



DIGITALISASI ZAKAT PRODUKTIF: INOVASI LEMBAGA AMIL ZAKAT DALAM MENJANGKAU GENERASI Z (STUDI KUALITATIF DI KABUPATEN TABALONG)

Syifada Mufida, Fahmi Hamdi

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi inovasi digital dalam pengelolaan zakat produktif oleh lembaga amil zakat (LAZ) di Kabupaten Tabalong serta menganalisis keterlibatan Generasi Z sebagai muzakki dan mustahik. Digitalisasi zakat menjadi strategi penting untuk menjangkau generasi digital native yang akrab dengan layanan cepat, transparan, dan berbasis teknologi. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaksana program serta Generasi Z yang terlibat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital efektif meningkatkan partisipasi. Namun, tantangan berupa rendahnya literasi zakat dan keterbatasan infrastruktur digital tetap menjadi hambatan. Penelitian ini menekankan pentingnya penguatan edukasi, strategi komunikasi digital yang tepat sasaran, serta pendampingan yang berkelanjutan agar generasi muda tidak hanya menjadi mustahik, tetapi juga tumbuh menjadi muzakki masa depan.

Kata Kunci: Zakat produktif, digitalisasi zakat, generasi Z.

PENDAHULUAN

Zakat adalah pilar utama dalam ajaran Islam yang memainkan peranan vital dalam menciptakan struktur masyarakat yang adil dan seimbang, baik dari sisi ekonomi maupun sosial. Melalui mekanisme distribusi kekayaan yang diatur secara syariat, zakat tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ibadah

personal, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan umat, pengentasan kemiskinan, dan pemerataan kesejahteraan. Keberadaannya mampu menjadi fondasi bagi terciptanya solidaritas sosial dan memperkecil kesenjangan antara kelompok

*Correspondence Address : mufidasyifa4@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v12i8.2025. 3653-3669

© 2025UM-Tapsel Press

masyarakat yang mampu dengan yang kurang beruntung..²

Di era modern saat ini, zakat telah mengalami perluasan makna dan fungsi; tidak sekadar dipandang sebagai kewajiban ibadah individu semata, melainkan juga diakui sebagai instrumen strategis dalam sistem keuangan sosial Islam yang berpotensi besar dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Salah satu wujud inovatif dari perkembangan pendayagunaan zakat adalah konsep zakat produktif, yakni penyaluran zakat dalam bentuk dukungan modal usaha, pelatihan keterampilan, serta penyediaan sarana produksi kepada para mustahik. Tujuannya adalah agar para penerima zakat tidak hanya memperoleh bantuan sesaat, tetapi juga dapat meningkatkan kapasitas ekonomi mereka secara berkelanjutan hingga mampu berdiri secara mandiri dan berkontribusi aktif dalam roda perekonomian umat.³ Konsep ini selaras dengan semangat *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya dalam pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi berkelanjutan.⁴

Menurut laporan terkini yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Maret 2024, tercatat bahwa jumlah masyarakat yang berada di bawah garis kemiskinan di Indonesia mencapai angka 25,22 juta jiwa. Capaian ini menunjukkan adanya tren positif berupa penurunan jumlah penduduk miskin sebesar 680 ribu orang jika dibandingkan dengan

periode yang sama pada tahun sebelumnya (year-on-year). Selain itu, bila dibandingkan dengan data pada September 2022, terjadi pengurangan jumlah penduduk miskin sebanyak 1,14 juta jiwa, menandakan adanya perbaikan kondisi sosial-ekonomi secara bertahap di tanah air. Menariknya, hasil analisis data menunjukkan bahwa mayoritas keluarga mustahik dengan kepala keluarga laki-laki berhasil keluar dari kemiskinan sebesar 50,6%, sedangkan untuk kepala keluarga perempuan tercatat sebesar 44%. Temuan ini menegaskan bahwa program-program yang bersifat produktif dan inklusif dapat menjadi sarana strategis dalam mempercepat proses pengentasan kemiskinan. Oleh sebab itu, diperlukan upaya berkelanjutan dalam bentuk inovasi layanan zakat produktif yang konsisten, terstruktur, dan menyasar kelompok rentan secara tepat sasaran agar penurunan angka kemiskinan dapat terus dipertahankan.

Kemajuan teknologi digital telah membawa dampak signifikan terhadap transformasi sistem pengelolaan zakat di Indonesia. Memasuki era Revolusi Industri 4.0 yang dipadukan dengan konsep Masyarakat 5.0, digitalisasi menjadi suatu kebutuhan yang tak terelakkan dalam berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali dalam ranah filantropi Islam. Pemanfaatan teknologi informasi kini menjadi sarana strategis untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, serta jangkauan distribusi

² Karimah, A. R., Kholida, A. D., Fajar, M. S., Kusna, M. D. L., & Hidayati, A. N. (2025). Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Negara Berkembang di Asia. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 3(5), Article 5. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i5.4639>

³ Ghofur, U. (2024). Analisis Pendistribusian Zakat Produktif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik (Kajian Pada Baznas Kabupaten

Tanjung Jabung Timur). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 5(1), 32–44.

⁴ Daeroby -, A., & Mawardi, I. (2024). Menakar Peran Baznas Kota Semarang sebagai Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs) pada Sektor Ekonomi: Measuring the Role of Baznas Semarang City as Implementation of Sustainable Development Goals (SDGs) in the Economic Sector. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.28918/jief.v4i1.6976>

zakat, sehingga mampu memperkuat peran zakat sebagai instrumen sosial yang adaptif terhadap dinamika zaman.⁵ Transformasi digital dalam pengelolaan zakat telah membuka peluang besar untuk mempercepat proses penghimpunan, pengelolaan, dan penyaluran dana zakat secara lebih efisien, akuntabel, dan transparan. Kehadiran layanan zakat melalui aplikasi mobile, platform crowdfunding berbasis syariah, dompet digital, hingga integrasi sistem pembayaran dengan QRIS, secara signifikan memperluas cakupan pelayanan lembaga amil zakat, khususnya dalam menjangkau generasi muda yang akrab dengan teknologi. Meski demikian, dinamika ini juga menghadirkan tantangan baru, di antaranya masih rendahnya literasi digital di kalangan sebagian mustahik, serta kebutuhan mendesak akan peningkatan kapasitas sumber daya manusia di lingkungan LAZ agar mampu beradaptasi secara optimal terhadap perkembangan teknologi digital yang terus bergerak maju.

Kabupaten Tabalong di Kalimantan Selatan menjadi salah satu daerah yang cukup progresif dalam inovasi pengelolaan zakat berbasis digital. Data Baznas Tabalong menunjukkan adanya peningkatan tren penyaluran zakat produktif dengan skema digital kepada pelaku UMKM, petani muda, dan wirausahawan. Program-program seperti 'Pejabat Berzakat' menjadi contoh konkret bagaimana kolaborasi antara

pemerintah daerah, lembaga zakat, dan masyarakat muda dapat mendorong ekosistem zakat yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Selain itu, program daerah seperti 'Bela Tani' dari Pemerintah Kabupaten Tabalong juga turut bersinergi dengan program zakat produktif dalam memperkuat sektor pertanian berbasis pemberdayaan mustahik.⁶

Dalam konteks demografi, Generasi Z merupakan aktor kunci yang memiliki peran ganda dalam sistem zakat (sebagai muzakki digital sekaligus sebagai mustahik produktif).⁷ Generasi ini tumbuh dalam lingkungan serba digital dan memiliki kecenderungan untuk memilih layanan yang cepat, transparan, dan berbasis teknologi.⁸ Namun di sisi lain, tidak semua anggota generasi Z memiliki akses dan literasi yang cukup, terutama mereka yang berada di wilayah pinggiran atau berasal dari latar belakang ekonomi rendah. Oleh karena itu, pendekatan zakat digital harus mempertimbangkan aspek inklusivitas, edukasi, dan pendampingan berkelanjutan.

