarta Tahun 2014 – 2017

Tahun	Jumlah Masyarakat Miskin
2014	544.870 orang
2015	485.560 orang
2016	494.940 orang
2017	488.530 orang

Sumber : <https://yogyakarta.bps.go.id/dynamictable/2018/01/31/98/jumlah-penduduk-miskin-dan-garis-kemiskinan-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta.html> diakses pada 5 Desember 2018 pukul 17.05.

Jumlah penduduk miskin pada Maret 2014 di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 544.870 orang, pada tahun 2015 menurun menjadi 485.560 orang dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2016 sejumlah 494.940 orang. Maret 2017 data kembali menunjukkan penurunan dengan jumlah warga miskin 488.530 orang.

Penghimpunan zakat online juga berdampak terhadap cara pembayaran yang dilakukan oleh *muzaki* dari tahun ke tahun.

Tabel 3 : Metode Pembayaran Zakat Sejak Tahun 2014 - Sekarang

TAHUN	MEMBAYAR SECARA ONLINE/TRANSFER	MEMBAYAR SECARA KONVENSIONAL
2014 – 2015	30%	70%
2015 – Sekarang	70%	30%

Sumber : *SPV Fundraising* Dompot Dhuafa Yogyakarta

Pada tahun 2014 sampai 2015 awal mula berkembangnya zakat *onlinemuzaki* masih dominan melakukan pembayaran zakat menggunakan metode konvensional dengan cara *muzaki* datang langsung ke Dompot Dhuafa Yogyakarta dan membayarkan kepada petugas. Setelah zakat *online* semakin dikenal masyarakat melalui sosialisasi yang baik, kebiasaan itu berbalik ditahun 2015 sampai sekarang. *Muzaki* sekarang lebih memilih metode pembayaran melalui *transfer*.

B. Analisis

1. Pengelolaan Zakat Online di Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta

Apabila melihat data yang dikeluarkan oleh BAZNAS pada tahun 2011 potensi zakat yang bisa diperoleh Indonesia cukup besar. Pengelolaan zakat secara online menjadi salah satu alternatif dalam upaya berperan dalam optimalisasi potensi zakat di Indonesia. Zakat online memiliki kelebihan lebih cepat dalam memperkenalkan program-program yang akan dilaksanakan oleh

lembaga zakat dan pengetahuan tentang zakat sehingga umat mengetahui bahwa zakat adalah sebuah kewajiban. Kelebihan informasi ini dikarenakan sistem *online* yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja melalui internet. Melalui surah At-Taubah ayat 71 Allah berfirman yang artinya :

“ Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.”

Ayat tersebut bermakna bahwa Islam mengatur zakat untuk kemaslahatan umat, agar umat saling tolong menolong yang ditujukan untuk kemaslahatan umat. Implementasi pengelolaan zakat dipertegas Rasulullah SAW melalui sebuah hadist yang diriwayatkan Imam Bukhari Nomor 1395 dan Imam Muslim Nomor 19. Rasulullah SAW bersabda:

“Jika mereka telah mentaati engkau (untuk mentauhidkan Allah dan menunaikan shalat), maka ajarilah mereka sedekah (zakat) yang diwajibkan atas mereka di mana zakat tersebut diambil dari orang-orang kaya di antara mereka dan kemudian disebar kembali oleh orang miskin di antara mereka.”

Hadist tersebut menegaskan bahwa zakat merupakan ibadah yang tinggi kedudukannya, bahkan dalam hadist tersebut dipertegas zakat dilakukan setelah bertauhid yang merupakan ibadah tertinggi dalam Islam. Intinya dapat disimpulkan bahwa zakat wajib bagi orang beriman dan bertujuan untuk

kemaslahatan umat. Wajibnya zakat dapat diketahui oleh seluruh kaum muslimin dengan adanya sistem informasi yang baik yang semua akan berdampak pada dana zakat yang meningkat. Dalam Hadist lain Rasulullah bersabda :

"Sesungguhnya Allah telah mewajibkan mereka zakat dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya di antara mereka dan dibagikan kepada orang-orang fakir di antara mereka." (H.R. Bukhari Nomor 621)

Yusuf Al-Qaradhawi berpandangan bahwa semua yang bernama kekayaan dan orang kaya, baik itu dari pertanian,, industri, perdagangan, maupun usaha-usaha wiraswasta lainnya dikenai beban zakat apabila telah memenuhi persyaratan tertentu dan menunjukkan Islam itu indah dalam berbagi. Dan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 261 Allah berfirman yang artinya :

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Mahaluas (kurnia-Nya) lagi Mahamengetahui.”

