

## **Analisis Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Pelaporan Informasi Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus LAZ di Pekalongan)**

**Pratomo Cahyo Kurniawan**

*Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Pekalongan*

Email: [pratomo.cahyo.k@iainpekalongan.ac.id](mailto:pratomo.cahyo.k@iainpekalongan.ac.id)

**Tri Nurhidayah**

*Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Pekalongan*

Email: [trinurhidayah27@gmail.com](mailto:trinurhidayah27@gmail.com)

**Devi Nur Azizah**

*Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Agung Semarang*

Email: [devi.nurazizah59@gmail.com](mailto:devi.nurazizah59@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The Amil Zakat Institution (LAZ) in its development of digital technology is expected to provide accountability and transparency which includes presenting non-financial and financial information through information technology, namely using internet media. This study aims to describe the use of the internet in the form of websites and social media in reporting information by LAZ in Pekalongan. Method research approach used in this research is descriptive qualitative research. The object of the research is the LAZ website and social media in Pekalongan. The way of collecting data is collected by the method of documentation and observation. Then, the data was analyzed by content analysis. The results of the research analysis show that the LAZs include LAZ Alummah, LAZIS MU Pekalongan, LAZIS NU Pekalongan and LAZ Central Java have used websites and social media well, websites and social media are used for internet reporting, namely non-financial information. The website is used to convey organizational profiles, product information and other important information that can be useful for donors or muzakki. Social media has not been used actively on twitter, facebook but on social media instagram and youtube it has been used actively. In short, interaction with muzakki through social media needs to be done as much as possible or enhanced by LAZ.*

**Keywords: zakat reporting, website, social media, LAZ**

History of Article. Received: Mei 2020, Revised: June 2020, Published: June 2020

## PENDAHULUAN

Membayar zakat adalah kewajiban bagi seorang Muslim. Zakat wajib dibayarkan oleh setiap Muslim yang memenuhi syarat (muzakki) untuk membersihkan hartanya dengan membagikan zakatnya mustahik (penerima zakat). Indonesia memiliki mayoritas penduduk Muslim sebanyak 229 juta orang atau sekitar 87.2% dari jumlah penduduk (BPS, 2020). Menurut Bambang Supriyono potensi Zakat Rp. 233.8 Triliun (finansial.bisnis.com). Dalam realisasinya, total jumlah penghimpunan zakat nasional pada tahun 2019 masih berada Rp. 10.166.12 triliun (Bazanas, 2019). Beberapa penelitian menunjukkan potensi zakat yang sangat besar di Indonesia.

Tabel 1 menggambarkan peningkatan penghimpunan ZIS di Indonesia selama 2015-2019. Itu Jumlah penghimpunan donasi ZIS masih jauh dari potensi yang ada. Ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah melalui tindakan zakat. UU No. 23/2011 tentang Pengelolaan Zakat adalah regulasi tertinggi. Secara hukum, organisasi zakat dapat dibentuk menjadi BAZNAS (Badan Zakat Nasional), LAZ (Lembaga Amil Zakat), dan UPZ (Unit Pengelola Zakat).

**Tabel 1. Perkembangan Dana Zakat 2015-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Rupiah (dalam miliar)</b>	<b>Perkembangan (%)</b>
2015	3.650,00	10.61
2016	5.017,29	37.46
2017	6.224,37	24.06
2018	8.117,60	30.42
2019	10.227,94	26.00

Sumber: BAZNAS (2019)

Potensi zakat yang sangat besar direspon oleh pemerintah dengan mendirikan BAZNAS di daerah dan LAZ yang dikembangkan oleh masyarakat untuk membantu pengumpulan Dana ZIS.

Untuk meningkatkan niat masyarakat dalam membayar zakat dapat didorong untuk meningkatkan rasa amanah dalam organisasi pengelola zakat. Akan ada peningkatan transparansi dan akuntabilitas keuangan dan pelaporan informasi lainnya. Saat organisasi tersebut Semakin transparan dan akuntabel, muzakki mendapatkan kepercayaannya dan niscaya membayar dananya kepada pengelola ZIS.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan membandingkan website dan penggunaan media sosial sebagai media untuk melaporkan informasi keuangan dan non keuangan organisasi pengelola zakat di daerah Pekalongan. Apalagi muzakki di daerah Pekalongan mayoritas masyarakat Muslim yang memiliki kesadaran untuk berzakat tinggi dan dengan demikian mereka mendorong LAZ untuk melakukannya menjadi lebih transparan dan akuntabel.