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk inovasi digital dalam pengelolaan zakat produktif yang diterapkan oleh LAZ di Kabupaten Tabalong, serta mengkaji respons dan keterlibatan generasi Z sebagai muzakki maupun mustahik. Penelitian ini juga menganalisis tantangan-tantangan yang dihadapi dalam proses digitalisasi zakat produktif

⁵ Indranata, C. J. (2024). *Analisis Manajemen Zakat Berbasis Blockchain Technology Sebagai Strategi Optimalisasi Kebijakan Sustainable Development Goals* [Thesis, Universitas Islam Indonesia].
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48871>

⁶ Baznas Tabalong. (2025, May 20). *Pengurus Baznas Kabupaten Tabalong*.

⁷ Muntazar, A. (2024). *Fiqh Zakat Kontemporer*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

⁸ Moeins, A., M.M, D. R. R. A., S. E., M.Si, D. (c) D. G., & M.M, D. A. L., M. A. (2024). *Strategi Penguatan Kinerja Generasi Z dalam Menghadapi Indonesia Emas 2045*. Takaza Innovatix Labs.

dan menawarkan rekomendasi strategis bagi penguatan sinergi antara lembaga zakat, pemerintah daerah, dan komunitas generasi muda.

Zakat Produktif

Zakat merupakan sejumlah harta tertentu yang secara wajib harus dikeluarkan oleh setiap individu Muslim yang telah memenuhi kriteria dan ketentuan syar'i yang telah ditetapkan. Kewajiban ini muncul ketika harta yang dimiliki telah mencapai nisab dan haul, sebagai bentuk ketaatan kepada Allah sekaligus wujud kepedulian sosial terhadap sesama.⁹ Secara bahasa, istilah zakat memiliki makna yang mencerminkan nilai-nilai spiritual dan moral, yakni suci, berkembang, serta membawa keberkahan. Dalam Al-Qur'an, makna zakat dijelaskan melalui berbagai ayat, salah satunya Surah Maryam [19] ayat 13, di mana zakat diartikan sebagai bentuk kesucian jiwa. Sementara itu, dalam Surah An-Nur [24] ayat 2, zakat juga dimaknai sebagai upaya pensucian diri dari perilaku tercela dan dosa, sehingga menegaskan bahwa zakat tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga berdimensi etis dan spiritual dalam kehidupan seorang Muslim.¹⁰ Sebagai bagian fundamental dari lima rukun Islam, zakat diwajibkan untuk diberikan kepada kelompok-kelompok yang berhak menerimanya, yang dikenal sebagai golongan asnaf. Dalam praktik distribusinya, penyaluran dana zakat dibedakan menjadi dua bentuk utama, yaitu zakat konsumtif yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dasar

mustahik secara langsung, seperti sandang, pangan, dan papan serta zakat produktif, yang diarahkan untuk pemberdayaan ekonomi melalui penyediaan modal usaha, pelatihan, atau sarana produksi guna mendorong kemandirian dan keberlanjutan kesejahteraan penerimanya.¹¹ Penyaluran zakat dalam bentuk konsumtif merujuk pada pemberian dana zakat secara langsung kepada para mustahik untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka tanpa disertai upaya pemberdayaan lebih lanjut. Berbeda halnya dengan zakat produktif, di mana penyaluran dana zakat disertai dengan program pemberdayaan, seperti pelatihan keterampilan, bantuan modal, atau fasilitas usaha, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi mustahik agar dapat mandiri dan keluar dari ketergantungan bantuan.¹²

Sebagaimana pada tabel berikut:

TABEL 1. Perbedaan Zakat Konsumtif dan Zakat Produktif

Aspek	Zakat Konsumtif	Zakat Produktif
Tujuan	Memenuhi kebutuhan dasar mustahik	Memberdayakan mustahik agar mandiri
Bentuk	Uang tunai, bahan makanan, pakaian	Modal usaha, peralatan kerja, pelatihan keterampilan
Dampak	Jangka pendek	Jangka panjang

Berdasarkan data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa zakat produktif merupakan bentuk

⁹ Muftisany, H. (2021). *Zakat Fitrah dan Zakat Profesi*. Intera.

¹⁰ Triyanto, A., Syaputra, A. D., Saifudin, A., & Hinawati, T. (2023). Tafsir Mustahiq Zakat Perspektif Literatur Sosiologi Reaktualisasi QS. At Taubah (9): 60. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3364–3370.

¹¹ Kamaluddin, I., & Khoiriah, A. S. (2024). Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Dengan

Pendistribusian Zakat. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 9368–9382.

¹² Nurjannah, N., & Ria Armayani Hasibuan, R. (2022). Analisis Pendistribusian Zakat Produktif Pada Lembaga Amil Zakat Nasional Inisiatif Zakat Indonesia Cabang Sumatera Utara. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 209–220. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i2.1281>

pengelolaan zakat yang diarahkan pada aktivitas yang bersifat produktif dan berkelanjutan. Mengacu pada pendapat Abdurrahman Qadir yang dikutip dalam karya Afif dan rekan-rekannya, zakat produktif adalah bentuk harta yang berasal dari muzakki dan diberikan kepada mustahik bukan untuk langsung dikonsumsi, melainkan untuk dikembangkan melalui kegiatan usaha. Dengan kata lain, dana zakat tersebut dimanfaatkan sebagai modal atau sarana pendukung agar mustahik mampu meningkatkan taraf ekonominya secara mandiri melalui aktivitas yang bernilai ekonomi.¹³ Melalui pendekatan ini, mustahik diharapkan mampu mencukupi kebutuhan dasar mereka secara berkelanjutan tanpa terus bergantung pada bantuan. Oleh karena itu, zakat produktif dipahami sebagai strategi optimalisasi dana zakat dengan cara menyalurkannya kepada mustahik dalam bentuk modal usaha, peralatan penunjang kegiatan ekonomi, pelatihan keterampilan, serta pendampingan intensif. Tujuan utama dari skema ini adalah mengubah status mustahik menjadi pribadi yang mandiri secara ekonomi hingga kelak mampu menjadi muzakki. Pada praktiknya, bentuk penyaluran yang dinilai paling efektif adalah pemberian modal usaha bersifat komersial, yang dapat langsung dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi produktif.