Ayat ini mengajak kita untuk lebih semangat lagi dalam berzakat karena prinsip zakat bukan mengurangi akan tetapi menambah. harta seseorang yang dizakatkan ke orang lain akan menjadi padala disisi Allah serta akan dilipatkandakan menjadi kebaikan-kebaikan yang Allah kehendaki. Dompot Dhuafa melalui media sosial dan melalui metode *softselling* dapat

memberikan ayat ini dalam konten promosi mereka sebagai penanaman nilai-nilai zakat dan pemberi semangat kepada masyarakat dalam berzakat.

Zakat sebagai rukun Islam merupakan kewajiban setiap muslim yang mampu untuk membayarnya dan diperuntukan bagi mereka yang berhak menerimanya dengan pengelolaan yang baik, zakat merupakan dana potensial yang dapat dimanfaatkan untuk memajukan kesejahteraan umum bagi seluruh masyarakat. Zakat adalah sebuah kewajiban yang pasti yang ditetapkan oleh Allah SWT kepada kaum muslimin. Dalam pelaksanaannya zakat bukanlah kewajiban individu yang bergantung semata kepada hati nurani masing-masing. Zakat adalah suatu kewajiban yang dilaksanakan dibawah pengawasan pemerintah.¹³

Pengelolaan zakat juga diatur oleh pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Pasal 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat mengatur yang dimaksud tujuan pengelolaan zakat adalah

- a. meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat
- b. meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa efektivitas adalah sesuatu yang memiliki pengaruh atau akibat yang ditimbulkan, membawa hasil dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan, dalam hal ini efektivitas dapat dilihat dari peningkatan hasil yang telah

¹³ Sumandi, "optimalisasi Potensi Dana Zakat", Jurnal Ekonomi Islam Vol. 3, 2017, hlm. 17.

diperoleh sebelumnya.¹⁴ Artinya jika dikorelasikan dengan tujuan pengelolaan zakat menurut Pasal 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 pengelolaan zakat harus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan yang dimaksud berupa dana zakat yang terhimpun karena peningkatan informasi, peningkatan efisiensi pelayanan, peningkatan sosialisasi semua akan bermuara pada peningkatan dana zakat yang terhimpun. Manfaat zakat yang kedua yang termuat dalam Pasal 3 huruf b Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 akan tercapai bila tujuan pada huruf a dilakukan secara konsisten dari tahun ke tahun disertai pendistribusian dan pendayagunaan zakat yang baik.

Sistem zakat *online* di Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta telah dimulai sejak tahun 2014 (dua ribu empat belas). Berdasarkan data yang telah dimuat dalam tabel 1, perolehan dana zakat Dompot Dhuafa Yogyakarta pada tahun 2014 mencapai Rp. 1.965.243.549,00. Lalu pada tahun 2015 mengalami pertumbuhan hingga 10,48% dari pendapatan dana zakat sebelumnya, meskipun tahun 2016 mengalami penurunan presentase sebesar 0,03% menjadi Rp. 2.107.302.992,00 yang sebelumnya adalah Rp. 2.171.114.262,00. Pada tahun 2017 penghimpunan dana zakat mengalami pertumbuhan yang signifikan sebesar 19,03%. Dana zakat yang berhasil dihimpun oleh Dompot Dhuafa Yogyakarta adalah sebesar Rp. 2.602.653.186,00.

Dompot Dhuafa Yogyakarta juga memantau data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Yogyakarta terkait dengan tingkat kemiskinan di Yogyakarta

¹⁴ KBBI, <https://kbbi.web.id/efektivitas>, diakses pada 7 Desember 2018 pukul 20.31.

sebagai salah satu bahan evaluasi tingkat efisien dana zakat yang disalurkan. Jumlah penduduk miskin pada Maret 2014 di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 544.870 orang, pada tahun 2015 menurun menjadi 485.560 orang dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2016 sejumlah 494.940 orang. Maret 2017 data kembali menunjukkan penurunan dengan jumlah warga miskin 488.530 orang.

