



**Analisis Potensi Penerimaan Zakat Melalui *E-Commerce*
Pada Masa Pandemi Covid-19**
Uswatun Hasanah

Universitas Tjut Nyak Dhien Medan
Jl. Gatot Subroto/Jln. Rasmi No. 28 Medan
E-mail: uswah.hana@yahoo.com

ABSTRAK

Potensi penerimaan zakat secara nasional baik sebelum maupun pada saat terjadinya pandemi covid-19 masih sangat besar, sedangkan realisasinya masih sangat jauh dari harapan. Adapun salah satu cara yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah dengan memanfaatkan *Platform Digital* diantaranya adalah *commercial Platform* yaitu bekerja sama dengan *e-commerce* (Bukalapak, Shopee, Lazada, Blibli, JD.id, Tokopedia, Mataharimall.com dan Elevenia). Pada masa Pandemi Covid-19 ini peningkatan penerimaan zakat secara online khususnya melalui *e-commerce* meningkat secara tajam sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Keadaan ini menjadi potensi yang sangat besar untuk mengembangkan sistem sesuai dengan kebutuhan muzaki dalam mengoptimalkan penerimaan zakat secara online khususnya melalui *e-commerce*.

Kata Kunci: Potensi, Penerimaan Zakat, *E-commerce*

ABSTRACT

The potential for receiving zakat nationally before and during the Covid-19 pandemic is still enormous, while its realization is still very far from expectations. The National Amil Zakat Agency (BAZNAS) does is by utilizing the Digital Platform, including the commercial platform, which is collaborating with *e-commerce* (Bukalapak, Shopee, Lazada, Blibli, JD.id, Tokopedia, Mataharimall.com and Elevenia). During the Covid-19 Pandemic, the increase in online zakat acceptance, primarily through *e-commerce*, increased sharply in line with changes in people's lifestyles. This situation has a huge potential to develop a system according to the needs of muzaki in optimizing the acceptance of zakat online, primarily through *e-commerce*.

Keyword: Potensi, Penerimaan Zakat, *E-commerce*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memaksa segala lini kegiatan masyarakat untuk dilakukan sesuai dengan protokol kesehatan. Hal ini membuat Kementerian Agama menerbitkan surat edaran Menteri Agama nomor 6 tahun 2020 yang salah satu butir isinya menitikberatkan pada pengumpulan dana zakat dengan meminimalkan kontak fisik. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) berusaha semaksimal mungkin tetap menjalankan tugas-tugasnya ditengah pandemi.

Pembayaran zakat online jika ditinjau dari segi hukumnya adalah boleh. Ketua Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Hasanuddin A.F. (2017) menyatakan bahwa menyalurkan zakat via online tidaklah masalah karena transaksi pembayarannya tidak menyalahi aturan yang sudah ditetapkan dalam Islam, Justru dengan adanya penyaluran zakat secara online akan memudahkan masyarakat dalam membayar zakat. Pada kondisi saat ini pembayaran zakat secara online sangat membantu masyarakat dan sesuai dengan surat edaran Menteri Agama yang menitikberatkan pembayaran zakat sesuai dengan protokol kesehatan.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan wabah yang melanda Indonesia, membuat organisasi-organisasi penerima zakat menyesuaikan dengan perkembangan saat ini. Dalam penerimaan zakat sudah sangat dipermudah yaitu dengan pembayaran zakat melalui online baik dari aplikasi maupun dari platform *e-commerce* yang sudah menawarkan fitur pembayaran zakat di *e-commerce* nya. Bukan hanya itu saja tetapi pelanggan dapat memilih sendiri kemana ingin menyalurkan zakatnya misalnya BAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, Aksi cepat Tanggap (ACT) dan lembaga-lembaga amil zakat lainnya. Selain itu platform *e-commerce* juga menawarkan berbagai jenis pembayaran zakat mulai dari zakat fitrah, profesi, zakat harta maupun zakat mal.

Pertumbuhan penerimaan zakat dari tahun ketahun terus tumbuh hal ini menunjukkan kesadaran masyarakat semakin meningkat dalam membayar zakat, selain itu faktor wabah covid-19 mengarahkan masyarakat untuk membayar zakatnya secara online. Berikut ini adalah data pengumpulan zakat dari tahun 2015 hingga tahun 2019:

Tabel 1. Data Penerimaan Zakat dari Tahun 2015-2019

Rincian/Description	Satuan/Unit	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
PENGUMPULAN/COLLECTION						
Zakat Maal Perorangan	milliar rupiah	1,983.4	2,843.7	2,785.2	3,302.2	3,951.1
<i>Zakat Maal Individual</i>	<i>billion rupiah</i>					
Zakat Maal Badan	milliar rupiah	157.8	620.5	307.0	492.4	306.7
<i>Zakat Maal Institution</i>	<i>billion rupiah</i>					
Zakat Fitrah	milliar rupiah	168.1	274.0	1,101.9	1,112.6	1,406.1
<i>Zakat Fitr</i>	<i>billion rupiah</i>					
Infak/Sedekah dan CSR ¹⁾	milliar rupiah	1,177.3	1,001.5	1,764.9	2,517.4	3,383.6
<i>Infak/Sadaqah and CSR¹⁾</i>	<i>billion rupiah</i>					
Dana Sosial Keagamaan Lainnya ²⁾	milliar rupiah	163.8	277.6	265.3	692.9	1,173.1
<i>Other Socio Religious Funds²⁾</i>	<i>billion rupiah</i>					
Pertumbuhan Pengumpulan	%	10.6	37.5	24.1	30.4	26.0
<i>Collection Growth</i>	%					
Rasio Penyaluran/Pengumpulan ³⁾	%	61.6	58.4	78.1	83.8	84.9
<i>Allocation to Collection Ratio (ACR)³⁾</i>	%					
Kategori ACR ⁴⁾	-	Cukup Efektif	Cukup Efektif	Efektif	Efektif	Efektif
<i>ACR Category⁴⁾</i>	-	<i>Fairly Effective</i>	<i>Fairly Effective</i>	<i>Effective</i>	<i>Effective</i>	<i>Effective</i>

Sumber: Statistik Zakat Nasional (2020)

Dari data tersebut penerimaan zakat dari tahun ketahun semakin meningkat, pada tahun 2015 pertumbuhan pengumpulan zakat sebesar 10,6% sedangkan pada tahun 2019 pertumbuhan pengumpulan zakat naik menjadi 26%. Dari tahun 2015 hingga tahun 2019 pertumbuhan pengumpulan zakat naik sebesar 15,4%.

Di Indonesia proyeksi pertumbuhan penerimaan zakat cukup besar. Jika ditinjau dari jumlah penduduk yang beragama Islam yaitu sebanyak 87,2%, maka dapat dikatakan bahwa penerimaan zakat yang dapat ditarik cukup tinggi. Potensi penerimaan zakat tahun 2020 dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Sumber: Outlook zakat Indonesia 2021

Gambar 1. Potensi Penerimaan Zakat Indonesia tahun 2020

Pada grafik di atas maka zakat yang paling banyak dapat di kumpulkan adalah dari sektor zakat perusahaan, kemudian zakat penghasilan dan jasa, selanjutnya zakat uang disusul dengan zakat pertanian dan peternakan.

Potensi penerimaan zakat secara online jika ditinjau dari jumlah penduduk yang menggunakan smartphone cukup tinggi. Berdasarkan data dari kementerian Komunikasi dan Informatika adanya internet murah menyebabkan penggunaan internet di Indonesia sangat

tinggi, selain itu penggunaan smartphone juga telah mencapai 167 juta orang setara dengan 89% dari total penduduk Indonesia (Hanum , 2021). Hal ini juga dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membayarkan zakatnya secara online melalui beberapa *e-commerce* yang ada di Indonesia seperti Bukalapak, Shopee, Lazada, Blibli, JD.ID, Tokopedia dan Elevenia. Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis akan menganalisis tentang potensi penerimaan zakat melalui e-commerce pada masa pandemi covid-19.

KAJIAN TEORITIS

Rukun Islam ke empat (4) yaitu Zakat. Zakat dimaksudkan sebagai pembersih harta. Berdasarkan syariat maka zakat merupakan kewajiban dari harta pada saat tertentu (Mu'is, 2011). Bagi aghniya' (hartawan) zakat dimaksudkan sebagai kewajiban terhadap masyarakat setelah kekayaannya sampai nishab (batas minimal) pada periode setahun (haul), dengan tujuan sebagai alat untuk pemerataan ekonomi serta keadilan sosial dimasyarakat. Pendapat dari Umar Bin Al-khathab, zakat disyariatkan untuk merubah yang awalnya adalah mustahik (penerima zakat) menjadi muzaki (pembayar zakat). Sedangkan menurut PSAK No.109, zakat merupakan harta yang harus dikeluarkan oleh pembayar zakat kepada mustahiq (berhak menerima) sesuai syariat. Selain itu Undang-undang Nomor 23 tahun 2011 menguatkan bahwa zakat digunakan untuk meningkatkan keadilan, kesejahteraan masyarakat yang kegiatan tersebut merupakan pranata keagamaan.

Terdapat dua jenis zakat yang wajib dilaksanakan yaitu Zakat fitrah dan zakat maal. Zakat maal (zakat harta) dibagi lagi menjadi zakat penghasilan dan zakat profesi. Menurut badan amil zakat (Baznas) pada umumnya zakat terbagi atas 2 (dua) yakni zakat fitrah dan zakat maal (zakat penghasilan/profesi, zakat perdagangan, zakat saham, zakat perusahaan, dan lain-lain).