Sebagai instrumen sosio-ekonomi dalam ajaran Islam, zakat tidak hanya mengandung dimensi spiritual sebagai bentuk ibadah kepada Allah, tetapi juga memiliki fungsi sosial yang

sangat signifikan. Di antara tujuan utama zakat adalah menciptakan keadilan sosial dan pemerataan distribusi kekayaan di tengah masyarakat, sehingga kesenjangan ekonomi dapat diminimalkan. Selain itu, zakat juga berperan penting dalam menghapus kemiskinan dan meredam kecemburuan sosial, dengan cara menguatkan solidaritas antarkelompok masyarakat dan membangun harmoni sosial melalui sistem redistribusi kekayaan yang adil dan berkah.¹⁴ Dalam Q.S At-Taubah/9: 103), Allah SWT. berfirman:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا
وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ

Artinya: “Ambillah zakat¹⁵ dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. (Q.S. At-Taubah/9: 103)

Makna yang terkandung dalam firman Allah SWT dalam Surah At-Taubah ayat 103 dapat ditafsirkan bahwa di dalam ayat tersebut terdapat kata “*tuzakkihim*”, yang berasal dari akar kata “*zakka*”. Kata ini memiliki dua makna utama, yaitu menyucikan dan mengembangkan. Menyucikan dalam konteks ini mengacu pada pembersihan jiwa dan harta dari sifat kikir dan dosa, sementara makna mengembangkan merujuk pada potensi tumbuhnya keberkahan serta peningkatan nilai spiritual dan sosial melalui penunaian zakat.¹⁵ Pengembangan yang dimaksud dalam konteks zakat dapat dilihat dari dua sudut pandang utama, salah satunya adalah aspek spiritual. Dalam dimensi

¹³ Afif, M., Triyawan, A., Huda, M., Sunjoto, A. R., & Fajaruiddin, A. (2021). *Optimalisasi Pengelolaan Filantropi Islam Berbasis Masjid*. Unida Gontor Press.

¹⁴ Jacob, J., Kotib, M., Kamal, M., Semmawi, R., & Syam, F. (2024). Peran Zakat dalam Pengentasan

Kemiskinan di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(4), 2961–2970.

¹⁵ Yanti, I. N., & Makhtum, A. (2023). Pendayagunaan Zakat Produktif Program One Pesantren One Product Untuk Penguatan Kemandirian Pesantren. *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law*, 2(3), Article 3

ini, Allah SWT menjanjikan pelipatgandaan pahala bagi hamba-Nya yang menunaikan zakat, karena mereka telah menjalankan kewajiban syariat dengan penuh keikhlasan. Selain itu, tindakan tersebut mencerminkan empati dan kepedulian terhadap sesama, khususnya kepada mereka yang berada dalam kesulitan, sehingga selain menyucikan jiwa, zakat juga menjadi jalan untuk meraih ridha dan keberkahan dari Allah.¹⁶ Firman Allah SWT. *"Dan yang kamu berikan berupa zakat dengan maksud untuk mencapai keridhaan Allah, maka mereka itulah orang-orang yang melipatgandakan pahalanya."* (Q.S Ar-Rum/30: 39). Kedua, dari sisi ekonomi, zakat memiliki peran strategis dalam mendorong perputaran ekonomi di masyarakat. Ketika harta zakat disalurkan kepada para mustahik, hal itu secara tidak langsung meningkatkan daya beli mereka terhadap berbagai kebutuhan hidup, sehingga mampu menggerakkan sektor konsumsi. Dana zakat yang digunakan oleh mustahik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pada akhirnya menciptakan efek berantai yang positif dalam aktivitas ekonomi. Dengan begitu, manfaat zakat tidak hanya dirasakan oleh muzakki sebagai bentuk ibadah dan pembersihan harta, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi mustahik dalam memperbaiki taraf hidup mereka secara langsung.

Selanjutnya, dalam sebuah hadist diriwayatkan ketika Rasulullah Saw. memberikan sejumlah zakat kepada Umar bin Khatab yang hendak menjadi amil, yang mengandung makna bahwa

harta zakat yang telah diwakafkan sebenarnya dapat diproduksi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar (الدرر السنية - الموسوعة الحديثية - شروح /الأحاديث, n.d.). Meskipun zakat ini adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh semua umat Islam. Namun agar zakat efektif, yang berhak adalah mereka yang mempunyai harta lebih atau mereka yang tidak miskin.

Zakat memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi produktif yang bertujuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, khususnya kelompok mustahik. Selain berlandaskan pada ketentuan syariat Islam, konsep zakat produktif juga memperoleh legitimasi dari aspek hukum normatif di Indonesia. Hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, khususnya pada Pasal 25 yang menyatakan bahwa zakat wajib disalurkan kepada mustahik sesuai prinsip-prinsip syariah. Selanjutnya, Pasal 27 menjelaskan bahwa zakat juga dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan usaha produktif sebagai bagian dari upaya pemberdayaan fakir miskin serta peningkatan kualitas umat, sehingga zakat tidak hanya menjadi alat bantu sesaat, tetapi juga solusi jangka panjang dalam pembangunan sosial-ekonomi.¹⁷ Dalam proses pendistribusiannya, zakat efektif dibedakan menjadi dua jenis, yaitu zakat efektif tradisional dan zakat efektif kreatif.¹⁸ Zakat dalam bentuk tradisional dianggap efektif apabila mampu

¹⁶ Muntazar, A. (2024). *Fiqih Zakat Kontemporer*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

¹⁷ Arbaien, M. F. N., & Nurhasanah, E. (2024). Analisis Pendayagunaan dan Zisproduktif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik (Studi Kasus Pada LPI Al-Muttaqin Kota Tasikmalaya). *LA*

ZHULMA Jurnal Ekonomi Syariah, 4(2). <https://doi.org/10.70143/lazhulma.v4i2.270>

¹⁸ Ainiyah, A. R., & Bramayudha, A. (2021). Kegiatan Pendistribusian Zakat Produktif Pemberdayaan UMKM di LAZIZMU Kabupaten Gresik. *Journal of Islamic Management*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.15642/jim.v1i2.553>

mendorong terbentuknya kegiatan usaha baru atau membuka peluang kerja bagi masyarakat yang membutuhkan, sehingga berdampak langsung pada peningkatan taraf hidup mustahik. Sementara itu, zakat yang bersifat kreatif dan inovatif memiliki efektivitas yang lebih tinggi ketika disalurkan dalam bentuk modal usaha yang dapat dimanfaatkan untuk memperbesar kapasitas ekonomi penerimanya. Pendekatan ini tidak hanya membantu mustahik memenuhi kebutuhan jangka pendek, tetapi juga mendorong kemandirian melalui penguatan ekonomi berbasis pemberdayaan.¹⁹

Sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas pengelolaan zakat di Indonesia, maka Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) turut mengelola zakat produktif. Dengan mengalokasikan dana zakat untuk investasi dalam proyek-proyek, hasil zakat produktif bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mustahik secara berkelanjutan. Beberapa contoh program zakat produktif BAZNAS antara lain²⁰:

1. **Pemberian Modal Usaha:** BAZNAS memberikan modal usaha kepada mustahik yang berpotensi untuk membuka usaha produktif seperti warung sembako, warung makan, atau usaha mikro lainnya. Modal tersebut biasanya diberikan dalam bentuk pinjaman tanpa bunga atau bantuan modal usaha.

2. **Pelatihan dan Pendampingan Usaha:** Selain memberikan modal, BAZNAS juga memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mustahik untuk

membantu mereka dalam mengelola usaha dengan baik. Pelatihan ini mencakup manajemen usaha, keuangan, pemasaran, dan keterampilan lain yang diperlukan.

3. **Program Pertanian dan Peternakan:** BAZNAS juga mengalokasikan dana zakat untuk proyek-proyek pertanian dan peternakan yang bertujuan untuk meningkatkan produksi dan pendapatan petani dan peternak mustahik. Ini dapat berupa bantuan bibit, peralatan, atau infrastruktur pertanian dan peternakan.