Penurunan dana zakat tersebut disebabkan sistem yang belum baik dan masih tergantung dengan pusat. Hal itu dikarenakan sumber daya manusia yang ahli di bidang ini masih terbatas jadi sering kali setiap divisi rangkap pekerjaan. Sistem yang kurang baik ini menimbulkan beberapa aduan penipuan yang mengatasnamakan zakat *online*. Penyebab dari tindak kejahatan tersebut adalah sistem yang belum merata disemua cabang Dompot Dhuafa karena masih minimnya tenaga ahli serta terlalu bergantung dengan pusat. Pengawasan menjadi hal yang sangat penting dan harus beriringan dengan proses pengelolaan zakat *online* selama tenaga ahli untuk memberi pengawasan secara sistem belum ada.

Melihat jumlah pertumbuhan perolehan dana zakat pada Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta sejak awal beroprasinya sistem zakat *online* menunjukkan bahwa sistem pengelolaan ini yang sudah memenuhi amanah Pasal 3 huruf a Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang disebutkan tujuan pengelolaan zakat untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat. Tujuan kedua yang dimuat dalam huruf b yaitu di meningkatkan manfaat zakat untuk

mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan dapat dinilai salah satunya dengan data tingkat kemiskinan yang Dompot Dhuafa peroleh dari BPS Yogyakarta. Jumlah data BPS Yogyakarta jika diamati berbanding lurus dengan data pertumbuhan dana zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta. Peningkatan jumlah warga miskin terjadi saat himpunan dana zakat juga menurun menunjukkan dana zakat memiliki peranan dalam menuntaskan kemiskinan walaupun ada faktor lain yang bisa mempengaruhi tingkat kemiskinan seseorang. Dapat disimpulkan dengan menurunnya tingkat kemiskinan di Yogyakarta menurut data BPS Yogyakarta berarti zakat online telah mampu memenuhi tujuan pengelolaan zakat.

Data yang ditunjukkan Dompot Dhuafa Yogyakarta dan BPS Yogyakarta diatas juga telah memenuhi kaidah yang Allah tetapkan dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 71 dengan berhasil memanfaatkan zakat untuk kemaslahatan umat yang ditunjukkan dengan penurunan jumlah warga miskin. Peningkatan jumlah dana zakat yang terhimpun juga membuktikan kesadaran masyarakat tentang wajib zakat meningkat. Kaidah tersebut dapat terwujud karena sistem pendistribusian dan pendayagunaan yang baik. Pemerintah melalui BAZNAS mengatur dalam Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat. Zakat bahwa pendistribusian dilakukan terhadap beberapa bidang yaitu pendidikan, kesehatan, kemanusiaan, dakwah dan advokasi.

Pendistribusian Zakat, Dompot Dhuafa telah menerapkan sebagaimana yang diatur dalam Pasal 5 Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat bahwa Dompot Dhuafa Melakukan Pendistribusian Zakat Melalui beberapa program yang bila ada perubahan atau penambahan program akan terus di perbarui dalam *website* milik Dompot Dhuafa Republika cabang Yogyakarta. Program Dhompot Dhuafa Yogyakarta yang meliputi bidang pendidikan, kesehatan, sosial dakwah kemanusiaan, telah memenuhi kaidah yang diamahkan Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat. Pendistribusian Dompot Dhuafa pada tahap perencanaan, tim menentukan orang yang berhak menerima zakat sesuai dengan syariat 8 golongan yang berhak menerima zakat yang selanjutnya baru dibuat program sesuai kebutuhan.