Didalam Al-Qur'an dinyatakan bahwa terdapat delapan golongan penerima zakat (Al-qur'an surat At-Taubah ayat 60) yaitu : (1) Fakir, orang yang tidak memiliki penghasilan yang mengakibatkan tidak terpenuhi kebutuhan hidupnya; (2) Miskin, orang yang memiliki penghasilan tetapi belum mencukupi kebutuhann hidupnya; (3) Amil, orang yang berkecimpung mengurus penerimaan dan pendistribusian zakat; (4) Muallaf , orang yang baru masuk Islam; (5) Hamba Sahaya, Seorang budak yang ingin merdeka dengan membayar sejumlah uang. (6) Gharimin, orang yang memiliki hutang namun tidak sanggup bayar karena jatuh miskin. (7) Fi sabilillah, orang yang berjuang dijalan Allah (berdakwah atau berperang); (8) Ibnu Sabil, orang yang berpergian dan kehabisan bekal.

Pengelola Zakat merupakan kegiatan yang diawali dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan penyaluran serta pemanfaatan zakat (zuhri, 2012). Menurut Al-Qur'an pengelola zakat disebut amil. Amil zakat merupakan lembaga pengelola zakat yang diwajibkan bekerja secara profesional untuk

dapat mengelola zakat. Adapun orang yang berhak menjadi amil adalah orang yang memenuhi syarat-syarat berikut: Muslim, Mukallaf, yaitu orang dewasa yang berakal sehat (tidak gila), Jujur, faham akan hukum-hukum zakat, sanggup melaksanakan tugas sebagai amil. Ada beberapa prinsip pengelolaan zakat, yaitu prinsip keterbukaan, sukarela, keterpaduan, profesionalisme dan kemandirian (Djazuli, 2002).

Teknologi digital yang digunakan untuk mengadakan transaksi komersial antar individu yang menyertakan pertukaran nilai biasanya dikenal dengan istilah *Electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce* (Laudon dan Traver, 2017). Adapun media yang digunakan *e-commerce* antara lain internet, *world wide web*, serta aplikasi yang terdapat di browser perangkat seluler (*smartphone*) untuk digunakan sebagai alat transaksi bisnis. Sedangkan *Platform mobile* merupakan pengembangan terkini dalam prasarana internet dari berbagai perangkat *smartphone/mobile/tablet* melalui koneksi internet.

METODE PENELITIAN

Deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk memahami bagaimana individu/kelompok memandang, Menginterpretasikan dunia sosialnya dengan berinteraksi secara langsung (Sugiono, 2017). Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana menggambarkan suatu keadaan yang kompleks dari sudut pandang ilmiah untuk menganalisis kehidupan sosial masyarakat difokuskan pada kebiasaan masyarakat dalam menyampaikan zakatnya. Dari keadaan ini akan diamati bagaimana masyarakat menyikapi perubahan-perubahan yang terjadi yang mengakibatkan perubahan pola kebiasaan yang diakibatkan oleh perubahan keadaan.

Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder, data diperoleh dari teori-teori dan berbagai informasi yang didapat secara tidak langsung akan tetapi dari berbagai sumber seperti buku, dokumen, website, berita tentang penerimaan zakat melalui e commerce di masa pandemi ini dan juga data yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan penelitian ini.

Langkah penting dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data karena bertujuan untuk memperoleh data untuk memenuhi standar yang telah ditetapkan. Pada penelitian kualitatif ini, pengumpulan data dilakukan lebih banyak mefokuskan dari segi dokumentasi yaitu berita-berita online yang terkait tentang zakat e-commerce, laporan-laporan tentang zakat dan data relevan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Indonesia Sumber potensi zakat dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu potensi zakat dari kelompok individu /keluarga, potensi zakat dari perusahaan/industri, dan yang terakhir potensi zakat dari hasil deposito dana zakat yang disimpan di bank. Potensi zakat di Indonesia sangat tinggi, hal ini sudah banyak diteliti oleh para peneliti diantaranya