4. **Program Kewirausahaan Sosial:** BAZNAS juga mendukung program-program kewirausahaan sosial yang dijalankan oleh organisasi atau lembaga mitra. Program ini dapat mencakup pelatihan kewirausahaan, bantuan modal, atau infrastruktur pendukung bagi usaha-usaha sosial yang dimiliki atau dijalankan oleh mustahik.

5. **Pembiayaan Pendidikan dan Pelatihan:** BAZNAS juga mengalokasikan dana zakat untuk pembiayaan pendidikan dan pelatihan bagi mustahik yang ingin meningkatkan keterampilan atau pendidikan mereka guna meningkatkan potensi ekonomi mereka. Program-program ini bertujuan untuk memberdayakan mustahik secara ekonomi sehingga mereka dapat mandiri dan meningkatkan kesejahteraan mereka dalam jangka panjang.²¹

Digitalisasi Zakat: Generasi Z dan Teknologi

Digitalisasi zakat merupakan bentuk inovasi dalam pengelolaan zakat yang memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efektivitas,

¹⁹ Mahadhir, M. S., & Arifai, A. (2021). Zakat Produktif Dalam Tinjauan Hukum Islam. *ADL ISLAMIC ECONOMIC*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.56644/adl.v2i2.29>

²⁰ Nasrul, A., Materan, M., & Yunus, Z. R. binti. (2025). Efektivitas Zakat Produktif Serta

Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Mustahik. *Ghaly: Journal of Islamic Economic Law*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.21093/ghaly.v3i1.9230>

²¹ Ibid.

efisiensi, dan transparansi dalam proses penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusian dana zakat (Nasrul et al., 2025). Konsep ini lahir dari tuntutan zaman digital, di mana masyarakat khususnya generasi muda cenderung menginginkan kemudahan, kecepatan, dan akuntabilitas dalam layanan publik, termasuk dalam aktivitas keagamaan seperti membayar zakat (Kurniawan, 2020). Menurut Marsella dan Nurzaman, digitalisasi zakat mencakup beberapa aspek penting, yaitu (Marsella & Nurzaman, 2023, pp. 3067–3068):

1. Penghimpunan digital. Proses pembayaran zakat dilakukan secara daring melalui platform digital seperti aplikasi zakat, dompet digital (e-wallet), transfer bank online, maupun *website* lembaga zakat. Inovasi ini memudahkan muzakki dalam menunaikan kewajibannya tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

2. Pencatatan dan pelaporan digital. Penggunaan sistem manajemen zakat berbasis teknologi informasi memungkinkan pencatatan transaksi secara otomatis, rapi, dan dapat diakses dengan mudah. Pelaporan penggunaan dana zakat pun bisa dilakukan secara real time kepada publik, sehingga meningkatkan transparansi dan kepercayaan muzakki.

3. Distribusi dan monitoring digital. Digitalisasi tidak hanya terjadi di sisi penghimpunan, tetapi juga dalam distribusi zakat. Penyaluran dana zakat ke mustahik dapat dilakukan melalui transfer digital, serta dimonitor melalui sistem pelaporan dan evaluasi berbasis aplikasi. Hal ini memungkinkan pengawasan yang lebih akurat serta efektivitas distribusi yang lebih tinggi.

Adapun bentuk digitalisasi zakat yang kini berkembang antara lain²²:

1. Aplikasi zakat (misalnya: BAZNAS Mobile, Rumah Zakat App) yang menyediakan kalkulator zakat, fitur donasi, laporan digital, hingga pengingat waktu pembayaran zakat;

2. Dompet digital (seperti GoPay, OVO, DANA) yang memfasilitasi pembayaran zakat dan sedekah dengan cepat;

3. *Website* interaktif dan crowdfunding sebagai sarana kampanye program zakat produktif serta transparansi laporan dana yang telah digunakan;

4. QR code zakat sebagai sarana pembayaran cepat dan praktis di masjid, komunitas, maupun acara keagamaan.

Digitalisasi zakat berperan sebagai strategi dalam mendekatkan lembaga zakat kepada generasi muda dan masyarakat urban yang lebih akrab dengan teknologi digital.²³ Hal ini sejalan dengan transformasi zakat dari sekadar kegiatan filantropi menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi umat yang berbasis teknologi dan data. Namun demikian, digitalisasi zakat juga menghadapi tantangan seperti kesenjangan literasi digital antara muzakki dan mustahik, isu keamanan data, serta kebutuhan infrastruktur teknologi di daerah. Oleh karena itu, digitalisasi zakat tidak hanya membutuhkan pendekatan teknologis, tetapi juga pendekatan edukatif dan sosial agar inklusif dan berkeadilan.

Generasi Z, yang secara demografis mencakup individu kelahiran tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang

²² Latifah, F. N., & Lubis, R. H. (2020). Digitalization of ZISWAF Development in Indonesia. *CIFET* 2019. https://www.researchgate.net/publication/348818837_Digitalization_of_ZISWAF_Development_in_Indonesia

²³ Ghayati, R. H., Ghanistyana, L. P., Nengsih, N. W., Septika, E., & Azhari, H. (2025). Strategi Kampanye Zakat pada Akun Instagram @Dompetdhuafaorg. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4316>

dalam lingkungan teknologi digital yang telah matang.²⁴ Generasi Z dikenal sebagai generasi digital native yang akrab dengan media sosial, aplikasi, dan sistem digital. Mereka menuntut kecepatan, transparansi, dan partisipasi dalam berbagai aktivitas social.²⁵ Tidak seperti generasi-generasi sebelumnya yang harus beradaptasi dari era analog menuju dunia digital, Generasi Z lahir dan tumbuh langsung dalam ekosistem digital yang serba terhubung. Mereka sejak awal telah akrab dengan internet, media sosial, dan teknologi mobile, menjadikan perangkat digital bukan sekadar alat bantu, melainkan bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka.²⁶ Oleh karena itu, mereka sering disebut sebagai digital natives.

Secara karakteristik, generasi Z memiliki beberapa ciri yang sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi. Pertama, mereka cenderung mengandalkan kecepatan informasi dan menyukai layanan berbasis digital yang instan.²⁷ Akses terhadap informasi yang serba cepat telah membentuk ekspektasi tinggi terhadap efisiensi dan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas sosial dan

keagamaan. Kedua, generasi ini menunjukkan tingkat literasi digital yang tinggi²⁸. Mereka mahir menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, serta terbiasa mengakses informasi melalui smartphone. Aktivitas mereka di dunia maya tidak hanya sebatas hiburan, tetapi juga menjadi sarana belajar, berdakwah, berdonasi, dan menyuarakan aspirasi social.

Ketiga, generasi Z memiliki orientasi partisipatif dan kolaboratif.²⁹ Mereka senang terlibat dalam kampanye digital, penggalangan dana online (crowdfunding), serta berbagai gerakan sosial berbasis komunitas virtual. Mereka juga sangat peduli terhadap nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, dan keaslian dalam partisipasi sosial, termasuk dalam hal berzakat, berdonasi, atau menjadi relawan digital. Keempat, teknologi bukan hanya alat bantu, tetapi menjadi bagian dari identitas sosial mereka.³⁰ Interaksi, reputasi, dan kebermaknaan aktivitas sering kali dibentuk dan dinilai melalui platform digital. Oleh sebab itu, keterlibatan generasi Z dalam program-program sosial keagamaan akan lebih efektif jika

²⁴ Aflachal Muthowah. (2024). Pesan Dakwah Melalui Akun Tiktok Dalam Melestarikan Nilai Islami Pada Gen Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 6(1), 146–158. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v6i1.3198>

²⁵ Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 01–11. <https://doi.org/10.55606/ay.v4i2.2>

²⁶ Fitriani, & Anwar, K. (2025). *STRATEGI MENGELOLA GENERASI Z DI TEMPAT KERJA: Produktivitas, Komunikasi, dan Pengembangan Karir*. Arus Pedia Creative.