Pengelolaan zakat yang baik harus diimbangi dengan sistem transparansi yang baik kepada muzaki karena pada hakekat yang di sampaikan ketentuan hukum nomor 4 Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penarikan, Pemeliharaan, dan Penyaluran Harta Zakat menyatakan bahwa “Penyaluran harta zakat dari amil zakat kepada amil zakat lainnya belum dianggap sebagai penyaluran zakat hingga harta zakat tersebut sampai kepada para *mustahik* zakat”. Berarti penyalur zakat (*muzaki*) harus memastikan harta tersebut sampai ke mustahik melalui laporan dari Amil Zakat kepada *muzaki* agar sudah sah sebagai penyaluran zakat. Dompot Dhuafa

Yogyakarta selaku Lembaga Amil Zakat harus memberikan laporan yang jelas kepada muzaki terkait laporan pembayaran zakat dan pendistribusian zakat. Pelaporan yang dilakukan melalui E-mail, pesan singkat di telepon genggam, melalui surat (laporan konsolidasi), Melalui media Whatsapp, melalui website, telah memenuhi amanah ketentuan hukum nomor 4 Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penarikan, Pemeliharaan, dan Penyaluran Harta Zakat. Muzaki bisa memastikan hartanya telah tersampaikan melalui pelaporan yang diterima. Pengelolaan zakat online telah memberikan warna tersendiri dalam perkembangan zakat. Baiknya sistem perlu menjadi sorotan pemerintah agar dapat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui zakat.

Lembaga amil zakat Dompot Dhuafa Yogyakarta melemparkan pesan komunikasinya kepada publik melalui metode komunikasi yang bersifat ajakan langsung (*hardselling*) dan komunikasi yang bersifat ajakan tidak langsung (*softselling*). Dompot Dhuafa harus mampu untuk membuat suatu rencana komunikasi dan pemasaran yang strategis sebagai acuan serta panduan untuk menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Disinilah Dompot Dhufa dituntut untuk mampu memahami pasar atau kondisi masyarakat yang mencakup segmentasi konsumen dan tingkat persaingan di dalamnya.

Tidak dipungkiri walaupun memiliki tujuan yang sama baiknya, Dompot Dhuafa memiliki kompetitor dibidang penghimpunan dana zakat. kompetitor seharusnya berfungsi sebagai tolak ukur seberapa efektif pencapaian Dompot

Dhuafa dalam menghimpun dana zakat karena pada dasarnya masing-masing lembaga amil zakat memiliki tujuan yang baik untuk kemaslahatan umat. praktisi pemasaran harus selalu memperhatikan situasi kompetisi yang selalu berubah dan perlu diperhatikan juga perubahan program pemasaran kompetitor karena akan berdampak pula bagi berubahnya strategi pemasaran perusahaan sendiri.¹⁵

Jika melihat dari data hasil wawancara dengan *SPV Fundraising* Dompot Dhuafa pada tahun 2014 sampai 2015 awal mula berkembangnya zakat *online muzaki* masih dominan melakukan pembayaran zakat menggunakan metode konvensional dengan cara *muzaki* datang langsung ke Dompot Dhuafa Yogyakarta dan membayarkan kepada petugas. Setelah zakat *online* semakin dikenal masyarakat melalui sosialisasi yang baik, kebiasaan itu berbalik ditahun 2015 sampai sekarang. *Muzaki* sekarang lebih memilih metode pembayaran melalui *transfer*. Metode yang digunakan Dompot Dhuafa dalam hal untuk mempengaruhi kebiasaan masyarakat dalam hal membayar zakat, namun jika dilihat dari data perolehan dana zakat yang dikumpulkan Dompot Dhuafa sempat mengalami penurunan pada tahun 2016. Penurunan penghimpunan dana zakat ini disebabkan karena system yang masih lemah serta jika dilihat dari sistem pemasarannya, program pemasaran yang dibuat Dompot Dhuafa masih kurang efektif.

Menurut Morrisasn M.A. target pemasaran berisikan pembagian segmen – segmen dari pasar yang nantinya akan dipilih menjadi target pasar

¹⁵Morissan, M.A. 2010, “*Teory Komunikasi Massa*”, Bogor, Ghalia Indonesia, hlm. 21.

serta akan dijadikan fokus kegiatan pemasaran dan promosi.¹⁶ Pemasaran intinya memerlukan promosi dan dalam promosi melibatkan kreatifitas. Promosi ditujukan mengenalkan produk dan mengajak orang menggunakan produk tersebut. Promosi sangat mempengaruhi minat konsumen karena dalam proses promosi yang baik harus ada interaksi timbale balik antara produsen dan konsumen. Jika dalam hal ini Dompot Dhuafa dalam mempromosikan pembayaran zakat secara *online* dituntut untuk lebih kreatif agar lebih menarik minat masyarakat yang akan berujung pada meningkatnya dana himpunan zakat.