(Hafidhuddin and Beik, 2010); (Amelia, 2017); (Canggih, Fikriyah and Yasin, 2017); (Rijal and Nilawati, 2019); dan (Pertiwi and Ruslan Abdul Ghofur, 2020) yang menyatakan bahwa potensi penerimaan zakat di Indonesia sangat besar tetapi tidak dibarengi dengan realisasinya. Sedangkan menurut (Hidayat and Mukhlisin, 2020) pertumbuhan zakat setiap tahunnya mengalami pertumbuhan, baik secara sistem zakat online maupun pendapatan zakat secara keseluruhan, hanya saja belum digali secara maksimal. Selanjutnya hasil penelitian dari (Parisi, 2017) menunjukkan bahwa pengumpulan zakat diperkirakan akan mencapai sekitar Rp 5,0 triliun pada tahun 2020. Diramalkan meningkat menjadi 8,33 triliun pada tahun 2029, dengan nilai mean absolute persen error (MAPE) sebesar 0,18 yang dilakukan menggunakan metode peramalan dekomposisi multiplikasi dengan data yang dikumpulkan selama periode 2005-2015. Hasil penelitiannya juga menyebutkan bahwa sistem zakat yang diterapkan di Indonesia adalah sistem zakat sukarela hal ini tentunya sangat mempengaruhi jumlah penerimaan zakat.

Berdasarkan indikator pemetaan potensi zakat (IPPZ) tahun 2019 Potensi penerimaan zakat di Indonesia sebesar Rp 233,8 triliun atau (1,72% dari PDB tahun 2018) senilai Rp13.588,8 triliun (Puskas BAZNAS, 2019). Sedangkan di tahun 2020 total potensi zakat sebesar Rp327,6 triliun (Puskas BAZNAS, 2020). Untuk dapat mengakomodir seluruh potensi zakat kementerian agama mengeluarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 186 Tahun 2016 tentang penambahan pembentukan Badan Amil Zakat Nasional tingkat Provinsi yang mengikuti ketentuan pemekaran wilayah di tingkat provinsi. Hasilnya, jumlah Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) berkembang pesat. Pada saat ini terdapat 572 OPZ yang bergerak bersama dalam gerakan kebangkitan zakat di Indonesia (Outlook zakat Indonesia, 2020).

Berikut ini adalah jumlah pengelola zakat berdasarkan tingkatan:

Tabel 2. Jumlah Pengelola Zakat Berdasarkan Tingkatan tahun 2019

Tingkatan	Jumlah
BAZNAS RI	1
BAZNAS Provinsi	34
BAZNAS Kab/Kota	456
LAZ Nasional	26
LAZ Provinsi	18
LAZ Kab/Kota	37
Jumlah	572

Sumber: Statistik Zakat Nasional 2019

Dengan jumlah Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) tersebut maka jumlah zakat yang berhasil dikumpulkan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Sumber : Statistik Zakat Nasional 2019

Gambar 2. Grafik Pertumbuhan pengumpulan ZIS hingga tahun 2019

Berdasarkan grafik di atas pertumbuhan penerimaan zakat pada tahun 2019 sudah mencapai 10,23 milyar dengan tingkat pertumbuhan 26% dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 8,117 Milyar. Angka ini sebenarnya bisa dikatakan turun jika dibandingkan dengan pertumbuhan tahun 2017 ke tahun 2018 sebesar 30,42% dari nilai 6,224 Milyar ke 8,118 milyar. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Sari *et al.*, 2020) menyatakan bahwa sebanyak 48,4% muzaki BAZNAS mengalami penurunan pendapatan. Kondisi tersebut sudah pasti akan memengaruhi jumlah harta yang dapat dizakatkan, khususnya zakat penghasilan yang memiliki basis zakat berdasarkan pendapatan atau penghasilan rutin dari pekerjaan yang tidak melanggar syariah.

Paradigma dan landscape pengelolaan zakat tahun 2020 di Indonesia berubah seiring dengan munculnya wabah Covid-19 yang terjadi secara mendunia termasuk Indonesia, keadaan ini memaksa organisasi pengelola zakat untuk melakukan perubahan dan inovasi dalam pengelolaan zakat baik dari segi pengumpulan zakat, penyaluran dan pemanfaatan zakat, termasuk juga dari tatanan manajerial pengelolaan zakat. Krisis ekonomi akibat dari dampak pandemi covid-19 mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan secara langsung juga mempengaruhi penerimaan zakat. Pada dasarnya pengumpulan zakat sangat dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat yang telah mencapai nisab. Akibat dari pandemi ini mengakibatkan turunnya pendapatan mayoritas masyarakat Indonesia yang berdampak langsung terhadap turunnya jumlah penerimaan zakat. Dampak dari covid-19 ini menambah angka kemiskinan di Indonesia, untuk itu penghimpunan zakat sangat penting untuk mengentaskannya. Dengan berkembangnya e-commerce memudahkan masyarakat dalam bertransaksi pada masa pandemi, seiring dengan pertumbuhan e-commerce juga diikuti dengan sistem pembayaran zakat online. Untuk itu sinergi institusional dalam *penghimpunan* zakat dengan *e-commerce* sangat efektif pasca pandemi covid-19 (Kinanti *et al.*, 2021).