²⁷ Rusli, T. S., Kemala, R., & Nazmi, R. (2024). *PENDIDIKAN KARAKTER GEN-Z: Tips dan Trik*

Mendidik Karakter Gen-Z bagi Pendidik. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

²⁸ Badri, M. (2022). Pribumi Digital Moderat: Profil Kecakapan Komunikasi Digital Generasi Z. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.653>

²⁹ Rosmita, D. (2025). Pergeseran Nilai Sosial pada Generasi Z: Antara Individualisme dan Kolektivitas Digital. *Journal of Mandalika Social Science*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.59613/jomss.v3i1.250>

³⁰ Daffa, D. R., Arthuro, D., Fernanda, J. A., & Pratama, Muh. B. W. (2024). Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(2). file:///C:/Users/User/Downloads/JIPSOSHUM+Vol+2+no+2+Mei+2024+hal+169-183.pdf

menggunakan pendekatan digital yang sesuai dengan ekosistem digital mereka.

Dalam konteks pengelolaan zakat, pemahaman terhadap karakteristik generasi Z sangat penting. Sebagai kelompok usia produktif yang mulai berperan sebagai muzakki dan pelaku ekonomi digital, generasi ini memiliki potensi besar untuk mendukung pengembangan zakat, khususnya melalui digitalisasi zakat produktif. Lembaga amal zakat dituntut untuk menyesuaikan strategi penghimpunan dan pelaporan dengan gaya komunikasi dan ekspektasi generasi Z agar relevan dan diterima dengan baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi digitalisasi zakat produktif yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Kabupaten Tabalong dalam menjangkau Generasi Z. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pengelola atau pengurus LAZ, muzakki, dan mustahik dari kalangan Generasi Z, observasi terhadap pelaksanaan program zakat digital, serta studi dokumentasi dari laporan dan arsip program yang relevan. Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara semi-terstruktur yang disusun untuk menggali informasi tentang bentuk inovasi digital, respons generasi Z, serta hambatan yang dihadapi. Analisis data dilakukan secara tematik melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber dan teknik guna menjamin kredibilitas dan keabsahan hasil temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi dan Strategi Digital oleh Lembaga Amil Zakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga amal zakat di Kabupaten Tabalong telah melakukan berbagai inovasi digital dalam rangka meningkatkan efektivitas penghimpunan dan penyaluran zakat produktif. Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi dalam pengelolaan zakat produktif mulai diterapkan sebagai strategi untuk meningkatkan efisiensi sekaligus memperluas jangkauan penghimpunan zakat. Inovasi digital ini memungkinkan distribusi zakat menjadi lebih terstruktur, transparan, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi yang terbiasa dengan teknologi digital (Agustini et al., 2025, p. 39). Inovasi tersebut mencakup penggunaan platform pembayaran zakat seperti *website* dan *linktree* untuk keperluan informasi seputar zakat. Pemanfaatan *payment digital* seperti Midtrans, QRIS, e-Banking ataupun aplikasi manajemen donasi seperti Lodari (sinikerstudio). Baznas Kabupaten Tabalong juga memanfaatkan media social sebagai sarana informasi zakat, seperti Facebook, Instagram, You-Tube dan WhatsApp (Baznas Tabalong, 2025).

Setelah dana terhimpun dari beberapa aplikasi tadi, maka dana akan dikelola dan disalurkan. Penyaluran zakat produktif di Kabupaten Tabalong umumnya dilaksanakan melalui dua pendekatan, yakni berdasarkan program kerja yang telah terjadwal maupun melalui mekanisme responsif terhadap permohonan bantuan yang diajukan oleh masyarakat yang tergolong mustahik. Salah satu program unggulan yang menunjukkan karakter inovatif adalah program 'Pejabat Berzakat', yang melibatkan partisipasi aktif para pejabat pemerintahan dalam menunaikan zakat secara langsung. Program ini rutin diselenggarakan setiap bulan Ramadhan dan menjadi salah satu sumber utama

dalam penghimpunan zakat daerah. Selanjutnya, program zakat produktif juga didukung oleh pemerintah kabupaten Tabalong yakni dengan launchingnya program 'Bela Tani'. Bela Tani adalah program yang melibatkan pembelian beras petani secara langsung oleh ASN, lalu disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan (mustahik).

Bentuk konkret dari implementasi zakat produktif di Kabupaten Tabalong mencakup pemberian bantuan modal usaha kepada mustahik dalam bentuk uang tunai berkisar antara dua hingga tiga juta rupiah (M. I, personal communication, May 14, 2025). Selain itu, dukungan juga diberikan dalam bentuk fasilitas usaha, seperti pembuatan gerobak, stand, atau kios kecil bagi para pelaku usaha mikro, seperti pedagang gorengan dan jasa sol sepatu (N. R, personal communication, May 21, 2025). Adapun bagi mustahik yang bergerak di bidang pertanian, bantuan disesuaikan dengan kebutuhan, seperti penyediaan alat pertanian berupa katam listrik bagi petani yang belum memilikinya (M. I, personal communication, May 21, 2025). Inovasi-inovasi ini menunjukkan bahwa zakat produktif tidak hanya berperan dalam pemberdayaan ekonomi umat, tetapi juga menjadi bagian integral dari upaya pengentasan kemiskinan secara berkelanjutan

Namun demikian, hingga tahun 2024, data empiris menunjukkan bahwa partisipasi generasi Z sebagai muzakki di Kabupaten Tabalong masih sangat minim. Berdasarkan catatan Baznas setempat, baru pada tahun 2025 tercatat satu orang dari kalangan generasi Z yang secara resmi menunaikan zakat sebagai muzakki. Sebaliknya, jumlah generasi Z yang terdaftar sebagai mustahik justru mencapai 41 orang (Baznas Tabalong, 2025). Ketimpangan ini mencerminkan adanya disparitas signifikan antara

posisi generasi Z sebagai penerima manfaat (mustahik) dan sebagai pemberi zakat (muzakki). Pihak Baznas Kabupaten Tabalong menyatakan keprihatinannya terhadap kondisi tersebut dan menyadari pentingnya transformasi kesadaran generasi muda dari penerima menjadi pemberi zakat. Oleh karena itu, strategi digital yang dijalankan tidak hanya berfungsi sebagai media sosialisasi, tetapi juga diarahkan untuk membentuk pola pikir filantropi digital di kalangan generasi Z, dengan harapan mendorong mereka berkontribusi aktif sebagai muzakki dalam ekosistem zakat produktif ke depan.