Dompot Dhuafa Yogyakarta memiliki target pasar khusus dalam mencari *muzaki*, utamanya dalam implementasi komunikasi pemasaran dan promosi. Metode penempatan posisi promosi atau yang lebih dikenal dengan *positioning* merupakan strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek ataupun perusahaan di dalam otaknya, serta di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu. Bagi sebuah lembaga tentu memiliki *positioning* dapat meningkatkan nilai jual sebuah lembaga atau perusahaan di masyarakat.¹⁷ Adapun *positioning* produk yang dilakukan Dompot Dhuafa dalam memasyarakatkan zakat, harus paham momen-momen tertentu seperti Ramadhan, Idul Adha, maulid nabi, saat gajian dan lain lain. Penentuan program berdasarkan momen akan semakin menjadikan program itu efektif karena sesuai dengan apa yang dialami masyarakat.

¹⁶ Morissan M. A., Ibid., hlm 54.

¹⁷ Ibid.

2. Peran Zakat Online dalam Optimalisasi Potensi Zakat di Indonesia

Persoalan kemiskinan akan terus menjadi perbincangan serius di Indonesia karena, negara dengan kekayaan alam yang melimpah, ternyata angka kemiskinan sangat tinggi. Kemiskinan adalah satu faktor dominan dari kekacauan sosial yang terjadi di banyak tempat. Pemerintah Indonesia memiliki sumber dana sebagai instrumen membiayai belanja negara serta mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui zakat.

Zakat merupakan kewajiban seorang muslim juga merupakan instrumen ekonomi dalam Islam. Hasil pengumpulan zakat merupakan sumber dana yang potensial bagi upaya pengentasan kemiskinan. Ini belum termasuk dana infaq, sadaqah serta wakaf yang bersifat sukarela dari masyarakat muslim. Sejarah mencatat, pada awal pemerintahan Islam di masa Nabi Muhammad SAW, zakat dan *ushr* (zakat atas pertanian dan buah-buahan) merupakan dua pendapatan paling utama.¹⁸

Penunaian zakat merupakan langkah nyata untuk membangun sinergi sosial yang dapat dikembangkan dalam konteks kehidupan modern, misalnya orang kaya yang memiliki harta dapat menyalurkan zakat kepada badan amil zakat atau lembaga amil zakat untuk didayagunakan. Kemudian oleh badan atau lembaga amil zakat tersebut dana zakat itu diwujudkan dalam bentuk pemberian keterampilan dan modal untuk diberikan kepada mustahik setelah kebutuhan pokok delapan orang yang berhak menerima zakat terpenuhi.

¹⁸ Karim, Adiwarmanto Azwar, 2004, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, hlm. 23.

Dalam perspektif nasional, badan amil zakat atau lembaga amil zakat diharapkan tidak hanya terpaku pada memikirkan kebutuhan sendiri, melainkan juga mau terlibat untuk memberi kepedulian terhadap warga masyarakat guna mengatasi kemiskinan dan kemelaratan. Dengan demikian, kehadiran badan amil zakat di samping bersifat keagamaan, juga ditempatkan dalam konteks cita-cita bangsa, yaitu membangun masyarakat yang sejahtera, adil, dan makmur. Oleh karena itu peningkatan daya guna badan amil zakat, khususnya dalam melakukan pembangunan ekonomi masyarakat mesti dilakukan.¹⁹

Zakat sebagai kewajiban seorang muslim harus di kelola dengan baik agar tujuan zakat untuk kemaslahatan umat dapat tercapai. Melihat mayoritas masyarakat Indonesia adalah pemeluk agama Islam tentu potensi zakatnya sangat besar dilihat dengan pesatnya pertumbuhan Lembaga Amil Zakat di Indonesia. Pesatnya pertumbuhan Organisasi Pengelola Zakat ditengah besarnya potensi zakat yang ada merupakan sebuah langkah awal yang baik untuk 3 memperbaiki pengelolaan zakat.