Kondisi pandemi ini membuat Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) menghadapi kesulitan dalam melakukan penerimaan zakat secara konservatif yang biasa dilakukan dengan membuka gerai-gerai di pusat keramaian dan perbelanjaan. Sebelumnya kanal-kanal pengumpulan tersebut dapat dimanfaatkan tetapi pada kondisi ini tidak dapat digunakan secara maksimal akibat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau protokol kesehatan Covid-19. Kedua hal ini dapat memberikan pengaruh negatif terhadap pengumpulan zakat di Indonesia

Akibat dari kebijakan pemerintah yang banyak mengeluarkan kebijakan pencegahan penyebaran pandemi Covid-19, misalnya kebijakan pembatasan pergerakan sosial diberbagai kota di Indonesia, maka berdampak pada minimnya ruang gerak muzaki untuk pembayaran zakat secara langsung, sehingga diperlukan adanya inovasi dalam pengumpulan zakat. Dalam hal ini, BAZNAS dan LAZ telah melakukan upaya digitalisasi bahkan sebelum pandemi berlangsung. Namun, dengan adanya pandemi, BAZNAS dan LAZ semakin memperkuat dan mengoptimalkan pengumpulan zakat melalui berbagai kanal digital.

Pembayaran zakat melalui kanal digital seiring dengan munculnya wabah covid-19 dapat membayar zakat lewat media digital. Terdapat kemudahan untuk membayar zakat pada masa pandemi ini, adapun kanal digital yang bisa diakses e-commerce, apps dan social media. Untuk kanal apps terdiri dari kitabisa.com, Gopay, Gopoints, Gotix, Ovo, Tcash, kaskus, Invissee, Lenna, Mcash, Wisata muslim, Oorth, Asuransi Jasindo syariah. Sedangkan pada e-commerce terdiri dari Elevenia.co.id, blibli.com, shoppee.co.id, Tokopedia.com, Lazada.com, Mataharimall.com, Jd.id, dan Bukalapak.com. Selanjutnya social media terdiri dari Oy Indonesia dan Line (Zaki). Untuk pembayaran bisa menggunakan online payment Channel antara lain Internet banking, SMS banking, EDC, E-cash Mandiri, Doku Wallet, E-Pay BRI, Virtual Account, dan T-cash. Selain itu dapat juga menggunakan pembayaran via ATM BRI syariah, BNI syariah, bank muamalat, Bank Sinarmas Syariah, BTN syariah, Bank mandiri dan lain sebagainya (Baznas, 2021). Hasil penelitian dari (Rijal, 2019) yang dilakukan dengan mengambil 107 responden dan juga beberapa data sekunder dari BAZNAS Indonesia mengungkapkan bahwa kartu bank, internet banking dan kartu kredit adalah salah satu sistem pembayaran elektronik yang paling populer di kalangan institusional.

Pembayaran zakat secara digital selain mempunyai banyak kelebihan juga memiliki tantangan diantaranya masih lemah dan tidak meratanya akses internet di Indonesia, perlunya membangun hubungan antara antara mustahiq, muzaki dan BAZNAS, serta penguatan penerapan prinsip syariah dalam pengelolaan zakat (Utami *et al.*, 2020) selain itu jika ditinjau dari segi pengelolaan dan sumberdaya yang menjadi kendala adalah lemahnya standar kompetensi dan profesionalisme Sumber Daya Manusia (Santoso, 2019).

Berdasarkan data Badan Amil Zakat Nasional pada statistik zakat nasional selama tahun 2019 didapati data jumlah pengumpulan zakat melalui channel pembayaran adalah

sebagai berikut:

Tabel 3. Pengumpulan ZIS berdasarkan channel pembayaran

Kanal Pembayaran <i>Payment Channel</i>	Pengumpulan ZIS / ZIS Collection	
	Jumlah Dana (Rp) <i>Total Amount (Rp)</i>	%
1	2	3
Konter	7,798,664,544	2.6
E-Payment	40,183,311,927	13.6
Transfer	238,992,463,834	80.7
Natura	9,259,868,044	3.1
Total	296,234,308,349	100.0