Respons Generasi Z

Respons generasi Z terhadap inovasi digital zakat menunjukkan kecenderungan positif. Sebagai muzakki, mereka mengapresiasi kemudahan, kecepatan, dan transparansi dalam proses zakat digital, serta cenderung memilih lembaga zakat yang aktif di media sosial dan menyediakan laporan berkala terkait penyaluran dana. Sementara itu, generasi Z yang berperan sebagai mustahik mengakui bahwa program zakat produktif digital, seperti pelatihan digital marketing dan dukungan modal usaha, sangat membantu meningkatkan kapasitas ekonomi mereka. Namun demikian, sebagian dari mereka masih menghadapi kendala dalam literasi keuangan dan teknologi digital, yang menjadi tantangan tersendiri dalam program pemberdayaan.

1. Generasi Z sebagai muzakki:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik yang unik dalam peran mereka sebagai muzakki, terutama dalam konteks digitalisasi zakat produktif. Salah satu temuan utama adalah bahwa Generasi Z cenderung mendapatkan informasi

terkait program zakat produktif melalui media digital. Berdasarkan hasil wawancara didapati bahwa muzakki memperoleh informasi pertama kali diperoleh dari pamflet dan poster digital yang tersebar melalui kanal online, termasuk WhatsApp dan media sosial. Selain itu, mereka juga aktif mengikuti akun-akun resmi lembaga amal zakat (LAZ), seperti Baznas, yang memberikan pembaruan rutin mengenai program-program zakat. Hal ini menunjukkan bahwa paparan digital sangat efektif dalam membentuk kesadaran awal dan ketertarikan generasi ini terhadap zakat.

Dalam hal motivasi, Generasi Z sangat menghargai kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi secara digital. Pemanfaatan layanan seperti QRIS dipilih karena dianggap paling praktis, cepat, dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka. "Saya pakainya QRIS, karena menurut saya lebih mudah" (A. A. F, personal communication, May 16, 2025). Akses ke informasi pelacakan dana zakat melalui website resmi, baik di tingkat pusat maupun daerah, juga menjadi salah satu faktor pendorong utama dalam pengambilan keputusan berzakat. Artinya, generasi ini tidak hanya membutuhkan kemudahan, tetapi juga menginginkan akses terhadap informasi yang dapat diverifikasi secara mandiri.

Dari sisi kepercayaan, responden Generasi Z merasa cukup yakin terhadap keamanan dan transparansi digitalisasi zakat. Mereka mengapresiasi adanya prosedur yang seragam antara pusat dan daerah, serta respons cepat saat melakukan transaksi langsung di kantor LAZ. "Saya lihat antara Baznas pusat dan Kabupaten punya program yang searah dan mekanismenya sama.". Meskipun laporan keuangan berkala secara digital belum sepenuhnya tersedia, keberadaan bukti transaksi dan tanda terima yang diberikan secara langsung tetap memberikan rasa aman dan kepastian

bagi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun digitalisasi menjadi prioritas, aspek humanis dan komunikasi tatap muka tetap dianggap penting dalam membangun kepercayaan.

Keterhubungan emosional juga menjadi bagian signifikan dari perilaku berzakat Generasi Z. Meskipun belum banyak yang secara aktif mengajak orang lain untuk berzakat secara digital, terdapat semangat untuk menjadi agen perubahan di masa depan, khususnya dalam lingkungan keluarga dan teman sebaya. Generasi ini menyadari pentingnya literasi zakat dan merasa perlu untuk mengedukasi sesama generasi agar dapat menyalurkan zakat melalui lembaga resmi yang kredibel di daerah masing-masing.

Dalam menilai performa lembaga amal zakat, Generasi Z menyoroti aspek lokasi strategis dan keaktifan publikasi sebagai hal positif. Namun, mereka juga mengidentifikasi beberapa kekurangan, terutama dalam strategi komunikasi digital yang belum secara spesifik menasar Gen Z. Kurangnya konten yang relevan, interaktif, dan berbasis media sosial menjadi catatan tersendiri bagi mereka. Oleh karena itu, sebagai muzakki yang sementara ini satu-satunya, terdapat harapan agar LAZ dapat mengembangkan pendekatan digital yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan generasi muda. Lebih lanjut, Generasi Z berharap adanya inovasi-inovasi baru dalam layanan zakat digital.

2. Generasi Z sebagai mustahik

Berdasarkan hasil wawancara, generasi Z sebagai penerima manfaat (mustahik) program zakat produktif digital juga mulai menunjukkan partisipasi aktif dan potensi yang besar dalam pemanfaatan teknologi untuk peningkatan ekonomi mandiri. Mereka umumnya mengetahui program ini melalui pemberitaan digital dan media

sosial, serta inisiatif pribadi dalam mengajukan proposal usaha ke lembaga amil zakat (LAZ), seperti Baznas. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda tidak hanya bersikap pasif, tetapi juga memiliki kesadaran tinggi terhadap peluang pemberdayaan ekonomi yang ditawarkan melalui zakat. Dari sisi administratif, proses seleksi yang dijalani oleh mustahik meliputi pengumpulan dokumen identitas, surat keterangan tidak mampu, dan dokumentasi usaha. Proses ini tidak terlalu rumit dan cukup mudah diakses oleh kalangan muda yang sudah terbiasa dengan administrasi digital.

Bentuk bantuan yang diterima pada umumnya disesuaikan dengan proposal yang diajukan, dalam hal ini berupa modal usaha dan alat kerja seperti gerobak usaha. Walaupun terdapat pelaporan kegiatan melalui media sosial LAZ, penggunaan aplikasi digital masih belum dimanfaatkan secara maksimal oleh penerima. Hal ini menandakan adanya celah dalam sosialisasi pemanfaatan fitur digital secara menyeluruh kepada para mustahik. Meskipun demikian, dari sisi aksesibilitas dan manfaat, program zakat produktif ini dinilai sangat membantu dalam memberikan modal usaha serta membangkitkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda. Akses informasi yang aktif di media sosial memberikan peluang besar bagi generasi Z untuk terlibat dalam program ini, meskipun mereka menyadari masih perlu peningkatan pemahaman terhadap platform digital yang lebih kompleks, seperti aplikasi pelaporan dan pelatihan daring.

Dari sisi tantangan, responden menyebutkan kendala non-teknis sebagai aspek yang lebih signifikan, seperti kurangnya pemahaman terhadap materi pelatihan atau belum tersedianya sistem pendampingan yang optimal. Secara emosional, mustahik merasa

dihargai dan didampingi oleh pihak LAZ. Monitoring berkala terhadap keberlangsungan usaha mereka menumbuhkan rasa tanggung jawab sekaligus keyakinan bahwa mereka tidak sendiri dalam membangun usaha, sehingga komunikasi dengan pihak lembaga juga dinilai cukup responsif dan membina (A. K, personal communication, May 20, 2025). Mustahik mengaku mendapatkan kepercayaan diri yang lebih besar, merasa memiliki arah usaha yang lebih jelas, dan tumbuh semangat untuk berkembang lebih jauh. Program ini dianggap tidak hanya membantu dalam jangka pendek, tetapi juga membuka harapan untuk bisa bertransformasi dari mustahik menjadi muzakki.

Ini tercermin dari harapan mereka agar usaha yang dijalankan dapat semakin berkembang dan dikenal publik, seperti saat mereka diberi tempat berdagang di kawasan strategis, yakni di taman GIAT Kota Tanjung, dan diliput media lokal. Hal ini sangat berpengaruh terhadap perhatian masyarakat agar lebih mengenal usaha mereka. Harapan lain yang disampaikan mustahik generasi Z mencakup dorongan agar program zakat digital lebih menasar mereka melalui pelatihan teknologi (misalnya QRIS, e-wallet, dan digital marketing), serta pendampingan branding usaha di media sosial. Mereka juga mulai menyadari pentingnya beradaptasi dengan tren digital, seperti menjual produk yang sedang viral, agar usaha mereka lebih kompetitif dan menarik perhatian pasar muda. Seperti hasil wawancara berikut:

“Pada saat pengecekan, misalnya ada tempat/alat usaha yang tidak difungsikan, maka akan diberikan kepada yang lebih membutuhkan. Maka supaya usaha ini tidak mati, kami perlu bersaing dengan produk-produk di luaran. Misalnya menjual

produk/makanan sedang viral.” (M. I, personal communication, May 21, 2025)

Hal ini bertujuan untuk mendukung keberlanjutan dan kesuksesan usaha yang dijalankan oleh mustahik, sekaligus mengakomodasi harapan mereka untuk dapat bertransformasi menjadi muzakki di masa yang akan datang.

Tantangan yang Dihadapi LAZ

Dalam upaya digitalisasi zakat produktif, Baznas Kabupaten Tabalong dihadapkan pada sejumlah tantangan. Meskipun digitalisasi membuka peluang besar untuk menjangkau muzakki dari kalangan generasi muda, efektivitas implementasi di lapangan seringkali terkendala oleh beberapa faktor berikut:

a. Keterbatasan infrastruktur digital oleh beberapa mustahik

Salah satu hambatan mendasar yang masih menjadi persoalan serius adalah keterbatasan infrastruktur digital, terutama di kalangan mustahik yang tinggal di daerah pedesaan atau wilayah dengan jaringan teknologi yang belum merata. Ketiadaan akses internet yang stabil, kurangnya perangkat pendukung seperti smartphone, serta minimnya pengetahuan dalam menggunakan aplikasi digital menjadi penghambat dalam menjangkau dan memberdayakan mustahik melalui platform digital. Hal ini berdampak pada efektivitas distribusi dan pemantauan zakat produktif, karena sebagian besar mekanisme pelaporan dan pendampingan kini mulai berbasis teknologi. Selain itu, kesenjangan digital ini menyebabkan ketimpangan antara strategi digital yang dijalankan LAZ dengan kondisi realitas mustahik sebagai penerima manfaat. Maka dari itu, perlu ada pendekatan *hybrid* yang

menggabungkan sistem digital dengan metode konvensional agar distribusi zakat tetap tepat sasaran dan merata.

b. Rendahnya literasi zakat produktif di kalangan gen z

Meskipun Generasi Z dikenal sebagai generasi digital native, namun literasi zakat produktif di kalangan mereka masih tergolong rendah. Hal ini terbukti berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh BAZNAS RI, Indeks Literasi Zakat (ILZ) menunjukkan skor 74,84 poin dari 1.300 responden, menandakan bahwa literasi zakat di kalangan generasi muda masih berada pada kategori menengah atau moderat³¹. Banyak dari mereka yang belum memahami konsep zakat sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi umat dan cenderung menganggap zakat hanya sebagai kewajiban tahunan tanpa pemahaman yang mendalam tentang tujuan dan mekanisme distribusinya, khususnya dalam bentuk zakat produktif. Kondisi ini diperparah dengan kurangnya konten edukatif oleh LAZ yang menjangkau Gen Z dalam format yang sesuai dengan karakter mereka, seperti video pendek, infografis interaktif, atau kampanye digital yang relatable. Padahal, literasi zakat sangat penting untuk membangun kesadaran, keterlibatan, dan kepercayaan jangka panjang terhadap lembaga pengelola zakat. Oleh karena itu, LAZ perlu berinovasi dalam strategi edukasi digital yang menysasar kebutuhan, gaya komunikasi, dan platform yang digunakan oleh generasi ini.

c. Kurangnya sosialisasi dan Sumber Daya Manusia yang mampu mengelola sistem digital

Tantangan berikutnya terletak pada kapasitas internal lembaga itu sendiri. Masih banyak LAZ, terutama di tingkat kabupaten/kota, yang belum

³¹ BAZNAS. (n.d.-b). *Dorong Kesadaran Sosial, BAZNAS RI Ajak Generasi Milenial Perkuat Literasi*

Zakat. Retrieved June 4, 2025, from <https://kabsidoarjo.baznas.go.id>

memiliki tenaga profesional dengan keahlian di bidang teknologi informasi, manajemen data, dan komunikasi digital. Hal ini berdampak pada keterlambatan pengembangan aplikasi zakat, keterbatasan fitur digital yang tersedia, dan lemahnya respons terhadap pertanyaan atau kebutuhan muzakki di platform online. Selain itu, sosialisasi program zakat produktif digital masih terbatas pada media konvensional dan tidak jarang hanya menjangkau kalangan ASN atau komunitas tertentu, sementara potensi Gen Z sebagai muzakki justru belum tergarap secara maksimal. Sosialisasi yang tidak merata ini menyebabkan banyak generasi muda yang belum mengenal program zakat produktif secara utuh atau tidak mengetahui kanal digital resmi untuk berzakat.

Untuk mengatasi tantangan ini, dibutuhkan penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan teknologi, rekrutmen tenaga ahli digital, serta kolaborasi dengan pihak-pihak eksternal seperti kampus, atau komunitas digital Islami. Di sisi lain, edukasi berkelanjutan kepada masyarakat, terutama generasi muda, menjadi langkah penting untuk memastikan kesinambungan inovasi zakat digital yang berkeadilan dan berdampak luas.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi zakat produktif telah menjadi strategi inovatif yang dijalankan oleh LAZ di Kabupaten Tabalong, melalui berbagai platform seperti aplikasi zakat, QRIS, dompet digital, dan media sosial. Strategi ini efektif dalam menjangkau generasi muda yang akrab dengan teknologi. Generasi Z menunjukkan respons positif terhadap kemudahan dan transparansi layanan digital, baik sebagai muzakki maupun sebagai mustahik. Namun demikian, partisipasi

mereka sebagai muzakki masih sangat rendah dibandingkan peran mereka sebagai penerima manfaat. Tantangan utama yang dihadapi dalam proses digitalisasi ini antara lain keterbatasan infrastruktur digital di kalangan mustahik, rendahnya literasi zakat produktif di kalangan generasi muda, serta keterbatasan sumber daya manusia di LAZ dalam pengelolaan sistem digital. Oleh karena itu, penguatan edukasi, pelatihan teknologi, dan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik generasi Z sangat diperlukan untuk menjembatani transformasi mereka dari penerima zakat menjadi pemberi zakat di masa mendatang. Sebagai bahan pendukung terdapat beberapa hal yang bisa dilakukan, antara lain:

1. LAZ perlu meningkatkan literasi zakat produktif melalui konten edukatif digital (video pendek, infografis, kampanye sosial).
2. Sosialisasi harus diperluas dan difokuskan pada platform yang digunakan generasi Z seperti TikTok, Instagram, dan YouTube.
3. Perlu kolaborasi strategis antara LAZ, pemerintah, dan komunitas digital untuk pelatihan dan pendampingan mustahik berbasis teknologi.
4. Generasi Z harus melek digital, agar dapat berpartisipasi dalam program zakat.
5. Program transformasi mustahik menjadi muzakki harus didukung dengan monitoring intensif, pelatihan lanjutan, dan fasilitasi branding usaha digital.

DAFTAR PUSTAKA

Afif, M., Triyawan, A., Huda, M., Sunjoto, A. R., & Fajaruddin, A. (2021). *Optimalisasi Pengelolaan Filantropi Islam Berbasis Masjid*. Unida Gontor Press.

Aflachal Muthowah. (2024). Pesan Dakwah Melalui Akun Tiktok Dalam Melestarikan Nilai Islami Pada Gen Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 6(1), 146–158. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v6i1.3198>

Agustini, I. M., Ningrum, P. I. S., & Malik, A. (2025). Aplikasi Byond Sebagai Medium Transformasi Pembayaran Zakat: Antara Inovasi Digital Dan Spiritualitas Sosial. *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), Article 1.

Ainiyah, A. R., & Bramayudha, A. (2021). Kegiatan Pendistribusian Zakat Produktif Pemberdayaan UMKM di LAZIZMU Kabupaten Gresik. *Journal of Islamic Management*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.15642/jim.v1i2.553>

Arbaian, M. F. N., & Nurhasanah, E. (2024). Analisis Pendayagunaandana Zisproduktif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik(Studi Kasus Pada LPI Al-Muttaqin Kota Tasikmalaya). *LA ZHULMA Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.70143/lazhulma.v4i2.270>

Badri, M. (2022). Pribumi Digital Moderat: Profil Kecakapan Komunikasi Digital Generasi Z. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.653>

BAZNAS. (n.d.-a). *BAZNAS - Badan Amil Zakat Nasional*. Retrieved June 2, 2025, from <https://kabtabalong.baznas.go.id/news>

BAZNAS. (n.d.-b). *Dorong Kesadaran Sosial, BAZNAS RI Ajak Generasi Milenial Perkuat Literasi Zakat*. Retrieved June 4, 2025, from <https://kabsidoarjo.baznas.go.id/>

Baznas Tabalong. (2025, May 20). *Pengurus Baznas Kabupaten Tabalong*.

Daeroby -, A., & Mawardi, I. (2024). Menakar Peran Baznas Kota Semarang sebagai Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs) pada Sektor Ekonomi: Measuring the Role of Baznas Semarang City as Implementation of Sustainable Development Goals (SDGs) in the Economic Sector. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.28918/jief.v4i1.6976>

Daffa, D. R., Arthuro, D., Fernanda, J. A., & Pratama, Muh. B. W. (2024). Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(2).

<file:///C:/Users/User/Downloads/IIPSOSHUM+Vol+2+no+2+Mei+2024+hal+169-183.pdf>

F, A. A. (2025, May 16). *Muzakki Gen Z* [Personal communication].

Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 01–11. <https://doi.org/10.55606/ay.v4i2.29>

Fitriani, & Anwar, K. (2025). *STRATEGI MENGELOLA GENERASI Z DI TEMPAT KERJA: Produktivitas, Komunikasi, dan Pengembangan Karir*. Arus Pedia Creative.

Ghayati, R. H., Ghanistyana, L. P., Nengsih, N. W., Septika, E., & Azhari, H. (2025). Strategi Kampanye Zakat pada Akun Instagram @Dompethuafaorg. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4316>

Ghofur, U. (2024). Analisis Pendistribusian Zakat Produktif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik (Kajian Pada Baznas Kabupaten Tanjung Jabung Timur). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 5(1), 32–44.

I, M. (2025, May 14). *Pengurus Baznas Kabupaten Tabalong* [Personal communication].

I, M. (2025, May 21). *Mustahik Gen Z II* [Personal communication].

Indranata, C. J. (2024). *Analisis Manajemen Zakat Berbasis Blockchain Technology Sebagai Strategi Optimaliasasi Kebijakan Sustainable Development Goals* [Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48871>

Jacob, J., Kotib, M., Kamal, M., Semmawi, R., & Syam, F. (2024). Peran Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(4), 2961–2970.

K, A. (2025, May 20). *Mustahik Gen Z I* [Personal communication].

Kamaluddin, I., & Khoiriah, A. S. (2024). Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Dengan Pendistribusian Zakat. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 9368–9382.

- Karimah, A. R., Kholida, A. D., Fajar, M. S., Kusna, M. D. L., & Hidayati, A. N. (2025). Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Negara Berkembang di Asia. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 3(5), Article 5. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i5.4639>
- Latifah, F. N., & Lubis, R. H. (2020). Digitalization of ZISWAF Development in Indonesia. *CIFET* 2019. https://www.researchgate.net/publication/348818837_Digitalization_of_ZISWAF_Development_in_Indonesia
- Mahadhir, M. S., & Arifai, A. (2021). Zakat Produktif Dalam Tinjauan Hukum Islam. *ADL ISLAMIC ECONOMIC*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.56644/adl.v2i2.29>
- Marsella, M., & Nurzaman, M. S. (2023). The Role of Digital Technology in the Implementation of Zakat Management. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(6), 3063–3069.
- Moeins, A., M.M, D. R. R. A., S. E., M.Si, D. (c) D. G., & M.M, D. A. L., M. A. (2024). *Strategi Penguatan Kinerja Generasi Z dalam Menghadapi Indonesia Emas 2045*. Takaza Innovatix Labs.
- Muftisany, H. (2021). *Zakat Fitrah dan Zakat Profesi*. Intera.
- Muntazar, A. (2024). *Fiqh Zakat Kontemporer*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nasrul, A., Materan, M., & Yunus, Z. R. binti. (2025). Efektivitas Zakat Produktif Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Mustahik. *Ghaly: Journal of Islamic Economic Law*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.21093/ghaly.v3i1.9230>
- Nurjannah, N., & Ria Armayani Hasibuan, R. (2022). Analisis Pendistribusian Zakat Produktif Pada Lembaga Amil Zakat Nasional Inisiatif Zakat Indonesia Cabang Sumatera Utara. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 209–220. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i2.1281>
- R, N. (2025, May 21). *Mustahik Gen Z III* [Personal communication].
- Rosmita, D. (2025). Pergeseran Nilai Sosial pada Generasi Z: Antara Individualisme dan Kolektivitas Digital. *Journal of Mandalika Social Science*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.59613/jomss.v3i1.250>
- Rusli, T. S., Kemala, R., & Nazmi, R. (2024). *PENDIDIKAN KARAKTER GEN-Z: Tips dan Trik Mendidik Karakter Gen-Z bagi Pendidik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Studies, B. C. of S. (2025, February 11). *Laporan Zakat dan Pengentasan Kemiskinan Nasional 2024*. BAZNAS Center of Strategic Studies. <https://www.puskasbaznas.com/publications/officialnews/2003-laporan-zakat-dan-pengentasan-kemiskinan-nasional-2024>
- Triyanto, A., Syaputra, A. D., Saifudin, A., & Hinawati, T. (2023). Tafsir Mustahiq Zakat Perspektif Literatur Sosiologi Reaktualisasi QS. At Taubah (9): 60. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3364–3370.
- Yanti, I. N., & Makhtum, A. (2023). Pendayagunaan Zakat Produktif Program One Pesantren One Product Untuk Penguatan Kemandirian Pesantren. *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law*, 2(3), Article 3.
- الدرر السننية—الموسوعة الحديثية—شروح الأحاديث (n.d.). dorar.net. Retrieved March 6, 2025, from <https://dorar.net/hadith/sharh/9161>