Penelitian terbaru BAZNAS pada tahun 2011, potensi zakat nasional mencapai Rp. 217 triliun yang terdiri dari Rp. 82,7 triliun potensi zakat rumah tangga, Rp. 2,4 triliun potensi zakat BUMN, dan Rp. 17 triliun potensi zakat tabungan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa potensi zakat dan perkembangan Organisasi Pengelola Zakat cukup besar. Ironisnya, tidak semua potensi zakat terealisasi dan terdistribusi dengan baik karena

¹⁹Agus Setyawati, Tuti Khaerani, "Optimalisasi Pengelolaan Zakat, Infak/Sedekah Terhadap Proses Kemandirian Masyarakat", Jurnal Media Neliti, h.2.

Organisasi Pengelola Zakat tidak mampu mengumpulkan semua potensi zakat tersebut. Pada tahun 2011, jumlah zakat yang berhasil dihimpun oleh BAZNAS se-Indonesia adalah 39 miliar rupiah dari 217 triliun rupiah yang dimuat juga dalam website BAZNAS www.baznas.or.id²⁰

Zakat dianggap mampu dalam pengentasan kemiskinan, karena zakat merupakan sarana yang dilegalkan agama dalam pembentukan modal. Pembentukan modal semata-mata tidak hanya berasal dari pengolahan dan pemanfaatan sumber daya alam saja, tetapi melalui upaya penyisihan sebagian harta bagi yang mampu, yang wajib dibayarkan kepada pengelola zakat. Zakat dianggap akan mampu memaksimalkan kualitas SDM melalui pengadaan sarana dan prasarana bagi masyarakat, meningkatkan produktifitas, serta meningkatkan pendapatan masyarakat secara umum.²¹

Penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam menjadi landasan zakat di Indonesia harus lebih optimal di Indonesia. Majelis Ulama Indonesia sebagai Otoritas Pengawas Syariah di Indonesia sudah mengupayakan berbagai peraturan untuk optimalisasi zakat. Fatwa MUI Nomor 3 tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, menyebutkan bahwa zakat penghasilan, yaitu setiap pendapatan seperti gaji, honorarium, upah, jasa yang diperoleh dengan cara halal, baik rutin seperti pejabat negara, pegawai, karyawan, maupun tidak rutin seperti dokter, pengacara, konsultan dan sejenisnya, serta pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan bebas lainnya. Hukumnya wajib apabila sampai nisab dan cukup haul yakni senilai 85 gram emas, dengan kadar 2.5%,

²⁰Khaerany Rizky, *Op.cit.*, h. 4.

²¹Amalia, Kasyful Mahalli, "Potensi dan Peranan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan di Kota Medan", *Jurnal Ekonomi Keuangan* Vol 1, (Desember 2012), hlm. 72.

langsung dikeluarkan apabila sampai nisab dan dikumpulkan setahun apabila tidak sampai nisab.²² Artinya jika ini diterapkan dengan benar kesejahteraan pasti akan meningkat.

Berdasarkan data tersebut, seharusnya jika potensi zakat di Indonesia dioptimalisasi dengan benar, maka otomatis tingkat kesejahteraan di Indonesia juga akan meningkat. Kehadiran Badan Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah adalah untuk menjawab berbagai tantangan aktual yang dihadapi umat Islam dengan memanfaatkan kekuatan yang ada pada umat Islam itu sendiri. Terutama lembaga pengelola zakat harus berubah dari pengelolaan zakat secara tradisional kepada cara yang lebih profesional dengan perumusan strategi. Salah satu strategi yang perlu diciptakan adalah menciptakan persepsi orang (terutama muzaki dan *mustahik*) tentang zakat dan pengelolannya.²³ Upaya optimalisasi terus dilakukan demi terjangkanya potensi zakat di Indonesia. Dengan program-program yang sudah dibentuk oleh BAZNAS dan LAZ yang ada di Indonesia termasuk lewat metode pembayaran yang kini sudah bisa dilakukan secara online. Pembayaran yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja tentu lebih memudahkan *muzaki* untuk melakukan pembayaran zakat. Artinya, sistem pembayaran zakat secara *online* yang tujuannya mempermudah seharusnya berdampak positif di masyarakat dan meningkatkan minat zakat pada masyarakat. Sesuai dengan pasal 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

²²Asnaini, "Optimalisasi Zakat Dalam Ekonomi Islam", Jurnal Al-'Adl Vol 8, (Juli, 2015), hlm 15.

²³Siti Aminah Chaniago, "Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan", Jurnal Hukum Islam Vol 13, I, (Juni, 2015), hlm. 54.

bahwa tujuan Pengelolaan Zakat adalah meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan, dengan begitu seharusnya sistem pembayaran zakat secara *online* berpengaruh dalam optimalisasi potensi zakat di Indonesia.

Dompot Dhuafa adalah salah satu Lembaga Amil Zakat di Indonesia yang sudah menerapkan pembayaran zakat secara *online*. Metode pembayaran ini sudah diterapkan Dompot Dhuafa sejak tahun 2014, diawali dengan PT Inti Prima Mandiri (*iPaymu*) menyediakan perhitungan zakat dan *payment gateway* berbasis teknologi yang menggunakan pemanfaatan *barcode*. Pembayaran zakat sejak itu terasa lebih mudah, tidak ada alasan lagi tidak mempunyai waktu atau kesulitan membayar zakat karena semua sudah diproses dengan berbasis *online*, teknologi ini mulai terkenal di masyarakat di tahun 2015 – hingga sekarang terus berkembang. Dompot Dhuafa Yogyakarta turut merasakan dari dampak sistem zakat berbasis *online*. Data Dompot Dhuafa Yogyakarta tentang penghimpunan zakat sejak tahun 2014.

Menurut data yang sudah ditampilkan pada tabel 1, penerimaan dana zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta dari data tersebut mengalami peningkatan yang signifikan tahun 2014 merupakan awal penerapan pembayaran zakat dengan sistem *online*. Tahun 2015 tepat setahun penerapan ini peningkatan sangat terlihat dengan jumlah dana zakat yang dihimpun meningkat 10,48%. Jumlah yang besar dan ini membuktikan sistem pembayaran *online* berperan dalam meningkatkan minat masyarakat untuk

membayar zakat dengan hal itu dana zakat secara otomatis meningkat, meskipun pada tahun 2016 dana zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta sempat mengalami penurunan 0,03% dari tahun sebelumnya. Penyebab menurunnya perolehan dana zakat ini disebabkan sistem yang belum matang, masih banyak pembaruan yang terkadang membuat masyarakat kurang memahami, namun setelah sistem diperbaiki serta sosialisasi yang dilakukan terus menerus jumlah penerimaan dana zakat kembali mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebesar 19,03% dari tahun sebelumnya. Jumlah ini menunjukkan sistem yang semakin baik berpengaruh dalam meningkatkan penghimpunan zakat.

Data dari Dompot Dhuafa terhadap peningkatan penghimpunan zakat tersebut berpengaruh pada cara pembayarannya yang mengalami perubahan. Masyarakat semakin meminati cara membarayan melalui media *online* dengan dibayarkan melalui *transfer*. Pada tahun 2014 sampai 2015 awal mula berkembangnya zakat online *muzaki* masih dominan melakukan pembayaran zakat menggunakan metode konvensional dengan cara muzaki datang langsung ke Dompot Dhuafa Yogyakarta dan membayarkan kepada petugas. Setelah zakat online semakin dikenal masyarakat melalui sosialisasi yang baik, kebiasaan itu berbalik ditahun 2015 sampai sekarang. Muzaki sekarang lebih memilih metode pembayaran melalui transfer. Peningkatan ini disebabkan oleh semakin membaiknya sistem dan sosialisasi yang dilakukan Dompot Dhuafa Yogyakarta. Perolehan yang semakin meningkat dengan upaya pembayaran dan sosialisasi secara *online*, menunjukkan bahwa sistem ini berperan dalam upaya optimalisasi potensi zakat di Indonesia, jika sistem

ini terus ditingkatkan kualitasnya semakin meningkat juga optimalisasi potensi zakat di Indonesia yang sangat besar. Manfaatnya semua akan kembali kepada kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Sistem zakat secara *online* pada Dompot Dhuafa Republika Yogyakarta dengan data yang sudah dipaparkan ternyata juga memiliki beberapa dampak dalam masyarakat, antara lain :

- a. Pembayaran Zakat secara *online* lebih mempersingkat waktu dan lebih *efisien* karena tidak memakan waktu untuk pergi langsung ke Lembaga Amil Zakat.
- b. Zakat menggunakan sistem *online* lebih memudahkan *muzaki* memperoleh informasi tentang zakat karena informasi bisa di peroleh dimana saja dan kapan saja baik melalui *website* dan media sosial.
- c. Laporan zakat secara online lebih jelas dan bisa di pantau terus melalui telepon genggam karena pada setiap pendistribusian zakat dan pelaksanaan program terus di bagikan ke media sosial, *e-mail*, *website*, atau laporan konsolidasi.
- d. Transaksi zakat lebih aman karena akan ditangani langsung dengan sistem yang bernama Dompot Dhuafa Enterprise System (DESI). Sitem ini akan langsung meneruskan ke nomor telepon dan *e-mail* sehingga *muzaki* mengetahui transaksi sudah diterima.
- e. Pembayaran zakat secara *online* bisa dilakukan dimana sajakarena menggunakan sistem pembayaran *transfer*, dengan begitu *muzaki* bisa melakukannya di mana saja dan kapan saja.

- f. Masyarakat lebih giat dalam berzakat karena dalam sistem zakat *online* selalu ada *notifikasi* atau pemberitahuan tentang kapan harus bayar zakat dan bagaimana cara membayarnya baik melalui *website* maupun semua sosial media.

Sistem pembayaran secara online selain memiliki dampak positif di masyarakat, juga masih memiliki kekurangan, antara lain :

- a. Masyarakat terutama di usia 30 tahun keatas rata-rata kurang mengerti dengan sistem online dan tidak terbiasa, tentu dengan tidak terbiasa menggunakan sistem online masih banyak juga masyarakat yang membayar dengan cara konvensional.
- b. Koneksi internet harus stabil dan baik, jika koneksi internet kurang baik tentu transaksi juga akan terhambat.
- c. Jika terjadi kerusakan pada sistem maka semua transaksi akan gagal juga.

Dompot Dhuafa selaku Lembaga Amil Zakat yang sudah berkontribusi di Indonesia selama 25 tahun tentu memiliki pengalaman yang besar. Tercatat pembayaran zakat yang di lakukan di Dompot Dhuafa dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan antara 5 – 10 persen dan jumlah ini akan meningkat juga di momen-momen tertentu seperti Ramadhan. Data dari Dompot Dhuafa menunjukkan dengan adanya pembayaran zakat dengan sistem *online* mengubah kebiasaan masyarakat tentang cara melakukan pembayaran. Masyarakat dulu sekitar 70% masih melakukan pembayaran dengan cara konvensional yaitu datang langsung ke Dompot Dhuafa dan baru kisaran 30% yang melakukan transfer, namun sejak berkembangnya sistem pembayaran

secara *online* melalui *landingpage* dan media sosial, kebiasaan masyarakat sekarang berbalik. Sekrang 70% dari masyarakat melakukan pembayaran secara *transfer* melalui sistem *online* dan 30% masih melakukan pembayaran secara konvensional dengan datang ke Dompot Dhuafa.

Pembayaran zakat secara *online* terbilang cukup efektif karena mampu meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat dengan segala keunggulan sistem berbasis *online*. Melihat perkembangan ini, jika kita hubungkan dengan potensi zakat di Indonesia, sebenarnya pembayaran zakat *online* perlu di tingkatkan kembali kualitasnya karena dapat berperan penting dalam optimalisasi potensi zakat yang ada. Informasi dan sosialisasi kepada kelompok umur 30 ke atas tentang sistem pembayaran zakat secara *online* bisa jadi langkah yang diambil selain juga wajib membenahi sistem yang sudah ada agar lebih mempermudah.

Pengelolaan zakat dengan sistem *online* memang salah satu strategi jitu dalam upaya optimalisasi potensi zakat yang ada di Indonesia, namun masih banyak kekurangan di dalamnya. Kekurangan atau hambatan yang dialami pengelolaan zakat dengan sistem online adalah program yang masih sangat tergantung dengan pengelola pusat, ini disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia untuk mengolah dan mengembangkan program digital marketing maupun dari sistem yang langsung mengelola pembayaran zakat. Akibatnya banyak tenaga di Dompot Dhuafa yang merangkap jabatan dan itulah penyebab program sulit berkembang.