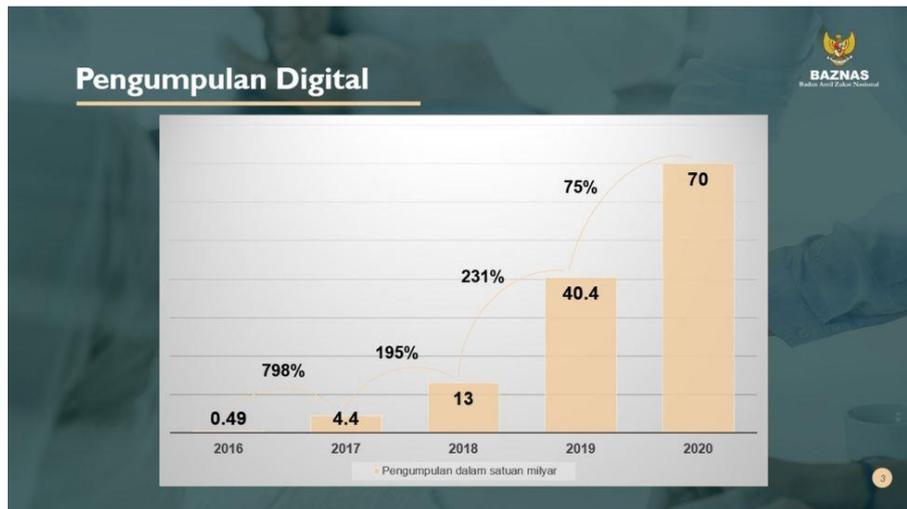
Sumber: Statistik Zakat Nasional 2019

Berdasarkan data tersebut pembayaran zakat yang paling banyak dipilih oleh muzaki adalah via transfer sebesar 80,7% sedangkan via E-payment sebesar 13,6%, pembayaran melalui konter sebesar 2,6% sedangkan melalui natura sebesar 3,1%. maka pembayaran yang paling dominan adalah pembayaran melalui sistem transfer.

Menurut *Charities Aid Foundation (CAF)* dalam *World Giving Index* pada tahun 2018 Indonesia merupakan negara yang dikategorikan paling dermawan. Hal ini dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Kasri dalam *Outlook zakat Indonesia (2021)* yang membuktikan bahwa perilaku berdonasi di Indonesia selama krisis ekonomi mengalami peningkatan. Pada keadaan Covid-19 saat ini dapat menjadi potensi yang baik bagi lembaga pengelola zakat untuk dapat mengumpulkan zakat secara online. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh (Sari *et al.*, 2020) bahwa saat pandemi Covid-19 penggunaan kanal donasi daring meningkat dari 48,31% sebelum pandemi menjadi 78,57 persen saat terjadi pandemi. Hal ini terjadi karena Kanal pengumpulan manual tidak dapat berjalan maksimal akibat Covid-19 serta diiringi dengan perubahan gaya hidup masyarakat.

Total jumlah pengumpulan zakat dimasa pandemi menjadi tolok ukur besarnya pengaruh positif dan negatif dari Covid-19. Selama bulan Maret hingga bulan Juni 2020 pengumpulan ZIS meningkat sebesar 69,29 % dibandingkan total pengumpulan di tahun 2019 dengan periode yang sama (Sari *et al.*, 2020).

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Badan Amil Zakat nasional (Baznas) terdapat kenaikan pengumpulan zakat melalui metode daring dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016 pengumpulan zakat melalui daring hanya sebesar Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah), kenaikan signifikan terlihat pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp 40.4 Milyar rupiah. Pada tahun 2020 zakat dan sedekah daring telah ditargetkan hingga Rp 70 Milyar bekerjasama dengan berbagai platform di Indonesia.



Gambar. 3 Jumlah pengumpulan dana dari kanal digital

Januari hingga Mei 2020 tercatat pertumbuhan pengumpulan ZIS melalui kanal digital mencapai 284%. Dimana dana ZIS dan DSKL yang terkumpul mencapai Rp211.864.061.530 atau mengalami kenaikan 70 persen dibanding periode yang sama tahun 2019. Hasil ini diperoleh karena BAZNAS sangat masif melakukan inovasi dan serta kerja sama dengan banyak perusahaan e-commerce pada masa pandemi.

Berdasarkan data dari bukalapak.com salah satu e-commerce yang bekerja sama untuk penerimaan zakat, pertumbuhan zakat melalui layanan Buka Zakat tahun 2020 telah mencapai 70%. Sedangkan dari Platform Shopee Indonesia menyatakan bahwa nilai zakat dan donasi mencapai Rp 730 juta per pertengahan Mei 2020. Sedangkan e-commerce Tokopedia melaporkan hal yang tidak jauh berbeda yaitu peningkatan terjadi sebanyak tiga kali lipat selama periode ramadhan tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019, selain itu terjadi kenaikan nilai transaksi melalui fitur Donasi Tokopedia yaitu naik sebesar 20 kali lipat secara tahunan pada periode Maret sampai April 2020. Keadaan ini menunjukkan bahwa zakat dan donasi melalui kanal daring menunjukkan tingginya minat masyarakat dalam membayar zakat dan berdonasi ditengah *physical distancing* (Firmansyah dan Pandamsari, 2020).