Penelitian ini mengacu pada Rini (2016) yang menemukan hal tersebut hanya 1 dari 19 Organisasi Zakat di Indonesia yang menerapkan

pelaporan keuangan melalui internet. Oleh karena itu, akuntabilitas Islam organisasi zakat rendah. Singkatnya, studi ini merekomendasikan pemerintah untuk menegakkan pelaporan keuangan lembaga zakat melalui hukum. Rekomendasi ini Hal ini juga didukung oleh temuan peneliti sebelumnya Mubarak & Fanani (2014) bahwa pelaporan keuangan lembaga zakat belum sepenuhnya transparan. Akuntabilitas dalam Islam adalah akuntabilitas unik dari dua pihak. Akuntabilitas dalam Islam lebih dari sekedar hierarki tetapi akuntabilitas dari kewajiban moral (Mordhah, 2012).

Ada beberapa faktor yang diduga mempengaruhi rendahnya jumlah realisasi Dana zakat nasional. Masyarakat tidak boleh menaruh kepercayaan pada lembaga zakat, ada beberapa yang tidak memahami bagaimana metode menghitung zakat, dan kepada siapa zakat dapat dipercaya dibayarkan. Kerangka hukum yang buruk dan penegakan hukum serta kelembagaan zakat berkontribusi untuk menangani masalah ini dalam kondisi yang lebih buruk. Selain itu, ada yang tidak efisien dan tidak efektif pengelolaan dana zakat (Mubarak & Fanani, 2014).

Media sosial dan jejaring sosial adalah mekanisme yang ampuh menjangkau dan tetap berhubungan dengan sejumlah besar pemangku kepentingan, sehingga menjamin dialog interaktif dengan mereka dengan biaya yang sangat rendah (Manetti & Bellucci, 2016). Sosial media menjadi bagian penting dari agenda setiap orang dari mempertahankan Anda kehadiran online pribadi untuk digunakan dalam pemasaran, bisnis, dan terutama, lembaga nonprofit sektor (Sebelius, 2012). Penggunaan media sosial menjadi penting bagi lembaga zakat untuk mempertahankannya hubungan dengan muzakki serta mencari calon muzakki melalui interaksi positif. Selain itu, lembaga zakat dapat meningkatkan transparansi pengelolaan zakatnya secara finansial dan pelaporan non-keuangan melalui situs web mereka. Dengan demikian, masyarakat lebih mudah mengakses informasi yang ada dan pada akhirnya meningkatkan kepercayaan mereka terhadap lembaga zakat.

Dalam beberapa tahun terakhir telah diciptakan penggunaan internet untuk tujuan pengungkapan banyak perdebatan di antara akademisi serta badan profesional di seluruh dunia. Sebagian besar perusahaan di negara maju dan beberapa di negara berkembang telah membuat situs web untuk digunakan sebagai platform untuk mengungkapkan informasi keuangan dan non keuangan (Aly, Simon, & Hussainey, 2010). Baik perusahaan maupun organisasi nonprofit umumnya menggunakan situs website mereka sebagai alat penyebaran informasi, di mana arus informasi adalah satu arah, meskipun persentase dari kedua perusahaan dan organisasi nirlaba yang menggunakan fitur interaktif yang ditawarkan media baru sedikit meningkat antara 2004 dan 2009 (Sriramesh, Rivera-Sánchez, & Soriano, 2013).

Penelitian di situs website dan aplikasi media sosial untuk melaporkan informasi memang menarik untuk dilakukan. Penelitian serupa yang telah dilakukan seperti pengoptimalan situs website sebagai

media publikasi pengelolaan zakat oleh Lembaga Dompot Dhuafa (Ni'mah, 2015). Namun, penelitian ini berbeda dalam penggunaan analisis isi untuk mengungkap informasi dipublikasikan di situs lembaga zakat dan kemudian membandingkannya. Analisis konten telah digunakan untuk memeriksa informasi yang ada di website untuk penelitian pelaporan internet perusahaan dan penggunaan media sosial dalam pelaporan keberlanjutan (Rini, 2016),(Aly et al., 2010), (Manetti & Bellucci, 2016).

## **KERANGKA TEORETIS**

### Teknologi Informasi

Menurut Kurmia (2005) teknologi memegang peranan penting dalam proses dan praktik komunikasi di tengah masyarakat industri yang tengah bertransformasi menjadi masyarakat informasi. Teknologi informasi mencakup bentuk teknologi yang digunakan untuk memanipulasi, menangkap, mengkomunikasikan, menyajikan dan data diubah menjadi informasi. Salah satu teknologi informasi dan komunikasi adalah internet. Internet merupakan sekumpulan komputer yang berhubungan atau saling terhubung. Pengguna internet adalah mereka yang memperoleh informasi dari komputer-komputer yang terhubung secara online. Sekarang ini dengan perkembangan teknologi internet sebagai media dalam berkomunikasi baik itu menggunakan website ataupun sosial media.

### Pemanfaatan Pengungkapan Informasi melalui Internet

Media sosial telah mengubah metode berbisnis. Sebuah komunikasi terbuka yang membantu organisasi untuk memahami kebutuhan pelanggan dan juga memotivasi organisasi untuk secara proaktif menanggapi kebutuhan pelanggan secara efisien. Penggunaan media sosial memiliki dampak positif yang sangat kuat terhadap kinerja organisasi pengurangan biaya, hubungan pelanggan yang lebih baik, dan aksesibilitas informasi yang ditingkatkan (Grizane & Jurgelane, 2016). Manfaat dari penggunaan situs web dan situs media sosial termasuk peningkatan kesadaran dan pertanyaan, peningkatan hubungan dengan pelanggan, peningkatan jumlah pelanggan baru, peningkatan kemampuan untuk menjangkau pelanggan skala global, dan promosi bersama bisnis lokal yang meningkatkan citra usaha kecil bisnis di wilayah tersebut (Grizane & Jurgelane, 2016).

### Manfaat Pelaporan Keuangan dengan media internet

Menurut Kurniawati (2018) manfaat pelaporan keuangan menggunakan internet diantaranya adalah; (a) Akses yang lebih fleksibel kepada pemakai informasi (b) Meningkatkan efisiensi terhadap biaya (c) Interaksi kepada pemakai laporan menjadi lebih mudah (d) Dapat memberikan informasi yang rinci dan up to date (e) Relevansi dan ketepatan waktu dalam penyajian laporan keuangan.

Karakteristik internet sangat relevan dalam pelaporan keuangan. Digunakan untuk media komunikasi seperti distribusi, akses, penyajian dan juga presentasi (Xiang & Birt, 2021).

#### Analisis Konten

Analisis konten merupakan metode dalam ilmu sosial yang mempelajari isi sebuah komunikasi. Menurut Elo & Kyngäs (2008) menyatakan sebuah studi tentang komunikasi seperti website, buku dan lainnya yang digunakan peneliti ilmu sosial untuk menganalisis. Analisis dilakukan dengan mencari kelengkapan isi dari setiap hal yang diamati.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran dengan desain deskriptif kualitatif. Selain itu, ini Studi mengungkapkan situs website dan aplikasi media sosial untuk melaporkan informasi (keuangan dan non-finansial) oleh LAZ di Pekalongan. Objek penelitian adalah website dan media sosial Akun dari LAZ yang diamati, yaitu LAZ Alummah, LAZIS MU Pekalongan, LAZIS NU Pekalongan, LAZIS Jateng. LAZ tersebut dipilih karena aktivitas yang masih aktif. Itu penelitian dilakukan pada bulan Mei hingga Juni 2021.

Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi dan observasi. Dokumentasi digunakan untuk menangkap informasi yang dilaporkan oleh LAZ melalui situs website dan akun media sosial. Selanjutnya metode observasi digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan interaksi administrator situs website dan media sosial.

Data dianalisis menggunakan analisis isi. Analisis isi adalah metode penelitian untuk mengidentifikasi kesimpulan teks. Dengan kata lain analisis isi adalah metode penelitian untuk mengungkap ide-ide penulis baik eksplisit maupun implisit (Krippendorff & Websiteer, 1987). Tahapan dilakukan diantaranya dimulai dari unit populasi, sampling, perekaman, penyusunan, menyimpulkan, dan menarasikan.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penggunaan Website oleh LAZ

**Tabel 2. Website yang digunakan LAZ**

Indikator	LAZ Alummah	LAZIS MU Pekalongan	LAZIS NU Pekalongan	LAZIS Jateng
Profil Organisasi				
Website	<a href="https://alummahpekalongan.org">https://alummahpekalongan.org</a>	<a href="http://lazismupekalongan.or.id">http://lazismupekalongan.or.id</a>	<a href="https://nucarelazisnu.org">https://nucarelazisnu.org</a> <a href="https://lazisnukotapekalongan.blogspot.com">lazisnukotapekalongan.blogspot.com</a>	<a href="https://lazisjateng.org">lazisjateng.org</a>
Profil	Visi, Misi, Identitas,	Tentang kami, latar	Visi, Misi, NU Care, Legal	Sejarah, manajemen,

	program	belakang, visi dan misi, kebijakan strategis, tim	formal	legal formal, mitra, kontak
Kontak	Jl. Manunggal Gg. 2 No.11, Kraton Lor, Pekalongan Utara, Kota Pekalongan Jawa Tengah 51145	Jl. Pahlawan No 10 , Gejlig, Kajen, Pekalongan, Jawa Tengah , 51161	Gedung Aswaja Jl. Sriwijaya No. 6 Kota Pekalongan	Jalan Pelita II RT 05/RW02, Buaran Kota Pekalongan
Layanan Live Chat	tidak	ada	Tidak	tidak
<b>Informasi non keuangan</b>				
Informasi Produk	Yatim Care, Social Care, Economic Care	Zakat	Zakat	Zakat penghasilan, maal, investasi, perniagaan, pertanian, peternakan, saham dan obligasi
Aktivitas informasi	Berita	Berita, Agenda dan Pengumuman	Berita, Program kegiatan	Berita
Informasi lainnya	Informasi yayasan	Artikel, Laporan	Informasi yayasan	layanan
Aktivitas foto dan video	Tidak ada menu khusus, masuk dalam berita	Ada aktivitas foto dan video	Tidak ada menu khusus, masuk dalam berita	Tidak ada menu khusus, masuk dalam berita
<b>Informasi keuangan</b>				
Informasi Keuangan	Tidak tersedia	Tersedia	Tidak tersedia	Tidak tersedia
Laporan Keuangan	Tidak tersedia	Tidak tersedia	Tidak tersedia	Tidak tersedia
Informasi akun	BNI Syariah	BTM Pekalongan	Mandiri Syariah	Bank Mandiri Syariah

Bank	BRI Syariah	BNI Syariah Mandiri		Mandiri Bank Jateng Syariah BTN Syariah BCA Syariah
Informasi donasi	Zakat, sedekah	Zakat dan sedekah	Zakat dan sedekah	Zakat, Infak dan Sedekah
<b>Desain dan aksesibilitas</b>				
Websitesite Design	Menarik, elegan, putih sebagai warna utama	Menarik, elegan, orange sebagai warna dominasi	Menarik, elegan dan hijau sebagai warna dominasi	Menarik, elegan dan hijau sebagai warna dominasi
Accessibility	Dapat diakses pada dekstop dan smartphone	Dapat diakses pada dekstop dan smartphone	Dapat diakses pada dekstop dan smartphone	Dapat diakses pada dekstop dan smartphone
Register dan Login	tidak	tidak	Ada	Tidak ada

Sumber data diolah (2021)

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2021. Tabel 2 menunjukkan penggunaan website untuk mengamati LAZ. Penggunaan situs website diukur dengan empat atribut, yaitu profil organisasi, informasi non-keuangan, informasi keuangan dan desain situs website dan aksesibilitas. Secara umum LAZ yang diamati telah menggunakan website sebagai media informasi profil organisasi dan informasi non-keuangan. Ada banyak informasi yang bisa dapat diperoleh dari situs website mereka, seperti profil organisasi, informasi produk, program atau aktivitas, informasi penting lainnya seperti kalkulator zakat, konsultasi zakat dan Informasi lainnya. Informasi tentang produk dan layanan telah disajikan dengan jelas. Donatur dapat berdonasi secara langsung, dengan layanan pengambilan zakat, atau transfer ke rekening bank LAZ. LAZ memiliki beberapa rekening bank dan ini memudahkan untuk mentransfer donasi dananya. Informasi terkait program dan kegiatan yang telah dan dilakukan disampaikan dengan baik dan akurat. Informasinya bisa dilihat di menu new / activity dan dilampirkan foto aktivitas. Oleh karena itu, LAZ telah melaksanakan akuntabilitasnya pengelolaan zakat dengan melaporkan informasi non keuangan. Hasil juga menunjukkan itu situs website LAZ dirancang dengan indah dan mudah diakses.

Namun hanya LAZIS MU yang melakukan pelaporan keuangan melalui internet Padahal itu sebatas fund statement. Laporan Dana

dilaporkan secara berkala (setiap semester atau tahunan). Tidak ada laporan keuangan berkala yang dilaporkan oleh LAZ Alummah, LAZIS MU, LAZIS NU dan LAZIS Jateng. Diharapkan LAZ menyajikan laporan keuangan mereka secara lengkap sesuai PSAK 109 antara lain Neraca, Laporan Dana, Laporan Aset, Kas Arus Laporan dan Catatan Laporan Keuangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa websitesite telah digunakan dengan baik sebagai media informasi non keuangan informasi, namun belum dimaksimalkan untuk pelaporan keuangan internet. Ini mungkin karena informasi keuangan sangat penting dan sensitif. Website LAZIS NU memiliki menu registrasi dan login. Ini menandakan bahwa hanya donor yang bisa login dan mengakses informasi lebih lanjut. Namun demikian, pelaporan keuangan internet penting untuk dilakukan dilaksanakan karena dapat meningkatkan kepercayaan donor atau muzakki kepada LAZ. Oleh karena itu, LAZ dianggap lebih transparan dan akuntabel dalam mengelola zakat. Penemuan ini mendukung Rini (2016) yang menyatakan bahwa LAZ di Indonesia belum menerapkan internet financial melaporkan dengan baik.

Penggunaan Media Sosial oleh LAZ

**Tabel 3. Media Sosial yang digunakan LAZ**

Indikator	LAZ Alummah	LAZIS MU Pekalongan	LAZIS NU Pekalongan	LAZIS Jateng
Twitter				
Nama Akun	LazAlummah Sejak february 2015 dan tidak aktif mulai Juni 2015, 26 following 3 follower	Tidak ada	Tidak ada	Lazisjateng Sejak November 2020, 92 following 47 follower
Informasi	-	-	-	Informasi donasi, kantor
Aktivitas	Penyaluran bantuan	-	-	Kegiatan penyaluran dan penghimpunan bantuan, sumbangan
<b>Instagram</b>				
Nama Akun	Lazalummah 658 follower 568 following	Tidak ada	Lazisnupekal ongan 387 followers 322 following	Lazisjateng.pkl 101 followers 72 following

Informasi	Informasi zakat, program peduli, penyaluran bantuan		Informasi kantor, NU Care, informasi infaq sedekah dengan dompet digital, kata motivasi	Penghimpunan penyaluran dana zakat, infaq dan sedekah dana sosial
Aktivitas	478 post dan masih aktif		51 post dan masih aktif	89 post, masih aktif
<b>Facebook</b>				lazisjatengorg
Nama Akun	Fanspage Laz Al Ummah 276 follows	Tidak ada	Tidak ada	LAZ IHSAN Pekalongan 253 follows
Informasi	Alamat dan contact kantor, profil lembaga, share foto dan video kegiatan, qurban dan informasi zakat, infak, sedekah			Alamat dan contact kantor, profil lembaga, share foto dan video kegiatan, qurban dan informasi zakat, infak, sedekah, layanan khitan gratis
Aktivitas	269 likes dan masih aktif			250 likes dan masih aktif
<b>Youtube</b>				
Nama Akun	Yayasan Al Ummah 233 subscribers	Lazismu Pekalongan 30 subscribers	Tidak ada	Lazis Jateng 857 subscribers
Informasi	Profil lembaga Laz Alummah	Bantuan covid, peduli ojol,		Lomba Dai, Xperia ramadhan, Berita penyaluran, Truk kemanusiaan
Aktivitas	Sering update berita update, masih aktif	Jarang update, masih aktif		Sering update dan masih aktif

Sumber data diolah (2021)

Hasil penggunaan media sosial oleh LAZ dapat dilihat pada Tabel 3. Sosial media yang diamati akun medianya adalah twitter, instagram, facebook dan youtube. Media sosial itu banyak digunakan oleh orang Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa LAZ juga memiliki media sosial tersebut Akun. Namun LAZ MU Pekalongan tidak memiliki akun twitter, facebook dan instagram pada LAZ NU Pekalongan belum memiliki akun twitter, facebook dan youtube. Tabel 3 menjelaskan bahwa facebook dan instagram merupakan media sosial yang paling aktif digunakan dalam pengamatan LAZ. Akun Twitter LAZ Alummah tidak aktif update terakhir 2015 dan LAZ Jateng tidak aktif selama setahun update terakhir tahun 2020. Meski demikian, akun media sosial LAZ berhasil digunakan untuk melaporkan informasi non keuangan, seperti program, peringatan hari besar, saran, program perhimpunan donasi dan penyaluran sumbangan. Informasi tersebut disampaikan melalui teks, foto, dan video.

## **SIMPULAN**

LAZ Alummah, LAZIS MU Pekalongan, LAZIS NU Pekalongan dan LAZIS Jateng adalah LAZ di pekalongan yang aktif mengelola zakat, infaq, dan sodaqoh. Empat LAZ dapat memanfaatkan website untuk pelaporan informasi non keuangan dengan baik. Dan ketiga LAZ tidak melaporkan informasi keuangan dalam website yaitu LAZ Alummah, LAZIS NU dan LAZIS Jateng hanya LAZIS MU yang mengungkapkan informasi keuangan di website. Selain itu, yang diamati LAZ juga menggunakan media sosial sebagai pelaporan dan menjaga hubungan mereka dan komunikasi dengan donatur atau muzakki. Hasil menunjukkan bahwa LAZ dapat mengirimkan secara lengkap, informasi non-keuangan yang akurat dan aktual. Banyak informasi dapat diperoleh dari situs website dan akun media sosial LAZ. Namun, kebutuhan pelaporan keuangan internet perlu ditingkatkan oleh LAZ untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas mereka.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aly, D., Simon, J., & Hussainey, K. (2010). Determinants of corporate internet reporting: Evidence from Egypt. *Managerial Auditing Journal*. <https://doi.org/10.1108/02686901011008972>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Grizane, T., & Jurgelane, I. (2016). Social Media Impact on Business Evaluation. *Procedia Computer Science*. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.01.103>
- <https://finansial.bisnis.com/read/20210301/231/1362228/potensi-zakat-rp2338-triliun-muhammadiyah-apresiasi-survei-lazismu>
- Krippendorff, K., & Weber, R. P. (1987). Basic Content Analysis. *Journal of*

- the American Statistical Association*. <https://doi.org/10.2307/2289192>
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Kurniawati, Y. (2018). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Internet Financial Reporting ( IFR ) Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Surabaya (BES). *Media Komunikasi Ekonomi Dan Manajemen*.
- Manetti, G., & Bellucci, M. (2016). The use of social media for engaging stakeholders in sustainability reporting. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2014-1797>
- Mordhah, N. (2012). Self – Accountability: The Link between Self-Accountability and Accountability in Islam Najwa Mordhah PhD student. *International Journal of Humanities and Social Science*.
- Mubarok, A., & Fanani, B. (2014). PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT NASIONAL (Potensi, Realisasi dan Peran Penting Organisasi Pengelola Zakat). *Permana*.
- Ni'mah, K. (2015). Optimalisasi penggunaan Website Sebagai Media Publikasi Pengelolaan Zakat Oleh Lembaga Dompot Dhuafa. *Penggunaan Website*.
- Rini, R. (2016). Penerapan Internet Financial Reporting untuk Meningkatkan Akuntabilitas Organisasi Pengelola Zakat. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. <https://doi.org/10.18202/jamal.2016.08.7022>
- Sebelius, C. L. (2012). Social media policy in other organizations. *The Journal of the American College of Dentists*.
- Sriramesh, K., Rivera-Sánchez, M., & Soriano, C. (2013). Websites for stakeholder relations by corporations and non-profits. *Journal of Communication Management*. <https://doi.org/10.1108/13632541311318738>
- Xiang, Y., & Birt, J. L. (2021). Internet reporting, social media strategy and firm characteristics – an Australian study. *Accounting Research Journal*. <https://doi.org/10.1108/ARJ-09-2018-0154>