Jika dilihat secara teori, pada masa pandemi ini sangat berimbas terhadap perekonomian masyarakat, dimana penerimaan masyarakat pada masa ini banyak menurun sehingga jumlah penyalur zakat ikut menurun dan jumlah penerimaan zakat sudah pasti ikut menurun juga. Sebelum mewabahnya pandemi covid-19 penerimaan zakat hanya dikhususkan untuk 8 golongan, tetapi pada perkembangannya para ulama menyetujui membuat zakat menjadi salah satu instrument sumber pendaanaan untuk penanggulangan wabah covid-19 dengan syarat wajib sesuai kriteria yang jelas agar tidak keluar dari fungsi zakat yang seharusnya (Saputra, 2020). Kemungkinan karena hal ini juga menurut Arifin selaku Direktur Baznas banyak muzaki baru yang muncul yang tergerak untuk turut membantu penanganan Covid-19.

Pada periode Januari hingga Mei 2020 performa pengumpulan ZIS dan DSKL dapat

dikatakan sangat baik. Indikator kesuksesan performa tersebut adalah pertumbuhan setiap bulannya tidak kurang dari 30% dari bulan yang sama pada tahun sebelumnya, dan juga angka pertumbuhan muzaki yang mencapai 176% (Humas Baznas, 2020).

Melihat tingginya minat masyarakat untuk berzakat, infak dan sedekah ditengah pandemi covid -19 ini serta keadaan ekonomi yang semakin menurun, merupakan sebuah potensi besar bagi organisasi pengumpul zakat untuk lebih berbenah diri dan lebih berinovasi, memberikan kemudahan-kemudahan bagi muzaki untuk menyalurkan zakat, infak dan sedekahnya. Fenomena masyarakat ditengah pandemi dengan meningkatnya pola berbagi bersama harus dijadikan peluang besar bagi penyelenggara pengumpul zakat.

Adapun potensi lain yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan penerimaan zakat adalah menasar pada generasi millineal, dimana banyak dari millineal yang memiliki penghasilan tinggi melalui online seperti youtube yang sebagian dari mereka sudah mencapai kategori wajib zakat. Hal ini dapat dilakukan melalui tokoh-tokoh influencer sehingga muncul kesadaran mereka untuk menyisihkan sedikit dari pengahsilan mereka untuk zakat yang akan disalurkan kepada kaum yang membutuhkan. Generasi millennial ini sangat dekat dengan teknologi, bahkan hampir lebih setengah dari kehidupan mereka dihabiskan bersama teknologi. Untuk itu kerjasama-kerjasama dengan ecommerce dapat ditingkatkan lagi. Agar kanal-kanal pengumpulan zakat dapat didapat dengan sangat mudah, semudah belanja online. Kaum millineal perlu diberikan pemahaman tentang zakat, hal ini bisa dilakukan dengan menghadirkan konten-konten yang menarik tentang zakat. konten-konten ini dapat disebar ke berbagai media sosial yang sering diakses oleh kaum millennial diantaranya facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan media sosial lainnya.

Agar dapat menjaga konsistensi para millennial dalam berzakat maka perlu adanya Akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan dana zakat, laporan-laporan penggunaan dan penerimaan zakat wajib dapat diakses dengan mudah oleh kaum millennial pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, data-data yang disajikan haruslah *uptodate* agar kepercayaan kaum millennial tetap terjaga. Lembaga-lembaga amil zakat wajib memperbaiki diri dari segi pelaporan penerimaan dan penggunaan dana zakat baik dari tingkat bawah sampai ke tingkat paling atas. Transparansi zakat akan memberikan kenyamanan dan kepercayaan kepada para muzaki sehingga terus konsisten dalam berzakat. Berdasarkan hasil penelitian dari (Daniyal *et al.*, 2021) yang menganalisis tentang bagaimana generasi milenial berniat membayar zakat melalui pembayaran digital dengan menggunakan metode regresi logistik, menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi, dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap niat generasi milenial untuk membayar zakat melalui pembayaran digital, sedangkan pengetahuan dan motivasi berpengaruh tidak signifikan. Hasil penelitian tersebut menyiratkan bahwa OPZ harus membuat aplikasi yang nyaman bagi generasi milenial dalam melakukan pembayaran zakat secara digital

KESIMPULAN

Potensi penerimaan zakat di Indonesia melalui *e-commerce* setiap tahun semakin meningkat. Ditambah lagi dengan kondisi wabah covid-19 yang memaksa masyarakat untuk mengurangi interaksi secara langsung. Dengan adanya kerjasama dengan *e-commerce* diharapkan akan dapat lebih banyak lagi muzaki-muzaki baru yang bermunculan. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* dalam membayar zakat harus lebih ditingkatkan. Selain itu akuntabilitas serta transparansi wajib di *update* agar kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat melalui lembaga zakat semakin meningkat. Inovasi-inovasi harus selalu dikembangkan dengan menyesuaikan perkembangan zaman. Potensi lain yang dapat digali adalah menyasar kepada kaum millennial, dimana kaum milenial saat sudah banyak yang memiliki penghasilan sesuai nisab zakat, hanya saja kesadaran wajib zakat harus dipahamkan kepada kaum milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, N. (2017) 'Analisis Potensi Zakat Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Kalimantan Selatan', *Jurnal Humaniora Teknologi*, 2(1). doi: 10.34128/jht.v2i1.2.
- Canggih, C., Fikriyah, K. and Yasin, A. (2017) 'Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia', *al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 1(1), p. 14. doi: 10.26740/jie.v1n1.p14-26.
- Daniyal, M. *et al.* (2021) 'The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments', 5(1), pp. 38–47.
- Djazuli, Yadi Januari. (2002) *Lembaga–lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, Luky Maulana dan Pandamsari, Aulia Putri.(2020). Tren zakat dan sedekah daring: mudah, transparan. <https://lokadata.id/artikel/zakat-dan-sedekah-daring-makin-diminati-karena-transparansi-dan-kemudahannya>. diakses tgl 11 mei 2021 pukul 00:53 Wib
- Hanum, Zubaidah.(2021). Kemenkominfo: 89% Penduduk Indonesia Gunakan Smartphone. <https://mediaindonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone>. diakses pada tanggal 08 Mei 2020 pukul : 15:44 WIB.
- Hafidhuddin, D. and Beik, I. S. (2010) 'Zakat Development: The Indonesia's Experience', *Al-Infraq, Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), pp. 1–5.
- Hidayat, A. and Mukhlisin, M. (2020) 'Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), p. 675. doi: 10.29040/jiei.v6i3.1435.
- Humas Baznas.2020. BAZNAS Lakukan Inovasi Pengumpulan Zakat di Masa Pandemi Covid-19. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Lakukan_Inovasi_Pengumpulan_Zakat_di_Masa_Pandemi_Covid-19/583. Diakses Tanggal 11 Mei 2021 Pukul 15:01 Wib

- Kinanti, R. A. *et al.* (2021) 'Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce', *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 2(1), pp. 20–37.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2016 business, technology, society* (12th ed.). England: British Library Catalogue in.
- Mu'is. Fahrur. (2011). *Zakat A-Z Panduan Mudah, Lengkap dan Praktis tentang Zakat*. Solo: Tinta Medina.
- Muhyiddin. (2017). MUI Ingatkan Masyarakat yang Berzakat Online. diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/17/06/07/or653i423-mui-ingat-kan-masyarakat-yang-berzakat-online>. Diakses pada tanggal 08 Mei 2020 pukul : 11:55 WIB.
- Parisi, S. Al (2017) 'Overview of Forecasting Zakat Collection in Indonesia Using Multiplicative Decomposition', *International Journal of Zakat*, 2(1), pp. 45–59. Available at: <https://ijazbaznas.com/index.php/journal/article/view/14>.
- Pertiwi, I. suri mahardika and Ruslan Abdul Ghofur (2020) 'Optimalisasi Potensi Zakat : Faktor Yang Mempengaruhi Muzzaki Membayar Zakat Di Baznas Lampung Tengah', *Jurnal Niara*, 13(2), pp. 1–10. doi: 10.31849/niara.v13i2.4311.
- Puskas BAZNAS. Outlook Zakat Indonesia 2021
- _____. Statistik zakat Nasional 2019
- Rijal, K. (2019) 'Analysis of Online Portal and E-Payment Application Usage: A Case Study of BAZNAS Indonesia', *International Conference of Zakat*. doi: 10.37706/iconz.2018.116.
- Rijal, K. and Nilawati (2019) 'Potensi Pembayaran Zakat Secara Online Dan Offline Serta Realisasi Dana Zakat Indonesia', *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics*, 5(2).
- Santoso, I. R. (2019) 'Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0', *Ikonomika*, 4(1), pp. 35–52. doi: 10.24042/febi.v4i1.3942.
- Saputra, H. (2020) 'Zakat Sebagai Sarana Bantuan Bagi Masyarakat Berdampak Covid-19', *Al-Ijtima`i: International Journal of Government and Social Science*, 5(2), pp. 161–175. doi: 10.22373/jai.v5i2.549.
- Sari, A. P. *et al.* (2020) 'Menjadi OPZ Penyintas di Masa Pandemi', *Policy Brief Puskas BAZNAS*, pp. 1–8.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Utami, P. *et al.* (2020) 'The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance in National Amil Zakat Agency', *Iqtishadia*, 13(2), p. 216. doi: 10.21043/iqtishadia.v13i2.7809.
- Zuhri, Saifudin. 2012. *Zakat di Era Reformasi (Tata Kelola Baru)*. Semarang: Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo