

SKRIPSI

**ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH DALAM PENGUMPULAN
DANA ZAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL DI BAZNAS
KABUPATEN ENREKANG**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2025

**ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH DALAM PENGUMPULAN
DANA ZAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL DI BAZNAS
KABUPATEN ENREKANG**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi

: Analisis Akuntansi Syariah dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial di Baznas Kabupaten Enrekang

Nama Mahasiswa

: Sartika

Nomor Induk Mahasiswa

: 2120203862202052

Program Studi

: Akuntansi Syariah

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing

: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

B-4585/ln.39 /FEBI.04/PP.00.9/10/2024

Disetujui oleh

Pembimbing

: Rini Purnamasari, M.Ak

()

NIP

: 19900124 202321 2 036

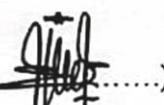
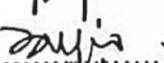
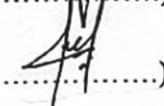
Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	:	Analisis Akuntansi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial di Baznas Kabupaten Enrekang
Nama Mahasiswa	:	Sartika
NIM	:	2120203862202052
Program Studi	:	Akuntansi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	:	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B-4585/ln.39 /FEBI.04/PP.00.9/10/2024
Tanggal Ujian	:	26 Juni 2025
Disahkan oleh Komisi Penguji		
Rini Purnamasari, S.E., M.Ak.	(Ketua)	()
Dr. H. Mukhtar, Lc., M.Th.I	(Anggota)	()
Rismala, S.E., M.Ak.	(Anggota)	()

Mengetahui,

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأُنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى اللَّهِ وَصَاحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Akuntansi Syariah dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial di BAZNAS Kabupaten Enrekang*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S,Akun) pada Program Studi Akuntansi Syariah.

Penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua saya Ibunda Hasma Ayahanda Agus Salim, sebagai tanda bakti dan hormat saya serta rasa terimakasih yang tiada terhingga ku persesmbahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah sabar dan memberikan kasih sayang dan segala dukungan serta cinta kasih yang tiada terhingga hanya dapat kubalas dengan karya kecil ini. terimahkasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasi untuk semua do'a dan dukungan ibu dan ayah saya bisa berada di titik ini, sekali lagi terimakasi.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri Sartika, terimahkasih sudah bertahan sejauh ini. Terimahkasih tetap memilih berusaha dan merayakan diri sendiri sampai di titik ini, walau sering kita merasa kita putus asa, Terima kasih karena telah percaya bahwa proses ini akan selesai pada waktunya. Saya bangga pada diri saya sendiri atas segala usaha, doa, dan semangat yang tak pernah padam hingga titik akhir ini. Aku tahu, ini bukan perjalanan yang mudah. Tapi aku bersyukur, karena aku tetap ada bertahan, berjalan, dan akhirnya sampai. Skripsi ini bukan hanya tentang pencapaian akademik, tapi tentang diriku yang tumbuh, belajar, dan berdamai dengan segala proses.Terima kasih telah percaya bahwa aku mampu, Terima kasih, karena tidak menyerah.

Dan yang terakhir Penulis mengucapkan banyak terimakasih telah menerima banyak bimbingan dan bantuan Rini Purnamasari, M.AK, selaku pembimbing utama atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapan terima kasih:

Selanjutnya penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku rektor IAIN Parepare.
2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.
3. Ibu Rini Purnamasari, M.AK. selaku penanggung jawab program studi Akuntansi Syariah IAIN Parepare.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta para staf akademik IAIN Parepare.
7. Kepada seluruh keluarga atas doa dan dukungan yang tak pernah putus untuk penulis.
8. Kepada Masyarakat Desa Bunga di Kabupaten Pinrang karena telah bekerja sama dan memberikan data kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Penyusun, 11 juni 2025



Sartika

2120203862202052



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sartika
NIM : 2120203862202052
Tempat/Tanggal Lahir : PAROMBEAN, 18-02-2002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Akuntansi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial Di Baznas Kabupaten Enrekang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 11 Juni 2025
Penyusun,



Sartika
2120203862202052

ABSTRAK

SARTIKA, *Analisis Akuntansi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial Di Baznas Kabupaten Enrekang* (dibimbing oleh Rini Purnamasari)

Dalam era digital yang terus berkembang, lembaga pengelola zakat dituntut untuk menyesuaikan diri dengan pola komunikasi dan transaksi masyarakat modern. BAZNAS Kabupaten Enrekang merespons dinamika ini dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana strategis untuk meningkatkan penghimpunan zakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi dan strategi yang diterapkan oleh BAZNAS Enrekang dalam pengumpulan zakat melalui media sosial, serta mengevaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan partisipasi muzakki. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam terhadap narasumber yang berperan langsung dalam pelaksanaan strategi digitalisasi, termasuk pengelola media sosial dan pimpinan lembaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BAZNAS Enrekang aktif menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp chatbot untuk menyebarkan informasi, edukasi zakat, serta laporan kegiatan. Penggunaan QRIS juga menjadi solusi inovatif dalam memfasilitasi pembayaran zakat secara digital. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan interaksi digital, membangun kepercayaan publik, dan memperluas jangkauan informasi. Namun, kendala seperti keterbatasan SDM dan alat dokumentasi masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Secara keseluruhan, digitalisasi di BAZNAS Enrekang tidak hanya berkontribusi pada peningkatan penghimpunan dana zakat, tetapi juga memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat di tingkat daerah, menjadikannya contoh adaptasi yang relevan di tengah transformasi digital saat ini.

Kata kunci : Akuntansi Syariah, Dana Zakat, Media Sosial

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Penelitian Relevan	11
B. Tinjauan Teoritis	15
1. Akuntansi syariah	15
2. Zakat	20
3. Media Sosial	38
C. Kerangka Pikir	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
B. Lokasi dan Waktu	46
C. Fokus Penelitian	47
D. Jenis dan Sumber Data	47

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	48
F. Uji Keabsahan Data	50
G. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Baznas Kabupaten Enrekang.....	53
B. Hasil Penelitian	56
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	77
Lampiran 04: Surat Izin Penelitian PTSP	81
BIODATA PENULIS.....	88

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Data pendapatan dana ZIS dari media sosial	7

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	44



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
4.1	Struktur Organisasi	55
4.2	Media Sosial Baznas	58



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	78
2	Surat Izin Penelitian dari Kampus	80
3	Surat Izin Penelitian dari DPMPTSP	81
4	Surat Selesai Meneliti	82
5	Identitas Informan	83
6	Dokumentasi Wawancara Penelitian	86
7	Biodata Penulis	88

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ṣa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun.

Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dgn tanda (').

2. *Vokal*

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـ	<i>fath}ah</i>	a	a
ـ	<i>kasrah</i>	i	i
ـ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ــ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
ــ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـ ... ـ ...	<i>fath}ah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ـ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
ـ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مات *; māta*

Contoh:

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *gila*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu: *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat *sukun*, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-atfāl

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ٰ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *svaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نِعْمَةٌ : *nu‘ima*
عَدْوَنْ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عليٌ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf **ال** (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الْزَلْزَالُ : *al-zalzalah* (*az-zalzalah*)

الفلسفة : *al-falsafah*

الْبَلَادُ : *al-hilādu*

7 *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. Lafz al-Jalālah (الْجَلَالَةُ)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ دِينُ اللَّهِ *dīnūllāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammадun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīh al-Qur'ān

Nasīr al-Dīn al-Tūsi

Abū Nasr al-Farābi

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Dalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammād ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammād (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammād Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan: Zaīd, Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhānahū wa ta‘ālā</i>
saw.	= <i>sallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>‘alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali ‘Imrān/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang diturunkan oleh Allah SWT. Kedunia, untuk mengatur segala persoalan kehidupan di dunia untuk kemaslahatan akhirat. Islam merupakan agama yang sempurna segala sesuatunya yang mengenai kehidupan di dunia sudah diatur dalam Al-Qur'an dan Al-hadist, sehingga segala permasalahan yang terjadi di dunia ada jawabanya dalam Al-Qur'an dan Al-hadist. Maka dari itu untuk membantu manusia menyelesaikan permasalahanya melalui pertolongan Allah SWT yang di tuliskan Al-Qur'an, maka di utuslah nabi Muhammad. Untuk itu, kehadiran nabi Muhammad SAW banyak membawa perubahan yang sangat besar terhadap kehidupan manusia baik dari tata cara bersosial, politik sampai ekonomi.

Berkat perjuangan nabi dan para sahabat dalam menyebarkan Islam, sehingga Islam tersebar luas diseluruh penjuru dunia, salah satunya adalah negara demokrasi negara Indonesia. Di Indonesia masyarakatnya merupakan mayoritas beragama islam memiliki angka kemiskinan yang banyak. Penyebabnya sangat beragam mulai dari sedikitnya lapangan kerja yang tersedia, pendidikan yang minim, serta *skill* dalam menghadapi kehidupan dunia ekonomi tidak ada, maka dalam islam solusi yang di berikan untuk mengatasi permasalahan ekonomi adalah zakat.¹

Zakat berasal dari kata zaka yang berarti baik, berkah, tumbuh, bersih dan bertambah. Sedangkan menurut istilah fikih, zakat adalah nama bagi

¹ M.Ali Hasan, "Upaya Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Mal," 2021, 6.

sejumlah harta tertentu yang dikeluarkan, dan diwajibkan oleh Allah SWT untuk diserahkan kepada orang yang berhak menerimanya (*mustahiq*) dari orang-orang yang wajib mengeluarkan (*muzakki*). Secara etimologis, zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Menurut UU No. 38 Tahun 1998 tentang pengelolaan zakat, pengertian zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau lembaga yang dimiliki oleh orang-orang muslim yang sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.²

Menurut Mas'udi dalam buku *Masdari Farid*, zakat adalah dana agama dan pajak adalah dana negara, berdasarkan konsep agama zakat bersifat ruhaniah dan personal, sementara dari konsep kelembagaan zakat bersifat profan (tidak bertujuan keagamaan) dan sosial. Dari beberapa paparan Mas'udi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa zakat tidak dapat dipisahkan dengan pajak, diibaratkan seperti zakat adalah ruhnya dan pajak adalah badannya. membayar pajak dengan niat zakat kepada negara/pemerintah yang sudah dianggap sah dan telah gugur kewajiban agamanya. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian zakat yaitu mengeluarkan sejumlah harta tertentu karena telah mencapai nasab dan diwajibkan oleh Allah SWT untuk dikeluarkan dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya dengan ketentuan syarat yang berlaku.³

² Hasanuddin, Abdul. *Hukum Zakat di Indonesia: Telaah atas UU No. 38 Tahun 1998 dan Implementasinya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.

³ Masdar Farid Mas'udi, "Integrasi Zakat Dan Pajak Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2021): 123–35.

Media sosial telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengumpulan dan penyaluran zakat. Dengan kemajuan teknologi dan akses informasi yang semakin mudah, media sosial memberikan kesempatan bagi lembaga zakat untuk mengedukasi masyarakat lebih luas mengenai pentingnya zakat, cara perhitungannya, serta dampak sosial yang dapat ditimbulkannya. Melalui platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, lembaga zakat bisa menyebarkan informasi dengan cepat, menjangkau audiens yang lebih besar, termasuk generasi muda yang sebelumnya mungkin kurang paham mengenai kewajiban zakat.⁴

Salah satu keuntungan utama media sosial dalam zakat adalah kemudahan bagi masyarakat untuk menyalurkan zakat secara langsung. Hanya dengan beberapa klik, individu dapat membayar zakat melalui aplikasi digital yang terhubung dengan lembaga zakat terverifikasi, sehingga prosesnya menjadi lebih cepat dan praktis. Fasilitas ini sangat mendukung agar masyarakat dapat menunaikan zakat tepat waktu, tanpa harus datang langsung ke tempat pengumpulan zakat. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi kampanye zakat yang dapat dijalankan dalam waktu singkat, memungkinkan pengumpulan dana untuk berbagai tujuan sosial, seperti bantuan bencana, pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi bagi yang membutuhkan.⁵

Media sosial juga berperan penting dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat. Lembaga zakat dapat

⁴ Damirah Abdul Hamid, “The Effectiveness of Zakat and Islamic Social Finance Management in Enhancing the Economic Well-Being of the Prepare City Community,” *Internasional Jurnal* 9, no. 10 (2023).

⁵ Rifdaningsi And Mukhtar, “analisis manajemen strategi pemanfaatan media sosial instagramsebagai media informasi zakat, infaq, dan sedekah (Studi Pada Followers Akun Instagram @lazismu_sragen),” *Journal of Islamic Studies and Society* 1, no. 1 (2022): 34.

memanfaatkan platform ini untuk membagikan laporan mengenai penggunaan dana zakat dan penerima manfaatnya, seperti memposting cerita tentang penerima zakat atau foto dokumentasi distribusi. Ini membantu memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat, serta menunjukkan bahwa zakat berperan nyata dalam mengurangi kemiskinan dan ketimpangan sosial.⁶

Melalui kampanye edukasi yang konsisten dan inovatif di media sosial, masyarakat dapat lebih memahami zakat bukan hanya sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai instrumen untuk mencapai kesejahteraan sosial dan ekonomi. Banyak lembaga zakat yang kini melibatkan *influencer* atau tokoh publik untuk memperluas jangkauan pesan mereka, yang dapat menarik lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam program zakat. Kampanye yang melibatkan tokoh terkenal atau selebritas, misalnya, dapat menarik perhatian lebih banyak audiens, terutama kalangan muda yang aktif di media sosial.⁷

Meski demikian, penggunaan media sosial untuk zakat juga membawa tantangan, terutama terkait dengan penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks. Beberapa pihak bisa saja memanfaatkan popularitas platform ini untuk menyebarkan informasi palsu tentang lembaga zakat atau prosedur menyalurkan zakat. Oleh karena itu, penting bagi lembaga zakat untuk memastikan bahwa setiap informasi yang dibagikan sudah diverifikasi dan dapat dipercaya. Masyarakat juga perlu lebih selektif dalam memilih lembaga zakat yang sudah terverifikasi dan memiliki reputasi baik.

⁶ Sahrani Muhaemin Nabir, Iwan Wahyuddin, “Peran Akuntansi Zakat Pada Kantor Pusat Yayasan Indonesia Bandung,” *Jurnal Lembaga Keuangan* 2, no. 2 (2020): 11–20.

⁷ Wahyuni, Rahman Ambo Masse, and Rukiah, “Konsep Keadilan Dalam Zakat Pertanian Dan Zakat Profesi,” *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2020): 89–101, <https://doi.org/10.35905/banco.v1i2.1336>.

Secara keseluruhan, media sosial memiliki potensi besar untuk mempermudah dan mempercepat penyaluran zakat, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan peran zakat dalam mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi. Dengan pemanfaatan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk memberdayakan masyarakat, menciptakan transparansi, dan membangun solidaritas sosial dalam mengatasi kemiskinan dan ketidak setaraan.⁸ Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperkuat transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik dalam pengelolaan zakat. Melalui media sosial, lembaga pengelola zakat dapat menyampaikan informasi secara terbuka mengenai proses penghimpunan, pengelolaan, dan penyaluran dana zakat kepada masyarakat luas. Keterbukaan informasi ini menciptakan ruang dialog (diskusi) antara lembaga dan publik, memungkinkan masyarakat untuk memberikan masukan, kritik, maupun apresiasi terhadap kinerja lembaga. Hal ini menjadi bentuk nyata dari prinsip akuntabilitas, di mana lembaga pengelola zakat tidak hanya bertanggung jawab kepada otoritas formal, tetapi juga kepada masyarakat sebagai pemilik dana zakat.⁹

Media sosial juga mendorong terwujudnya prinsip keadilan sosial dengan memastikan bahwa zakat disalurkan kepada kelompok yang benar-benar membutuhkan dan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Dokumentasi penyaluran zakat yang dipublikasikan secara rutin dapat menjadi sarana verifikasi publik, sehingga proses distribusi zakat menjadi lebih adil, transparan, dan terpercaya. Dalam jangka panjang, hal ini tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat, tetapi juga membangun budaya keterbukaan dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial secara optimal

⁸ Masyitah Rivani, "Kampanye Zakat Melalui Media Sosial," 2022, 40.

⁹Syahriyah Semaun Nurhamida, Mahsyar Idris, "Pengantar Manajemen Syariah," *Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024).

merupakan salah satu langkah penting dalam meningkatkan efektivitas, kredibilitas, dan integritas pengelolaan zakat di era digital.

Dengan keberadaan Baznas dan LAZ (lembaga amil zakat) disetiap daerah, diharapkan makin meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, bekerja dengan penuh tanggungjawab dan profesional. Tujuan pembentukan badan ini adalah agar pengelolaan zakat menjadi lebih efektif dan produktif dengan adanya kerja sama yang baik antara Baznas bentukan pemerintah dan LAZ yang diprakarsai oleh masyarakat. oleh karena itu diperlukan keseriusan dan dukungan dari para pihak pengelola zakat. Namun dalam perjalannya, ada banyak daerah di mana Baznas dan LAZ-nya tidak berjalan dengan baik dan efektif. Serta pemberian bantuan zakatnya cenderung bersifat konsumtif. Hal itu menimbulkan rasa ketergantungan bagi masyarakat yang kurang mampu, dibandingkan dengan pemberian bantuan dalam bentuk pemberdayaan bagi masyarakat miskin agar mereka lebih produktif dan mandiri yang nantinya dapat mengeluarkan mereka dari status kemiskinan.¹⁰

BAZNAS Kabupaten Enrekang merancang sebuah program kerja yang salah satunya adalah program pemberdayaan untuk para masyarakat yang tergolong kurang mampu untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemampuan berwirausaha. dimana para penerimanya diharapkan mampu menjalankan usaha secara mandiri agar kesejahteraannya meningkat. Sehingga diharapkan dana zakat dari BAZNAS Kabupaten Enrekang ini bisa diberdayakan untuk mengangkat perekonomian mereka. penelitian ini akan menjawab sebuah permasalahan, yaitu bagaimana sistem manajemen pengelolaan zakat (BAZNAS) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Enrekang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif artinya data yang bersifat deskriptif , data yang terkumpul berupa kata-kata atau

¹⁰ Andi Muh.Illham Jaya Yayat Sudrajat, "Pemanfaatan Dana Zakat Oleh Badan Amil Zakat Nasional Dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin Di Kabupaten Bantaeng Provinsi Sulawesi Selatan," 2020.

gambar sehingga tidak menekankan pada angka. data kualitatif dapat diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.¹¹

Berdasarkan observasi yang dilakukan di Baznas Kab Enrekang dideskripsikan bahwa Baznas Kabupaten Enrekang telah memanfaatkan media sosial sebagai media pengumpulan dana zakat kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial tersebut menjadi salah satu strategi yang diinisiatif oleh pihak Baznas guna untuk meningkatkan minat berzakat masyarakat. Namun strategi tersebut dinilai kurang optimal dikarenakan beberapa aspek, diantaranya yaitu kurang konsistennya pihak baznas dalam melakukan promosi media sosial serta belum adanya evaluasi terkait dengan tingkat keberhasilan penggunaan sosial media tersebut. berikut merupakan data penerimaan dana melalui media sosial di baznas Kab,Enrekang:

Tabel 1.1 Data Pendapatan Dana ZIS dari Media Sosial

Tahun	Penerimaan ZIS
2022	Rp.8.445.517.266
2023	Rp.9.994.505.169
2024	Rp.11.684.764.468

Sumber : Baznas Enrekang

Berdasarkan data penerimaan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Baznas Kabupaten Enrekang selama tiga tahun terakhir, diketahui bahwa nilai penerimaan ZIS mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, total penerimaan tercatat sebesar Rp8.445.517.266, meningkat menjadi

¹¹ Astuti, Nurkidam, and Zulfah, “Zakat Management System (Baznas) in Improving the Welfare of the Community of Enrekang District,” *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 2021, 1–10.

Rp9.994.505.169 pada tahun 2023, dan kembali mengalami kenaikan signifikan menjadi Rp11.684.764.468 pada tahun 2024. Meskipun tren penerimaan menunjukkan arah yang positif, angka tersebut masih tergolong jauh dari potensi zakat yang telah diperhitungkan, yaitu sebesar Rp14.000.000.000 per tahun.

Realisasi penerimaan ZIS pada tahun 2024 baru mencapai sekitar 83,46% dari potensi yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat di Kabupaten Enrekang. Beberapa faktor yang kemungkinan menjadi penyebab belum maksimalnya realisasi tersebut antara lain adalah rendahnya literasi zakat masyarakat, belum optimalnya strategi pengumpulan zakat, serta kurangnya konsistensi dan evaluasi dalam pemanfaatan media sosial sebagai media penghimpunan dana. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis yang lebih intensif dan terarah, seperti peningkatan kualitas promosi melalui media sosial, edukasi publik mengenai kewajiban zakat, serta transparansi dalam pengelolaan dana guna meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat melalui lembaga resmi seperti Baznas.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang diajukan sebagai bahan penulisan proposal skripsi dengan mengambil judul “Analisis Akuntasi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial di Baznas Kabupaten Enrekang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana solusi dan inovasi yang diberikan BAZNAS Kab.Enrekang dalam mengumpulkan dana zakat dengan menggunakan media sosial ?
2. Bagaimana efektifitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis bagaimana solusi dan inovasi yang diberikan Baznas Kab.Enrekang dalam mengumpulkan dana zakat menggunakan media sosial
2. Untuk menganalisis bagaimana efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi sebuah proses pembelajaran yang bermanfaat dalam menambah wawasan dan memberikan gambaran tentang bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai media pengumpulan dana zakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis.

Bagi penulis dalam penelitian ini adalah peningkatan pemahaman tentang strategi pengumpulan dana zakat melalui media sosial, pengembangan kemampuan analisis dalam konteks pemasaran digital, serta penerapan pengetahuan akademik dalam praktik nyata. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan sistem pengumpulan zakat secara digital.

b. Bagi baznas.

Bagi BAZNAS Kabupaten Enrekang dalam penelitian ini adalah peningkatan strategi pengumpulan dana zakat melalui media sosial, optimasi penggunaan platform digital, identifikasi tantangan beserta solusinya, serta peningkatan efektivitas kampanye digital untuk menarik lebih banyak donatur.

c. Bagi akademisi.

Bagi akademisi dalam penelitian ini adalah pengembangan ilmu pengetahuan tentang penggunaan media sosial dalam pengumpulan dana zakat, sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, penerapan teori dalam praktik nyata, serta inovasi dalam pengajaran melalui studi kasus di bidang media sosial dan ekonomi sosial.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan adalah proses menyelidiki dan mengevaluasi penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang diteliti. Hal ini dilakukan untuk memahami konteks penelitian, menemukan celah pengetahuan, mengidentifikasi kerangka teoretis yang relevan, dan menentukan pendekatan metodologi yang sesuai. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini di antaranya:

Pertama penelitian yang di lakukan oleh mahasiswa Indah Fransiska, dengan judul “Staregi Pemanfaatan Platfrom *Online* Sebagai Media Pengumpulan Zakat Di Masa Pandemi Covid 19 Studi Kasus Baznas Kabupaten Ragan Hilir Riau”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi dan dilakukan pada baznas Kabupaten Ragan Hilir Riau. Penelitain ini bertujuan untuk melihat bagaimana pemanfaatan *platfrom online* sebagai media pengumpulan zakat di baznas kabupaten rokan hilir riau. Data yang di himpun kemudian di analisis dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini di temukan bahwa untuk memaksimalkan dana pengumpulan zakat pada masa pandemi covid-19 BAZNAS kabupaten rokan hilir riau membuat inovasi terbaru yaitu dengan pemanfaatan platfrom online. pemanfaatan platfrom *online* media sosial yaitu sebagai wadah untuk mengajak atau menghimbau masyarakat untuk berzakat, serta layanan jemput zakat, transfer layanan perbankan sangat membantu masyarakat dan juga pihak baznas khususnya di masa pandemi covid-19 sehingga mengalami kenaikan zakat secara signifikan.¹²

¹² I Fransiska, “Strategi Pemanfaatan Platform Online Sebagai Media Pengumpulan Zakat Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Rokan Hilir Riau,” 2021.

Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada media yang digunakan dan lokasi penelitian. Judul penulis dengan analisis strategi penggunaan media sosial sebagai alat untuk mengumpulkan dana zakat ini lebih spesifik pada media sosial sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang paltfrom *online* dan fokus tambahan pada masa COVID-19. adapun persamaan dari skripsi ini adalah keduanya membahas strategi pengumpulan zakat dengan menggunakan media sosial.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Bagas Fajri Pradana dengan judul “Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak, Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif sedangkan metode yang digunakan. dalam mengambil data adalah, wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa strategi fundaraising berbasis media sosial yang dilakukan berupa penghimpunaan dana zakat, Infak, sedekah, galang dana dan pelaporan yang berbentuk yang akan di posting ke media sosial LAZNAS Al-irsyad. Kemudian dilakukan evaluasi bahwa fundraising yang di lakukan LAZNAS Al-irsyad sesuai dengan tujuan fundraising yaitu untuk menghimpun. Fundraising menggunakan media sosial ini efektif karena mampu menghimpun dana mencapai target lembaga dan hampir setiap tahun mengalami peningkatan dalam menghimpun dana zakat, infak dan sedekah.¹³

Persamaan dari penelitian ini adalah fokus penelitiannya. Kedua judul membahas strategi pengumpulan dana dan pemanfaatan teknologi digital untuk menghimpun dana zakat. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian terdahulu lokasinya di lembaga amil zakat nasional Al-irsyad

¹³ Bagas Fajri Pradana, “Strategi Fundrasing Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto” 2, no. 6 (2023): 24–29.

purwokerto, sedangkan penelitian yang akan di lakukan oleh penulis yaitu di BAZNAS kabupaten enrekang.

Ketiga, penelitian yang di lakukan oleh Yusuf Prihartono dengan judul “Analisis Manajemen Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infaq, Dan Sedekah Pada Followers Akun Instagram @Lazizmu_Sragen”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif lapangan yang di lakukan di lazismu sragen. Tehnik pengumpulan data yang di gunakan berupa wawancara dan observasi. Dengan analisis dalam penulisan ini deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram memiliki nilai tersendiri bagi yang mengikuti dengan memaksimalkan fitur foto maupun vidio yang sedang trend saat ini, setiap postingan dari @lazismu_sragen menjadi menarik untuk di lihat, hal ini menjadikan penyebaran informai berhasil di lakukan, semakin banyak juga masyarakat yang sadar akan kewajiban membayar zakat, infaq, Dan sedekah dan pemanfaatan media sosial instagram ini sangat bermanfaat.¹⁴

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah penelitian penulis membahas penggunaan media sosial sebagai alat untuk mengumpulkaan dana zakat sedangkan penelitian terdahulu secara khusus fokus pada instagram sebagai platfrom media sosial untuk penyebaran informasi zakat, infak, dan sedekah. Kemudian di lihat dari objek penelitian, penelitian penulis berlokasi di BAZNAS kabupaten enrekang sedangkan peneliti terdahulu tidak menyebutkan lokasi spesifik, tetapi fokus pada strategi pemanfaatan instagram. Adapun kesamaan dalam membahas stragi penggunaan media sosial untuk mendukung pengelolaan zakat, infak dan sedekah. Fokus utama adalah pada pemanfatan media sosial dalaam konteks pengelolaan dana keagamaan, dengan penekanan pada pendekatan stategis.

¹⁴ Rifdaningsi and Mukhtar, “analisis manajemen strategi pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi zakat, infaq, dan sedekah (Studi Pada Followers Akun Instagram @lazismu_sragen).”

Keempat, penelitian yang di lakukan oleh Herman dengan judul “Strategi Komunikasi Pengeloaan Zakat, Infak Dan Sedekah (ZIS)Melalui Media Sosial”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pengelolaan zakat, infak, dan sedekah melalui badan amil zakat nasional daarut tauhid peduli (LAZNAS DP peduli). Metode penelitian yang di gunakan adalah metode deskriptif dengan jenis pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi komunikasi pengelolaan ZIS melalui media sosial di lembaga amil zakat nasional daarut tauhid cukup berhasil. Hal ini kelihatan pada grafik yang terus meningkat sampai dengan akhir september 2017, bahwa dana donasi *online* ke DT peduli terhimpun sebesar Rp. 8,44 milyar. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah keduanya membahas tentang strategi dan penggunaan media sosial untuk mengumpulkan dana zakat adapun perbedaanya yaitu lokasi penelitian.¹⁵

Kelima,penelitian yang di lakukan oleh Suci Setiawan dengan judul “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Lazis-Nu Kabupaten Ponorogo Dalam Meningkatkan Efektivitas Fundraising”. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi promosi dalam melakukan penghimpunan dana melaui media sosial di laksanakan dan mengukur bagaimana tingkat keberhasilan lembaga dalam menghimpun dana melalui media sosial. Alat yang di gunakan untuk mengukur adalah teori yang di kembangkan oleh duncan tentang efektivitas yaitu pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi. penggunaan media sosial sebagai strategi promosi dalam menghimpun dana, meningkatkan citra lembaga dan menghimpun muzaki pada LAZISNU sudah dikatakan efektif, dengan mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Duncan dalam buku “efektivitas organisasi” karya Ricard M. Strees dengan pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi sebagai tolak ukurnya. Pencapaian tujuan adalah dengan

¹⁵ Herman, “Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Melalui Media Sosial,” 2021, 38.

bertambahnya dana yang terkumpul setiap tahunnya. Integrasi yaitu dapat menyampaikan edukasi ZIS dan memberikan pemahaman mengenai ZIS dan adaptasi adalah lembaga dapat beradaptasi dengan lingkungan maupun dengan kemajuan teknologi. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian terdahulu menggunakan media sosial dalam meningkatkan efektivitas fundraising sedangkan penelitian penulis menggunakan media sosial untuk meningkatkan pendapatan dana zakat adapun kesamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan pendapatan tertentu.¹⁶

B. Tinjauan Teoritis

1. Akuntansi syariah

a. Pengertian akuntansi syariah

Secara sederhana pengertian akuntansi syariah dapat dijelaskan melalui asal kata yang dimilikinya yaitu akuntansi dan syariah. Secara umum akuntansi adalah identifikasi transaksi yang kemudian diikuti dengan kegiatan pencatatan, pengolongan, serta pengikhtisaran transaksi tersebut sehingga menghasilkan laporan keuangan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Sedangkan secara umum syariah adalah aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT untuk dipatuhi oleh manusia dalam menjalani segala aktivitas hidupnya di dunia. Akuntansi dalam bahasa Arabnya disebut “Muhasabah” yang berasal dari kata hasaba, hasiba, muhasabah, atau wazan yang lain adalah hasaba, hasban, hisabah, artinya menimbang, memperhitungkan, mengkalkulasikan, mendata, atau menghisab, yakni menghitung dengan seksama atau teliti yang harus dicatat dalam pembukuan tertentu. Kata “hisab” banyak ditemukan dalam Al-

¹⁶Suci Setiawan, “strategi promosi melalui media sosialpada lazis-nu kabupaten ponorogo dalam meningkatkan efektifitas fundraising,” 2024.

Qur'an dengan pengertian yang hampir sama, yaitu berujung pada jumlah atau angka, seperti Firman Allah SWT: ¹⁷

QS. Al-Isra' (17): 12

وَجَعَلْنَا لَيْلَ وَالنَّهَارَ ءَايَتَيْنِ فَمَحَوْنَا ءَايَةَ الْيَلَى وَجَعَلْنَا ءَايَةَ الْنَّهَارَ مُبْصِرَةً لِتَتَبَعُوا فَضْلًا
مَنْ رَبَّكُمْ وَلَنَعْلَمُ الْسَّيِّنَيْنَ وَالْجِسَابَ وَكُلَّ شَيْءٍ فَصَانِلُهُ تَقْصِيْلًا

Artinya : "Dan Kami jadikan malam dan siang sebagai dua tanda (kebesaran Kami), lalu Kami hapuskan tanda malam dan Kami jadikan tanda siang terang benderang, agar kamu mencari karunia dari tuhanmu dan supaya kamu mengetahui bilangan tahun-tahun dan perhitungan. Dan segala sesuatu telah Kami terangkan dengan jelas."

Ayat ini Menunjukkan bahwa pentingnya perhitungan waktu dan sistem kalender, yang menjadi dasar pelaporan keuangan syariah, seperti zakat, nisab, dan pembukuan.

QS. Al-Insyiqaq (84): 8

فَسَوْفَ يُحَاسَبُ حَسَابًا يَسِيرًا

Artinya: "Maka dia akan diperiksa dengan pemeriksaan yang mudah,"

Ayat ini menjelaskan bahwa, Jika pencatatan keuangan dilakukan dengan jujur dan transparan, maka hisabnya akan mudah. Prinsip ini mendorong agar laporan akuntansi disusun dengan benar dan sesuai syariat.

QS. At-Thalaq (65): 8

وَكَأْيَنْ مَنْ قَرِيْهٌ عَنْ أَمْرٍ رَبِّهَا وَرُسُلِهِ فَحَاسِبَنَاهَا حَسَابًا شَدِيدًا وَعَذَّبَنَاهَا عَذَابًا ثُكْرًا

¹⁷ Muammar Khaddafi et al., *Akuntansi Syariah Meletakkan Nilai-Nilai Syariah Islam Dalam Ilmu Akuntansi*, 2020.

Artinya: "Dan betapa banyak (penduduk) negeri yang durhaka terhadap perintah Tuhannya dan rasul-rasul-Nya, maka Kami perhitungkan mereka dengan perhitungan yang keras, dan Kami azab mereka dengan azab yang mengerikan."

Maksud ayat ini adalah mengajarkan bahwa setiap perbuatan, termasuk dalam transaksi dan keuangan, akan dipertanggungjawabkan. Integritas dan akuntabilitas sangat penting dalam akuntansi syariah.

Kata hisab dalam ayat-ayat tersebut menunjukkan pada bilangan atau perhitungan yang ketat, teliti, akurat, dan accountable. Oleh karena itu, akuntasi adalah mengetahui sesuatu dalam keadaan cukup, tidak kurang dan tidak pula lebih. Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Akuntansi Syariah adalah suatu kegiatan identifikasi, klarifikasi, dan pelaporan melalui dalam mengambil keputusan ekonomi berdasarkan prinsip akad-akad syariah yaitu tidak mengandung zhulum (kezaliman), riba, maysir (judi), gharar (penipuan), barang yang haram, dan membahayakan.

b. Prinsip-Prinsip Akuntansi Syariah

1) Pertanggungjawaban (Accountability)

Prinsip pertanggungjawaban (accountability), merupakan konsep yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat muslim. Pertanggungjawaban selalu berkaitan dengan konsep amanah. Bagi kaum muslim, persoalan amanah merupakan hasil transaksi manusia dengan Sang Khalik mulai dari alam kandungan. Manusia dibebani oleh Allah SWT. Untuk menjalankan fungsi kekhilafahan di muka bumi. Inti kekhilafahan adalah menjalankan atau menunaikan amanah. Banyak ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang proses pertanggungjawaban manusia sebagai pelaku amanah Allah dimuka bumi. Implikasi dalam bisnis dan akuntansi adalah bahwa individu yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggung jawaban

apa yang telah diamanatkan dan diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait.¹⁸

2) Prinsip Keadilan

Menurut penasiran Al-Qur'an surat Al-Baqarah; 282 terkandung prinsip keadilan yang merupakan nilai penting dalam etika kehidupan sosial dan bisnis, dan nilai inheren yang melekat dalam fitrah manusia. Hal ini berarti bahwa manusia itu pada dasarnya memiliki kapasitas dan energi untuk berbuat adil dalam setiap aspek kehidupannya. Pada konteks akuntansi, menegaskan kata adil dalam ayat 282 surat Al-Baqarah, dilakukan oleh perusahaan harus dicatat dengan benar. Misalnya, bila nilai transaksi adalah sebesar Rp. 265 juta, maka akuntan (perusahaan) harus mencatat dengan jumlah yang sama dan sesuai dengan nominal transaksi.¹⁹

3) Prinsip Kebenaran

Prinsip ini sebenarnya tidak dapat dilepaskan dengan prinsip keadilan. Sebagai contoh, dalam akuntansi kita selalu dihadapkan pada masalah pengakuan, pengukuran laporan. Aktivitas ini akan dapat dilakukan dengan baik apabila dilandaskan pada nilai kebenaran. Kebenaran ini akan dapat menciptakan nilai keadilan dalam mengakui, mengukur, dan melaporkan transaksi-transaksi dalam ekonomi. Maka, pengembangan akuntansi Islam, nilai-nilai kebenaran, kejujuran dan keadilan harus diaktualisasikan dalam praktik akuntansi. Secara garis besar, bagaimana nilai-nilai kebenaran membentuk akuntansi syari'ah dapat diterangkan.²⁰

¹⁸ Al haryono, Jusuf, 2001. Dasar-Dasar Akuntansi, jilid I, Yogyakarta: YKPN.

¹⁹ Adnan, Akhyar. 2005. Akuntansi Syariah: Arah, Prospek dan Tantangannya. Yogyakarta: UII Press.

²⁰ Anshori., Abdul Ghofur, 2008. Asuransi Syariah di Indonesia. UII Pers: Yogyakarta

c. Indikator akuntansi syariah

1) Kepatuhan terhadap prinsip syariah

Kepatuhan terhadap prinsip syariah berarti semua aktivitas keuangan dan bisnis dilakukan sesuai dengan hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, ijma', dan qiyas. Prinsip-prinsip ini melarang riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), maysir (judi), serta kegiatan usaha yang haram seperti alkohol, daging babi, dan sebagainya. Lembaga keuangan syariah wajib mengikuti fatwa dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) agar operasionalnya tidak menyimpang dari prinsip-prinsip Islam.

2) Penerapan akad syariah

Akad syariah merupakan perjanjian atau kontrak antara dua pihak yang wajib memenuhi syarat dan rukun sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Dalam praktik lembaga keuangan syariah, akad ini menjadi landasan utama dalam setiap transaksi yang dilakukan. Beberapa contoh akad syariah yang umum digunakan antara lain Murabahah, yaitu jual beli dengan penambahan margin keuntungan, Mudharabah, yaitu kerja sama usaha di mana satu pihak bertindak sebagai pemodal dan pihak lainnya sebagai pengelola, Musyarakah, yaitu bentuk kerja sama usaha di mana kedua pihak sama-sama menyertakan modal serta Ijarah, yaitu akad sewa menyewa. Penerapan akad-akad tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh transaksi berjalan secara adil, transparan, dan bebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi).²¹

3) Keadilan dalam transaksi

Keadilan merupakan nilai utama dalam Islam. Dalam konteks transaksi syariah, keadilan berarti semua pihak yang terlibat mendapatkan hak dan kewajiban secara seimbang dan proporsional. Tidak ada pihak yang

²¹ Ikatan Akuntan Indonesia., 2010. PSAK No 109 Akuntansi zakat dan infak/sedekah, Jakarta.

dirugikan, dipaksa, atau diambil keuntungannya secara tidak adil. Misalnya, dalam pemberian murabahah, harga jual harus disepakati bersama secara transparan, dan risiko ditanggung secara adil.

4) Transparansi Dan Akuntabilitas

Transparansi adalah keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada pihak terkait, seperti nasabah atau mitra usaha. Sedangkan akuntabilitas berarti setiap pihak bertanggung jawab atas peran dan keputusan yang diambil. Dalam lembaga keuangan syariah, transparansi dan akuntabilitas mencakup pelaporan keuangan yang jujur, penjelasan produk yang tidak menyesatkan, serta pertanggungjawaban kepada otoritas dan masyarakat.²²

2. Zakat

a. Pengertian Zakat

Secara etimologi zakat berasal dari bahasa Arab yakni zakat yang berarti bersih, tumbuh, bertambah dan berkembang, berkat dan puji. Adapun secara terminologi zakat adalah bagian tertentu dari harta tertentu yang dikeluarkan atau disalurkan dengan cara dan syarat-syarat tertentu kepada orang-orang atau lembaga tertentu.

Zakat menurut istilah adalah mengeluarkan kadar harta tertentu, yang diberikan kepada yang berhak menerimanya, dengan beberapa syarat tertentu. Sebagaimana Hadis Nabi yang diriwayatkan oleh Bukhori dan Muslim:

“Yahya bin Muhammad bin as-Sakam menyampaikan kepada kami dari Muhammad bin Jah dham, dari Ismail bin Ja“far, dari Umar bin Nafi“, dari ayahnya bahwa Ibnu Umar berkata, “Rasullah SAW mewajibkan zakat Fitrah sebesar 1 sha“ kurma atau 1 sha“ gandum kepada seluruh kaum

²² Khaddafi et al., *Akuntansi Syariah Meletakkan Nilai-Nilai Syariah Islam Dalam Ilmu Akuntansi*. (Medan: Madenatera, 2020), hal.13.

Muslimin, baik orang merdeka maupun budak, laki-laki maupun perempuan, muda maupun tua. Beliau memerintahkan agar zakat ini ditunaikan sebelum orang-orang berangkat melaksanakan shalat (Ied).” (HR. Al- Bukhari).

Zakat merupakan sebuah kewajiban bagi umat muslim yang memiliki harta tertentu, dan diambil oleh Amil Zakat. Allah SWT berfirman :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُظْهِرُهُمْ وَلَا تُرْكِيْهُمْ بِهَا وَصُلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَ
كَسْكُنْ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعُ عَلِيهِمْ

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu menjadi ketenangan bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (Q.S AT-taubah ayat 103)

b. Dasar Hukum Zakat

1). Bersumber dari Al -Qur'an

a. Q.S. AL-Baqarah Ayat 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَأَتُوا الزَّكَةَ وَأَرْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya : Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan ruku'lah bersama orang-orang yang ruku'. (QS. Al-Baqarah: 43)

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan umat Islam untuk melaksanakan shalat dengan baik, menunaikan zakat, dan ikut serta dalam ibadah bersama jamaah. Hal ini bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan Allah dan sesama umat, serta membangun masyarakat yang saling membantu dan peduli.

b. QS. At-Taubah: 35

يَوْمَ يُحْمَى عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَى بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا قَدَّمْتُمْ
لِأَنْفُسِكُمْ وَمَا لَكُمْ مِنْ نَاصِرِينَ

Artinya: Pada hari (ketika) dipanaskan emas dan perak itu dalam api neraka Jahanam, lalu dibakar dengan mereka, samping mereka dan punggung mereka. 'Inilah apa yang kamu simpan untuk

dirimu sendiri, maka rasakanlah apa yang kamu simpan itu. (QS. At-Taubah ayat 35)

Dalam ayat ini, Allah menggambarkan azab bagi orang-orang yang menumpuk harta secara salah, seperti menyimpan emas dan perak tanpa mengeluarkannya sebagai zakat atau tanpa memperhatikan hak orang lain. Pada hari kiamat, harta yang mereka simpan akan dipanaskan di dalam api neraka, lalu digunakan untuk membakar tubuh mereka sebagai hukuman. Ini adalah akibat dari keserakahan mereka yang mengabaikan kewajiban sosial dan agama, seperti membayar zakat. Ayat ini mengingatkan umat Islam untuk menggunakan harta dengan cara yang benar, yaitu dengan memenuhi kewajiban zakat sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama dan untuk membersihkan harta.

c. Q.S AT-Taubah Ayat 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَلَا تُرْكِبُوهُمْ بِهَا وَاصْلِ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَ
كَسَكُنْ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu menjadi ketenangan bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (Q.S AT-taubah ayat 103)

Ayat ini memerintahkan Rasulullah SAW untuk menerima zakat dari harta orang-orang beriman, sebagai bentuk pembersihan dan penyucian harta mereka. Zakat tidak hanya bermanfaat bagi penerima, tetapi juga berfungsi untuk membersihkan jiwa dan harta pemberi zakat dari sifat kikir dan serakah. Selain itu, Rasulullah juga diminta untuk mendoakan mereka yang membayar zakat, karena doa tersebut memberikan ketenangan bagi mereka. Ini menegaskan betapa pentingnya zakat dalam menjaga kesucian hati dan harta serta mempererat hubungan antar umat Islam.

d. QS. Al-An'am: 141

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَعْرُوفَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوفَاتٍ وَالنَّحْلُ وَالرَّزْرَعُ مُخْتَلِفًا أَكْلًا وَالرَّبْيُونَ وَالرُّمَانُ مُتَشَابِهًا وَغَيْرُ مُتَشَابِهٖ كُلُّوْ مِنْ ثُمَّرِهِ إِذَا آتَمُرَ وَأَثْوَرَ حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا شُرْرُ فُرَا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: Dan Dialah yang menciptakan kebun-kebun yang ternaung (berbentuk pergola) dan kebun-kebun yang tidak ternaung, pohon-pohon kurma, tanaman-tanaman yang bermacam-macam buahnya, dan zaitun serta delima yang serupa dan yang tidak serupa. Makanlah buahnya apabila ia berbuah dan tunaikanlah haknya (zakat) pada hari memetiknya, dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (QS. Al-An'am: 141)

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menciptakan berbagai macam tanaman dan buah-buahan, termasuk kebun yang ternaung (pergola) dan yang tidak ternaung, pohon kurma, serta berbagai jenis tanaman dengan buah yang bervariasi, seperti zaitun dan delima, yang ada yang serupa dan ada pula yang berbeda. Allah mengingatkan umat manusia untuk memanfaatkan hasil buah tersebut dengan cara yang benar dan bijaksana.

2). Bersumber dari Al-Sunnah

a. Hadits Riwayat Bukhari dari Ibnu Abbas

الْيَمَنُ إِلَى عَنْهُ اللَّهُ رَضِيَ مُعَادًا بَعَثَ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّ عَنْهُمَا اللَّهُ رَضِيَ عَبَّاسٌ ابْنُ عَنْ أَنَّ فَاعْلَمُهُمْ لِذَلِكَ أَطَاعُوا هُمْ فَإِنَّ اللَّهَ رَسُولٌ وَأَنِّي اللَّهُ إِلَّا إِلَهٌ لَا إِلَهَ إِلَّا شَهَادَةُ إِلَى ادْعُهُمْ فَقَالَ أَنَّ فَاعْلَمُهُمْ لِذَلِكَ أَطَاعُوا هُمْ فَإِنْ وَلَيْلَةً يَوْمٍ كُلَّ فِي صَلَوَاتٍ خَمْسٌ عَلَيْهِمْ افْتَرَضَ قَدْ أَنَّهُ فَقَرَأُهُمْ عَلَى فَتْرَدٍ أَعْنَتِهِمْ مِنْ تُؤْخُذُ صَدَقَةً عَلَيْهِمْ افْتَرَضَ أَنَّهُ

Artinya: Dari Ibnu Abbas RA, bahwasanya Nabi SAW mengutus Mu'adz RA ke Yaman dan berkata: "Ajaklah mereka untuk bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan bahwa aku adalah utusan Allah. Jika mereka menaati hal itu, maka beritahukanlah bahwa Allah telah mewajibkan kepada mereka shalat lima waktu sehari semalam. Jika mereka menaati hal itu, maka beritahukanlah bahwa

Allah telah mewajibkan kepada mereka zakat yang diambil dari orang-orang kaya di antara mereka untuk diberikan kepada orang-orang fakir di antara mereka." (HR. Bukhari)

Hadits ini menjelaskan urutan dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW melalui utusannya, Mu'adz bin Jabal, dimana zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib setelah syahadat dan shalat. Hadits ini juga menunjukkan bahwa zakat adalah instrumen distribusi kekayaan dari orang kaya kepada orang fakir dalam masyarakat Muslim.

b. Hadits Riwayat Muslim dari Abu Hurairah

صَفَّاْحُ لِهِ صَفَّحَتُ الْقِيَامَةِ يَوْمُ كَانَ إِذَا إِلَّا حَقَّهَا مِنْهَا يُوَدِّي لَا فِضَّةٌ وَلَا ذَهَبٌ صَاحِبٌ مِنْ مَا وَظَهَرَهُ وَجَبِيلُهُ جَبْنَهُ بِهَا فَيُنْكُرُهُ جَهَنَّمُ نَارٌ فِي عَلَيْهَا فَأَخْمَمَ نَارِ مِنْ

Artinya: "Tidak ada seorang pun pemilik emas dan perak yang tidak menunaikan haknya (zakatnya), melainkan pada hari kiamat akan dibuatkan padanya lempengan-lempengan dari api, kemudian dipanaskan dalam api neraka, lalu diseterika samping, dahi dan punggungnya." (HR. Muslim)

Hadits ini memberikan peringatan keras tentang konsekuensi tidak menunaikan zakat. Ini menunjukkan betapa pentingnya kewajiban zakat dalam Islam, dimana kelalaian dalam menunaikannya akan mendapat balasan yang berat di akhirat.

c. Hadits Riwayat Abu Dawud dari Samurah bin Jundub

لِلْبَيْعِ تُعَدُّ الَّذِي مِنَ الصَّدَقَةِ تُخْرَجُ أَنْ يَأْمُرُنَا كَانَ وَسَلَمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُهُ

Artinya: "Sesungguhnya Rasulullah SAW memerintahkan kami untuk mengeluarkan zakat dari apa yang kami siapkan untuk dijual." (HR. Abu Dawud)

Hadits ini menjelaskan bahwa zakat tidak hanya berlaku pada hasil pertanian dan peternakan, tetapi juga mencakup barang dagangan. Ini menunjukkan keluasan cakupan zakat dalam sistem ekonomi Islam.

d. Hadits Riwayat Bukhari dari Abu Hurairah

أَفَرَعَ شُجَاعًا الْقِيَامَةِ يَوْمَ مَلَأَهُ مُلْئِنَ زَكَاتُهُ يُؤْدِي فَلَمْ مَالَ اللَّهُ أَتَاهُ أَنْ

Artinya: "Barangsiapa yang Allah berikan harta kepadanya namun tidak menunaikan zakatnya, maka pada hari kiamat hartanya akan diubah menjadi seekor ular botak yang sangat berbisa." (HR. Bukhari)

Hadits ini memberikan peringatan tentang bahaya menahan zakat dan konsekuensinya di hari kiamat. Ini menekankan bahwa harta yang kita miliki memiliki hak yang harus ditunaikan melalui zakat.

3). Bersumber dari *ijma'* ulama

Setelah Nabi Muhammad SAW wafat pada tahun 632 M, umat Islam menghadapi tantangan besar terkait dengan stabilitas pemerintahan dan kesatuan umat. Salah satu masalah utama yang muncul adalah keengganahan beberapa suku Arab untuk membayar zakat, yang dianggap sebagai bagian dari kewajiban agama dan negara. Peristiwa ini dikenal dengan sebutan Perang Ridda (perang pembangkangan atau perang murtad). Pada masa pemerintahan Abu Bakar, yang diangkat sebagai khalifah pertama, beberapa suku Arab yang sebelumnya membayar zakat mulai menarik diri dari kewajiban tersebut. Mereka menganggap bahwa setelah wafatnya Nabi, kewajiban untuk membayar zakat sudah tidak relevan lagi, atau mereka menolak untuk membayar kepada pemerintahan Abu Bakar yang baru. Namun, Abu Bakar sebagai khalifah yang baru sangat tegas dalam mempertahankan prinsip-prinsip ajaran Islam yang telah diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW. Ia menganggap bahwa membayar zakat adalah kewajiban yang tidak bisa ditinggalkan oleh umat Islam, terlepas dari siapa yang memimpin. Keputusan untuk tetap menegakkan kewajiban zakat ini didukung oleh banyak sahabat Nabi, termasuk Umar bin Khattab, yang pada awalnya sempat merasa ragu, namun akhirnya ikut mendukung Abu Bakar.

Abu Bakar berpendapat bahwa menanggapi pembangkangan terhadap kewajiban zakat adalah hal yang sangat penting untuk menjaga kesatuan dan kekuatan umat Islam. Ia menyatakan dengan tegas bahwa siapa pun yang menolak membayar zakat harus diperangi, karena menanggalkan zakat berarti menanggalkan sebagian dari pokok ajaran Islam. Sikap tegas Abu Bakar ini menjadi fondasi kuat bagi penetapan hukum zakat dalam masyarakat Islam. Dengan dukungan dari para sahabat dan tekad yang kuat, Abu Bakar akhirnya memimpin pasukan untuk melawan kelompok-kelompok yang menolak membayar zakat. Perang Ridda pun terjadi di beberapa daerah, dan meskipun menghadapi perlawanan yang cukup sengit, Abu Bakar berhasil menegakkan kembali kewajiban zakat serta menyatukan kembali umat Islam di bawah pemerintahan Islam yang sah. Peristiwa ini menjadi *ijma* (kesepakatan bersama) di kalangan sahabat bahwa kewajiban membayar zakat adalah bagian yang tak terpisahkan dari ajaran Islam dan tidak dapat ditinggalkan. Dengan demikian, Abu Bakar berhasil mengatasi kemelut yang terjadi setelah wafatnya Nabi dan menjaga kelangsungan pemerintahan Islam yang baru berdiri. Keputusan dan tindakan Abu Bakar dalam menghadapi peristiwa ini menunjukkan pentingnya kesepakatan (*ijma*) para sahabat dalam menetapkan hukum Islam dan pentingnya ketegasan dalam memelihara prinsip-prinsip agama, meskipun dalam situasi yang penuh tantangan.

c. Ketentuan Zakat

1. Syarat orang wajib zakat
 - a. Pemilik harta itu seorang muslim yang merdeka, bukan hamba sahaya, karena hamba sahaya secara hukum tidak bisa memiliki apa-apa, bahkan dirinya sendiri adalah milik orang lain.

- b. Baligh dan berakal, yakni pemilik harta tersebut sudah memasuki usia baligh dan dalam keadaan sehat jiwanya. (Demikian pendapat Hanafiah, yakni menetapkan kewajiban zakat dengan memperhatikan kualifikasi pemilik harta, bukan pada kuantitas jumlah harta yang dimilikinya). Berbeda dengan pendapat Jumhur ulama fikih, kewajiban zakat didasarkan atas kuantitas jumlah harta, sehingga harta anak kecil (umpamanya warisan dari orang tuanya), sejauh mencapai nishab maka wajib dizakati.
- c. Harta tersebut termasuk jenis harta yang wajib dizakati, yakni emas dan perak (sebagai harta simpanan), uang simpanan (deposito, tabungan dan sebagainya), hasil tambang, barang temuan dan harta tersebut termasuk harta berkembang. Berkembangnya harta merupakan salah satu syarat wajib zakat dari harta dan penghasilan seseorang. Seperti binatang ternak termasuk binatang berkembang, baik fisik, keturunan maupun hasil perah susunya. Demikian pula dengan harta perdagangan termasuk harta berkembang dengan keuntungan dari usahanya tersebut.
- d. Mencapai nishab, yakni harta tersebut mencapai ukuran minimal wajib zakat. Oleh sebab itu harta yang tidak mencapai ukuran minimal tidak wajib dizakati.
- e. Milik penuh, yakni harta tersebut milik sendiri dikuasai secara riil, dan bisa ditasharufkan (disewakan, digadaikan atau dijualnya). Kendati milik sendiri tapi apabila tidak berada pada kekuasaan pemiliknya harta tersebut tidak wajib dizakati.
- f. Telah mencapai haul, yakni zakat tersebut dapat diambil apabila sudah setahun dan cukup nisab. Nisab adalah jumlah minimal harta yang

harus dimiliki oleh seseorang agar ia diwajibkan untuk membayar zakat.²³

2. Syarat sah zakat

a. Niat

islam menjadikan niat sebagai syarat utama dan pertama yang harus diucapkan dalam melaksanakan semua ibadah, termasuk dalam melaksanakan zakat. para fuqaha (para ahli fiqh) sepakat bahwa niat merupakan syarat utama pelaksanaan zakat. pendapat ini didasarkan pada sabda Nabi Muhammad SAW, yang artinya "Pada dasarnya, amalan-amalan itu dikerjakan dengan niat". karena itu, niat diutamakan dalam mengerjakan ibadah. jika salah niat, suatu ibadah yang seharusnya mendapatkan pahala bisa terbalik mendapatkan dosa, karena niat yang salah.

b. Tamlik

Tamlik atau memberikan hak milik atas sesuatu kepada orang lain menjadi syarat sahnya pelaksanaan zakat, Mazhab Hanafi berpendapat bahwa zakat tidak boleh diserahkan kepada orang gila atau anak kecil yang belum mumayyiz atau anak yang sudah dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Kecuali, jika harta yang diberikan tersebut diambil oleh orang yang berwenang mengambilnya, misalnya ayah, orang yang diberi wasiat, atau yang lainnya.²⁴

3. Syarat harta wajib zakat

a. Kepemilikan secara sempurna

²³ Zulkiflil, *Panduan Praktis Memahami Zakat Infaq, Shadaqah, Wakaf Dan Pajak* (KALIMEDIA, 2020).

²⁴ kementrian Agama Republik Indonesia Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Panduan Zakat Praktis* (jakarta: KEMENTERIAN AGAMA RI, 2020).

Walau sesungguhnya semua harta adalah milik Allah SWT, namun si pemilik harta adalah orang diberi wewenang oleh Allah SWT pada harta tersebut, sekalipun harta tersebut di tangan orang lain yang menjadi pinjaman, maka akan dianggap sebagai kepemilikan secara penuh apabila orang yang meminjam dimungkinkan untuk mengembalikan harat tersebut. Sehingga apabila si peminjam tidak mungkin lagi diharapkan pembayarannya, baik karena sudah meninggal, atau menghilang atau mungkin bangkrut tanpa memiliki harta, maka pemilik harta tidak lagi dianggap sebagai pemilik harta secara penuh dan utuh. Begitu pula harta yang didapat dari sumber yang tidak sah atau haram, seperti harta curian, korupsi, dan pendapatan harta haram lainnya, maka tidak dianggap sebagai harta yang dimiliki secara utuh, karena kewajibannya adalah mengembalikan harta tersebut kepada pemiliknya. Serta bukan pula merupakan kewajiban zakat pada harta orang lain yang disimpannya. Adapun orang yang berada dalam sel tahanan dan memiliki kebebasan dalam penggunaan hartanya, maka ia tetap dianggap sebagai pemilik harta yang sempurna dalam pandangan jumhur ulama.²⁵

b. Berkembang secara nyata

Bahwa suatu harta menjadi syarat zakat apabila dapat berkembang secara riil atau dalam hitungan estimasi, yaitu dengan pertumbuhan dan pertambahan akibat perkembangbiakan atau perdagangan dan investasi. Sedangkan yang dimaksud dengan estimasi adalah harta yang nilainya berkemungkinan bertambah, seperti emas, perak dan mata uang yang semuanya memiliki penambahan nilai dengan memperjualbelikannya. Oleh sebab itu, semua jenis harta di atas mutlak dizakati, berbeda dengan asset berupa lahan tidur yang tidak

²⁵ Muhammad Abu Zahra, *Zakat Dalam Perspektif Sosial* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2022).

berkembang, baik secara riil maupun secara estimasi, maka harta semacam ini tidak memenuhi syarat sebagai harta wajib zakat. Seperti alat-alat rumah tangga, alat transportasi atau kendaraan yang dimiliki, bangunan tempat tinggal dan lain-lain.

c. Sampai nisab

Artinya harta tersebut telah mencapai jumlah yang ditentukan oleh syariat, dan dengan demikian orang tersebut wajib membayar zakat atas harta tersebut. Contohnya Untuk zakat mal, nisabnya adalah setara dengan 85 gram emas. Jika seseorang memiliki harta yang setara dengan nilai 85 gram emas atau lebih, maka harta tersebut sudah "sampai nisab" dan wajib dizakati.

d. Melebihi dari kebutuhan pokok

Harta yang menjadi asset berkembang dimiliki secara sempurna adalah merupakan kelebihan dari kebutuhan pokok keluarga yang menjadi tanggungannya. Seperti istri, anak, pembantu dan asuhannya. Artinya bahwa muzakki harus mencapai batas kecukupan hidup (*had al-kifayah*), maka bagi orang yang berada di bawah batas tersebut tidak ada kewajiban baginya menunaikan zakat. Adapun hal-hal asasi yang harus dipenuhi dalam kebutuhan pokoknya adalah pemukiman, alat-alat untuk meneruskan pekerjaan, sarana transportasi dalam mendukung hidup dan pekerjaan, makan dan pakaian yang mampu menutup aurat. Kebutuhan tersebut menjadi pengurang harta kena zakat yang apabila diaudit akan mengurangi jumlah capaian nisab, maka seorang tersebut belum berkewajiban untuk berzakat. Seseorang tidak mendahulukan pembayaran zakatnya pada akhir tahun, kecuali telah menuntaskan kebutuhan pokok kehidupannya dan orang-orang yang menjadi tanggungannya.

e. Kepemilikan satu tahun (*haul*)

Haul adalah perputaran harta satu nisab dalam 12 bulan, harta yang tunduk kepada zakat tersebut telah dimiliki selama satu haul secara sempurna. Adapun jenis harta yang disyari'atkan berlakunya masa haul yaitu: Binatang ternak, Emas dan perak, Barang perniagaan.

- f. Terbebas dari hutang.

Berdasarkan buku "Manajemen Pengelolaan Zakat" karya Rahmawati Muin, seseorang yang masih memiliki tanggungan hutang tidak diwajibkan untuk membayar zakat, karena hutang merupakan kewajiban yang harus dipenuhi terlebih dahulu.

Ini penting karena dalam Islam, pelunasan hutang memiliki prioritas lebih tinggi dibandingkan pembayaran zakat. Hutang merupakan hak manusia yang harus dipenuhi, dan membayar zakat mensyaratkan kepemilikan penuh atas harta (*milk at-tam*). Harta yang masih terikat hutang belum sepenuhnya menjadi milik orang tersebut. Jadi, seseorang harus melunasi hutangnya terlebih dahulu sebelum diwajibkan membayar zakat. Hal ini menunjukkan bahwa Islam sangat memperhatikan aspek keadilan dan kemampuan seseorang dalam menunaikan kewajiban zakatnya.²⁶

4. Penerima zakat

Menurut hukum syara mustahik terdiri dari 8 ashnaf (golongan) yaitu:

- a. Fakir

Merupakan orang yang tidak memiliki harta senishab dan tidak sanggup bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup atau tidak mempunyai mata pencaharian yang tetap. atau tidak mempunyai penghasilan yang layak dalam memenuhi kebutuhannya; sandang,

²⁶ Rahmawati Muin, *Manajemen Pengelolaan Zakat* (Gowa: Pusaka Almaida, 2021).

- pangan tempat tinggal dan segala keperluan pokok lainnya, baik untuk dirinya sendiri ataupun bagi orang yang menjadi tanggungannya.
- b. Miskin
- Merupakan orang yang memiliki harta atau penghasilan yang layak dalam memenuhi keperluannya dan keperluan orang yang menjadi tanggungannya, tapi tidak sepenuhnya tercukupi. Golongan ini diletakkan sesudah golongan fakir, hal ini memberikan pengertian bahwa golongan miskin berbeda dengan golongan fakir. Oleh sebab itulah para ahli fiqih berbeda persepsi dan kriteria fakir dan miskin ini. Imam Malik menetapkan bahwa yang dinamai fakir ialah orang yang untuk menutupi kebutuhan hidupnya memerlukan bantuan tetapi tidak mau meminta-minta, sedangkan golongan miskin ialah golongan yang tidak segan-segan meminta-minta bantuan kepada orang lain. Demikian juga definisi yang ditetapkan oleh Abu Hanifah.
- c. Amil
- Merupakan petugas-petugas pengelola zakat yang ditunjuk/ditetapkan oleh pemerintah/penguasa. Petugas ini berwenang pula membagi zakat menurut ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh syari'at. Menurut Abu Hanifah dan madzhabnya, kepada amilin diberikan upah menurut kadar usahanya/jabatannya secara wajar, sama dengan kedudukan hakim dan petugas-petugas lainnya. Pendapat ini sama dengan pendapat Imam Malik. Ada yang berpendapat bahwa upah dan gaji amilin dibayar oleh negara, bukan diambil dari pungutan zakat, seperti yang berlaku di BAZIS Provinsi DKI Jakarta.
- d. Muallaf
- Merupakan orang yang diberikan bagian zakat untuk menjinakkan hati mereka atau hati teman-teman mereka atau golongan mereka atau untuk mengkokohkan keimanan mereka yang masih goyah. Atau dengan kata lain mereka yang diharapkan keislamannya, keluarganya

dan kelompoknya, atau orang yang dikuatirkan kelakuan jahatnya, atau orang yang baru masuk Islam, atau pemimpin/tokoh yang telah masuk Islam yang mempunyai sahabat-sahabat orang kafir, atau pimpinan/tokoh kaum muslimin yang berpengaruh di kalangan kaumnya akan tetapi imannya masih lemah.

e. Riqab

Merupakan jamak dari raqabah artinya budak belian laki-laki, bahwa zakat itu antara lain harus dipergunakan untuk pembebasan budak belian dan usaha menghilangkan segala bentuk perbudakan. Apabila budak-budak belian sudah tidak ada lagi maka bagian ini dapat pula dipergunakan untuk menebus orang-orang Islam yang ditawan oleh musuh. Islam menghendaki agar perbudakan dengan segala macam dan bentuknya dapat dihilangkan.

f. Gharim

Merupakan orang yang jatuh failit yang tidak dapat lagi membayar hutangnya. Orang-orang yang tidak dapat membayar hutangnya ada tiga macam. Pertama, orang yang berhutang untuk melampiaskan hawa nafsu, ia mempergunakan hutangnya itu untuk yang halal dan haram. Menurut sebagian fuqaha, kepada orang semacam ini tidak diberikan zakat dalam kategori gharim, kecuali ia bertaubat dan menjadi orang yang shaleh dan bertaqwah. Kedua orang yang berhutang untuk kemashlahatan diri, seperti pedagang yang jatuh failit sehingga tidak mampu lagi membayar hutangnya. Untuk orang seperti ini dapat diberikan bagian zakat guna membantu membayar hutangnya. Ketiga orang yang berhutang untuk kemashlahatan umum, seperti untuk membayar diyat, semua fuqaha mengharuskan pemerintah/penguasa untuk memberikan bagian zakat kepada golongan ini. Termasuk dalam

golongan ghorimin yaitu orang-orang yang mengalami mushibah seperti bencana alam dan sejenisnya.

g. Fisabilillah

Fisabilillah ialah bagian yang dipergunakan untuk kepentingan perjuangan. bagian ini boleh dipergunakan untuk segala macam usaha kebajikan, seperti membeli perlengkapan, membangun pertahanan, membangun masjid-masjid dan kegiatan perorangan atau badan lainnya yang bertujuan untuk menegakan kepentingan agama atau kemaslahatan umat.

h. Ibnu Sabil

Merupakan orang yang kehabisan bekal dalam perjalanan dari satu daerah ke daerah lain, bukan untuk maksud maksiat, tetapi dengan kemaslahatan umum yang manfaatnya kembali kepada masyarakat dan agama Islam. Ia kehabisan belanja dalam perjalannya dan tidak ada tempat untuk meminta bantuan atau tidak ada orang yang mau membantu, walaupun ia termasuk orang kaya di kampungnya. Imam Malik tidak membenarkan ibnussabil yang kaya di kampungnya ini meminta bagian zakat apabila ada orang tau lembaga yang mau memberikan pinjaman kepadanya, tetapi jika ia orang fakir maka boleh diberikan zakat dari bagian fakir bukan ibnussabil. Pendapat Jumhur ulama ialah boleh dibrikan kepada ibnu sabil walaupun ada yang mau meminjamkan kepadanya.²⁷

5. Pengumpulan zakat

A. Pengertian pengumpulan zakat.

Pengumpulan adalah rencana sebuah proses mempengaruhi masyarakat atau calon donatur agar mau melakukan amal kebaikan

²⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat, Panduan Zakat Praktis (Jakarta: Kementerian Agama Ri, 2020).

dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernali, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proses mempengaruhi disini yaitu, memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu dalam kerangka fundraising, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan sebuah kerja lembaga.²⁸

B. Strategi Pengumpulan Zakat

Untuk memastikan pengumpulan zakat berjalan dengan lancar dan efisien, diperlukan berbagai strategi diantaranya:

- a. Mengidentifikasi data dan informasi yang berkaitan dengan pengumpulan zakat seperti:
 - 1). Rencana strategis organisasi, target pengumpulan zakat dan prospek muzaki ditelaah sesuai dengan kebutuhan.
 - 2). Laporan pengumpulan zakat tahun sebelumnya dianalisis berdasarkan segmentasi muzaki, jenis dana, saluran pembayaran dan jenis komunikasi.
- b. Menyusun strategi pengumpulan zakat
 - 1). Hasil telaah target pengumpulan, prospek muzaki dan laporan pengumpulan zakat dikompilasi.
 - 2). Jenis muzaki, dana, komunikasi dan layanan, sumber daya manusia penanggung jawab, perlengkapan serta anggaran pengumpulan zakat dirumuskan menjadi strategi pengumpulan zakat.

²⁸ Ahmad Satori Ismail and Dkk, *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia* (Jakarta pusat: Badan Amil Zakat Nasional, 2021).

3). Rumusan strategi pengumpulan zakat ditetapkan.²⁹

d. Tujuan dan Manfaat Zakat

Sebagai alat untuk pemerataan ekonomi, di mana muzaki membantu mustahik melalui penunaian kewajiban zakat. lebih luas lagi tujuan zakat bagi kepentingan masyarakat, sebagai berikut:

1. Membangkitkan semangat saling mendukung dan mempererat solidaritas sosial di kalangan umat Islam.
2. Mengurangi jarak dan kesenjangan sosial-ekonomi yang ada dalam masyarakat.
3. Membantu pembiayaan yang mungkin diperlukan akibat bencana, seperti bencana alam dan situasi darurat lainnya.
4. Menutupi biaya yang muncul akibat konflik, perselisihan, dan berbagai bentuk kerusuhan dalam masyarakat.
5. Menyediakan dana khusus untuk membantu biaya hidup bagi gelandangan, pengangguran, dan kelompok tuna sosial lainnya, termasuk dana untuk mendukung orang-orang yang ingin menikah namun terkendala biaya.³⁰

Adapun Manfaat zakat diantaranya:

1. Manfaat zakat dari segi agama
 - a) Melalui zakat, seseorang telah melaksanakan salah satu rukun Islam yang akan membawa hamba menuju kebahagiaan dan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat.

²⁹ Nur Alam Bakhtir dan Ale Abdullah, *Panduan Praktis Zakat, Infak Dan Shadaqah* (Jakarta: : Baznas (Bazis) Dki Jakarta Gd. ., 2023).

³⁰ Abdurrahman Qadir, *Zakat Dalam Dimensi Sosial dan Mahdah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), hal. 76

- b) Zakat menjadi sarana bagi hamba untuk mendekatkan diri (taqarrub) kepada Tuhan, yang akan meningkatkan keimanan karena mencakup berbagai bentuk ketaatan.
- c) Pembayar zakat akan memperoleh pahala yang sangat besar, yang berlipat ganda.
- d) Zakat juga berfungsi sebagai penghapus dosa.

2. Manfaat zakat dari ahlak

- a) Zakat menanamkan nilai-nilai kemuliaan, toleransi, dan rasa lapang dada pada diri orang yang membayarnya.
- b) Pembayaran zakat sering kali dihubungkan dengan sifat ramah dan penuh kelembutan terhadap saudara-saudara yang membutuhkan.
- c) Realitasnya, menyumbangkan sesuatu yang bermanfaat, baik itu harta maupun tenaga, untuk kaum Muslimin akan membuka hati dan memperluas jiwa. Sebab, orang yang berkorban pasti akan dihargai dan dicintai sesuai dengan tingkat pengorbanannya.³¹

3. Manfaat zakat dari segi sosial kemasyarakatan.

- a) Zakat adalah sarana untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup kaum fakir miskin, yang merupakan kelompok mayoritas di banyak negara di dunia.
- b) Zakat memberikan dukungan dan kekuatan bagi umat Islam serta meningkatkan eksistensi mereka. Hal ini terlihat dalam salah satu kelompok penerima zakat, yaitu para mujahid fi sabilillah.

³¹ Fakhruddin, Fiqih dan Manajemen Zakat di Indonesia, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 31

- c) Zakat dapat mengurangi kecemburuhan sosial, dendam, dan rasa tidak puas di kalangan kaum fakir miskin. Masyarakat bawah seringkali menumbuhkan rasa benci dan permusuhan jika mereka melihat golongan kaya membuang-buang harta untuk hal yang tidak bermanfaat.
- d) Zakat dapat mendorong pertumbuhan ekonomi bagi pemberinya, dan tentu saja, berkahnya akan melimpah.
- e) Membayar zakat berarti memperluas peredaran harta atau uang. Ketika harta dibelanjakan, perputaran ekonomi akan meluas, sehingga lebih banyak pihak yang dapat merasakan manfaatnya.³²

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah jenis media sosial yang paling banyak digunakan secara global. Beberapa definisi lain menyatakan bahwa media sosial adalah platform daring yang memfasilitasi interaksi sosial, menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah cara berkomunikasi menjadi dialog yang lebih interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengartikan media sosial sebagai sekumpulan aplikasi berbasis internet yang berlandaskan pada konsep dan teknologi Web yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Jejaring sosial adalah platform di mana setiap individu dapat membuat halaman pribadi dan terhubung dengan teman-teman untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi.³³

b. Fungsi Media Sosial

³² BAZNAS Badan Amil Zakat Nasional, *Standar Laboratorium Manajemen Zakat* (jakarta: Pusat Kajian Strategis-Badan Amil Zakat Nasional (puskas BAZNAS), 2021).

³³ M. Kaplan, A.M.,&Haenlein, “User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.,” 2010.

Media sosial memiliki berbagai fungsi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat saat ini. Salah satunya adalah sebagai alat komunikasi, yang memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi secara langsung melalui berbagai platform, baik untuk tujuan pribadi maupun profesional. Media sosial juga berfungsi sebagai sarana untuk berbagi informasi, di mana pengguna dapat menyebarkan berita, ide, gambar, atau video kepada audiens yang lebih luas. Selain itu, media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran, di mana bisnis dan individu dapat mempromosikan produk, layanan, atau merek mereka serta berhubungan dengan pelanggan secara lebih langsung dan efektif. Di sisi lain, media sosial juga memungkinkan setiap individu untuk menciptakan dan membagikan konten yang dapat menginspirasi atau mengedukasi orang lain. Fungsi hiburan juga sangat dominan, dengan berbagai jenis konten seperti video lucu, musik, dan permainan yang dapat dinikmati oleh penggunanya. Secara keseluruhan, media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, bekerja, dan berinteraksi dengan dunia.³⁴

c. Manfaat Media Sosial

1. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan sebagai alat untuk menyebarkan berbagai informasi kepada orang lain. Konten yang ada di media sosial berasal dari berbagai penjuru dunia dengan latar belakang budaya, sosial, ekonomi, kepercayaan, tradisi, dan kecenderungan yang beragam. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai ensiklopedi global yang berkembang pesat, jika dilihat dari sisi positifnya. Dalam hal ini, pengguna media sosial perlu membekali diri dengan kemampuan kritis, keterampilan analisis yang

³⁴ Clay Shirky, *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*, The Penguin Press, 2021.

tajam, pemikiran yang mendalam, kebijaksanaan dalam pemakaian, serta pengendalian emosi.

2. Sarana dokumentasi, adminitrasi dan integrasi.

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya berfungsi sebagai tempat penyimpanan dan dokumentasi berbagai jenis konten, mulai dari profil, informasi, laporan kejadian, rekaman peristiwa, hingga hasil riset. Dalam hal ini, organisasi, institusi, dan individu dapat memanfaatkannya dengan menyusun kebijakan penggunaan media sosial serta menyediakan pelatihan bagi seluruh karyawan, guna mengoptimalkan fungsi media sosial sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa langkah yang dapat diambil dengan media sosial meliputi pembuatan blog organisasi, integrasi berbagai sektor di perusahaan, penyebaran konten yang relevan sesuai target audiens, atau pemanfaatan media sosial sesuai dengan kepentingan, visi, misi, tujuan, serta efisiensi dan efektivitas operasional organisasi.

3. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen.

Arah penggunaan media sosial sepenuhnya berada di tangan penggunanya. Oleh karena itu, media sosial, ketika dikelola oleh para ahli manajemen dan pemasaran, dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mendukung perencanaan dan strategi mereka. Sebagai contoh, media sosial dapat dimanfaatkan untuk merespons kebutuhan masyarakat, melakukan promosi, menarik pelanggan setia, membangun loyalitas konsumen, mengeksplorasi pasar, mendidik publik, hingga mengumpulkan dukungan.

4. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran

Media sosial berguna untuk mengontrol organisasi serta mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah diterapkan. Respons dari publik dan pasar menjadi indikator, kalibrasi, dan parameter penting dalam evaluasi. Melalui media sosial, kita dapat mengetahui sejauh mana

masyarakat memahami suatu isu atau masalah, bagaimana prosedur diikuti atau dilanggar, serta apa yang menjadi keinginan masyarakat. Pergerakan keinginan, ekspektasi, kecenderungan, pilihan, dan pemahaman publik dapat tercermin dengan jelas di media sosial. Oleh karena itu, media sosial juga berfungsi sebagai alat pencegahan yang efektif untuk mengarahkan atau memengaruhi pemahaman publik.³⁵

d. Tujuan Media Sosial

Tujuan utama media sosial adalah untuk mempermudah interaksi antara individu atau kelompok dalam sebuah ruang digital yang saling terhubung secara global. Melalui platform ini, pengguna dapat berkomunikasi, berbagi berbagai jenis konten seperti gambar, video, dan tulisan, serta menjalin hubungan dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia. Media sosial juga berfungsi sebagai saluran untuk mengekspresikan pandangan, berbagi pengalaman, dan menyebarkan informasi secara cepat. Selain itu, media sosial memberikan peluang bagi organisasi dan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, serta berinteraksi langsung dengan konsumen untuk mendapatkan umpan balik atau melakukan riset pasar. Di sisi individu, media sosial memainkan peran dalam memperluas jaringan sosial, baik di tingkat personal maupun profesional. Lebih jauh lagi, media sosial memungkinkan setiap pengguna untuk mengakses berbagai sumber informasi yang kaya, yang dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mereka dalam berbagai bidang. Dengan demikian, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai sarana komunikasi, hiburan, maupun pemasaran.³⁶

e. Media dalam pengumpulan zakat

³⁵ M Dr.Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya,Dan Sosioteknologi* (Bandung, 2022).

³⁶ Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, Dan Modal Sosial* (jakarta, 2021).

Media memiliki peran yang sangat penting dalam proses pengumpulan dana zakat, baik untuk pemberi zakat (*muzaki*) maupun penerima zakat (*mustahik*). Penggunaan media dalam pengumpulan zakat tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup upaya penggalangan dana yang lebih efisien dan transparan. Di era digital saat ini, berbagai jenis media seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile semakin banyak dimanfaatkan oleh lembaga zakat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Media ini memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah mengakses informasi terkait zakat, termasuk jenis zakat, kewajiban yang harus dipenuhi, serta cara-cara pembayaran yang sesuai dengan syariat Islam.

Salah satu peran penting media dalam pengumpulan zakat adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya berzakat, terutama pada bulan-bulan tertentu seperti Ramadan. Media juga mempermudah *muzaki* untuk menyalurkan zakat mereka secara langsung melalui platform digital yang aman dan praktis. Banyak lembaga zakat kini menyediakan layanan pembayaran zakat melalui transfer bank, *e-wallet*, atau bahkan *QR code* yang dapat dipindai langsung dari aplikasi zakat mereka. Hal ini tidak hanya membuat zakat lebih mudah diterima dan disalurkan, tetapi juga memastikan transparansi dalam proses pengumpulan dan penyalurannya.

Media juga berfungsi untuk mengedukasi masyarakat mengenai prinsip-prinsip dasar zakat, seperti kewajiban zakat mal, zakat fitrah, dan zakat profesi. Penyuluhan melalui media, baik melalui artikel, video, atau infografis, memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang peran zakat dalam mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial. Dengan penyebaran informasi yang luas, diharapkan masyarakat akan lebih sadar dan termotivasi untuk menunaikan zakat mereka tepat waktu. Oleh karena itu, media tidak hanya menjadi penghubung antara lembaga zakat dan masyarakat, tetapi juga

sarana untuk mengoptimalkan pengumpulan dana zakat yang pada akhirnya dapat memberikan dampak positif bagi pemberdayaan mustahik.³⁷

f. Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul “analisis strategi penggunaan media sosial sebagai media pengumpulan dana zakaat di baznas kabupaten enrekang”, untuk memahami lebih jelas mengenai penelitian ini maka perlu untuk menguraikan judul secara jelas untuk menghindari penafsiran yang ambigu.

1. Analisis

Analisis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi BAZNAS Kabupaten Enrekang dalam menggunakan media sosial untuk mengumpulkan dana zakat. Fokus analisis mencakup efektivitas penggunaan media sosial, tantangan yang dihadapi, serta cara BAZNAS menjangkau audiens dan membangun keterlibatan.

2. Strategis

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial oleh BAZNAS Kabupaten Enrekang untuk mengumpulkan dana zakat. Strategi tersebut meliputi pemilihan platform yang tepat, pembuatan konten edukatif dan menarik, pelaksanaan kampanye digital, membangun interaksi dengan audiens, serta mempermudah proses donasi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat dan memudahkan pengumpulan dana zakat melalui media sosial.

3. Media Sosial

Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup platform-platform seperti Facebook dan Instagram, yang digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Enrekang untuk mengedukasi masyarakat, meningkatkan kesadaran tentang zakat, serta mempermudah proses pengumpulan dana zakat secara *online*.

³⁷ Saefullah, *Manajemen Zakat: Teori Dan Praktek* (Jakarta, 2022).

4. Media Pengumpulan

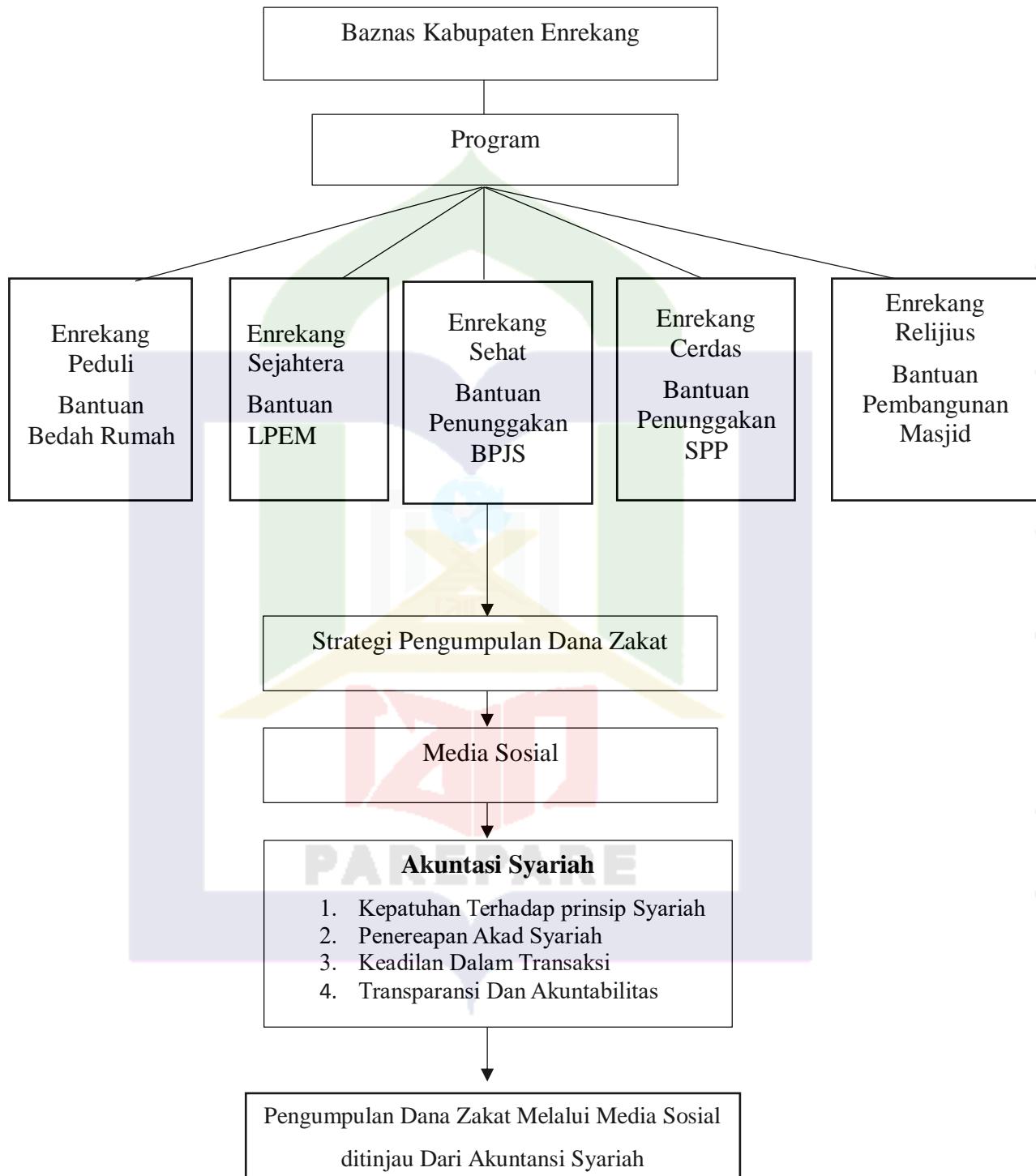
Media pengumpulan dalam penelitian ini merujuk pada penggunaan platform media sosial sebagai sarana untuk mengumpulkan dana zakat yang mempermudah masyarakat untuk berdonasi secara digital.

5. Dana Zakat

Dana zakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dana yang dikumpulkan dari masyarakat melalui media sosial untuk disalurkan kepada mustahik (penerima zakat) sesuai dengan ketentuan agama Islam, seperti fakir miskin dan golongan lainnya yang berhak menerima zakat.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini merupakan suatu gambaran ringkas mengenai fenomena yang menjadi fokus penelitian, yang dimana berupa konsep-konsep yang menjelaskan keterkaitan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah yang di temukan pada penelitian ini di kategorikan sebagai penelitian kualitatif artinya, penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut danin Penelitian kualitatif percaya bahwa kebenaran itu adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelahaan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka.³⁸

B. Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian merupakan tempat atau objek di mana penelitian dilakukan. Adapun waktu penelitian adalah rentang atau jangka waktu berlangsungnya sebuah penelitian.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di kantor baznas kabupaten enrekang. alasan penulis mengambil lokasi tersebut karena kabupaten enrekang memiliki populasi mayoritas muslim, yang menjadikan potensi penghimpunan zakat di daerah tersebut cukup besar. Hal ini menjadikan BAZNAS enrekang menjadi lokasi yang strategis untuk di teliti terkait upaya optimalisasi (memanfaatkan) penghimpunaan zakat.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurung waktu kurang lebih dua bulan (disesuaikan dengan kebutuhan peneliti)

³⁸ Danin, Supardi. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2020

C. Fokus Penelitian

Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d, fokus penelitian adalah batasan masalah yang bertujuan untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar dapat mencegah kesalahan dalam memahami isu yang akan diteliti. Selain itu, fokus penelitian juga memastikan bahwa masalah yang diangkat telah memenuhi kriteria sebagai masalah yang layak untuk diteliti.³⁹

Fokus penelitian ini adalah mengkaji strategi penggunaan media sosial yang di lakukan BAZNAS kabupaten enrekang dalam menghimpun dana zakat, meliputi platfrom yang di gunakan dan pendekatan komunikasi. Penelitian ini juga menganalisis efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan jumlah donatur dan dana yang terkumpul, dan respon masyarakat terhadap kampanye zakat *online*

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah tempat atau asal informasi yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian, analisis atau pengambilan keputusan. Data primer dan sekunder adalah dua kategori utama yang terdiri dari data yang digunakan dalam penelitian untuk analisis. Dalam penelitian yang berjudul penggunaan media sosial sebagai alat untuk mengumpulkan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Enrekang. Berikut adalah penjelasan tentang data primer dan sekunder :

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data contohnya data hasil wawancara dan observasi.
2. Data sekunder adalah data yang ada sebelumnya dan di kumpulkan oleh pihak lain, yang kemudian digunakan oleh peneliti untuk penelitiannya. Data sekunder bisa di peroleh dari berbagai sumber, seperti buku dan jurnal.

³⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Cv. Alfabeta, 2013) hal. 4

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang dapat mendukung dan memperkuat penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini di antaranya:

a. Teknik Pengumpulan Data

1). Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak langsung terkait hal-hal yang di amati dan mencatatnya pada alat observasi. Observasi dalam penelitian ini di lakukan untuk mencari partisipan yang akan di wawancara yaitu salah satu pegawai, pengelola, dan pimpinan di BAZNAS kabupaten enrekang terkait dengan bagaimana strategi penggunaan media sosial untuk mengumpulkan dana zakat(studi kasus baznas kabupaten enrekang).

2). Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan dengan tatap muka, di mana salah satu pihak berperan sebagai *interviewer* (orang yang mewawancara/pewawancara) dan pihak lainnya berperan sebagai *interviewee* (orang yang diwawancara/narasumber) dengan tujuan tertentu, misalnya untuk mendapatkan informasi atau mengumpulkan data.

3). Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data melalui bahan-bahan tertulis yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga yang menjadi objek penelitian, baik berupa prosedur, peraturan, laporan, maupun berupa foto.

b. Teknik Pengelolaan Data

Adapun Teknik Pengolahan Data merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penumpulan data di lapangan dengan menguraikan data dan menjadikannya sebagai data yang

sistematis, akurat, dan mudah dipahami. Adapun pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan:

1). Pemeriksaan Data (*Editing*)

Tahap awal pengolahan data dalam penelitian ini adalah pemeriksaan data. Proses ini melibatkan pengecekan data yang telah dikumpulkan, seperti kelengkapan jawaban, keteraturan teks, kejelasan makna, relevansi data, dan kesesuaian dengan data lainnya.⁴⁰ Dalam penelitian ini, pemeriksaan data dilakukan dengan meninjau data hasil wawancara dengan narasumber.

2). Klasifikasi (*Classifying*)

Tahap klasifikasi merupakan proses memeriksa data dan informasi yang telah dikumpulkan. Data ini bisa berasal dari berbagai sumber, seperti hasil pengamatan, wawancara, atau dokumentasi. Semua data tersebut dipelajari secara mendalam dan kemudian dikelompokkan berdasarkan jenisnya atau sesuai dengan kebutuhan penelitian.⁴¹ Proses klasifikasi ini bertujuan untuk memudahkan pemahaman, analisis, dan perbandingan data.

3). Verifikasi (*Verifying*)

Verifikasi merupakan proses pengecekan data yang diperoleh di lapangan untuk memastikan keabsahannya dan kelayakannya untuk digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, setelah peneliti melakukan verifikasi sendiri, data tersebut akan ditunjukkan kepada subjek penelitian untuk memastikan validitas data dan mencegah manipulasi.

⁴⁰ Cholid Narbuko and Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 85.

⁴¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), h. 105.

4). Kesimpulan (*Concluding*)

Kesimpulan merupakan tahap akhir dalam pengolahan data. Dalam penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diolah melalui serangkaian proses sebelumnya, yaitu pemeriksaan data, klasifikasi, verifikasi, dan analisis.

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti sesuai dengan kondisi sebenarnya pada objek penelitian, sehingga data yang disajikan dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian kualitatif keabsahan data diuji melalui empat aspek utama, yaitu *credibility, transferability, dependability* dan *confirmability*.⁴²

Adapun uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui Uji *credibility* (Kredibilitas) yang berfokus pada validitas internal suatu penelitian. Dalam penelitian kualitatif, data dapat dikatakan kredibilitas apabila terdapat kesesuaian antara hasil yang dilaporkan oleh peneliti dengan keadaan sebenarnya pada objek penelitian. Untuk memastikan kredibilitas data, penelitian ini menerapkan metode triangulasi (menggunakan berbagai sumber data atau metode sebagai upaya memverifikasi temuan).

Penelitian ini menerapkan teknik triangulasi dengan mengabungkan metode dan sumber data. Melalui pendekatan ini peneliti mengumpulkan informasi menggunakan berbagai metode seperti observasi, wawancara dan dokumentasi, untuk memastikan kebenaran informasi yang diperoleh.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis

⁴² Sigit Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hal 221.

data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁴³ Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif, Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh. menurut Miles & Huberman (1992: 16) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.⁴⁴

1. Reduksi Data (*Data Redecution*)

Meredukasi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal terpenting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.⁴⁵

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data akan memudahkan untuk memahami yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang sudah dipahami.⁴⁶

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Hubermen adalah penarikan kesimpulan data dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan buktibukti yang kuat dan mendukung pada tahap berikutnya.

⁴³ Sugiyono, Op. Cit. hlm. 334.

⁴⁴ A.M. Miles, M.B. dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992).

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 247.

⁴⁶ Ainun Ayunita, Ardi Saputra, and Azizah Husin, “Jurnal Lingkar Pembelajaran Inovatif” 5 (2024): h. 95.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.⁴⁷



⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D.*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Baznas Kabupaten Enrekang

1. Sejarah baznas kabupaten enrekang

BAZNAS Kabupaten Enrekang memanfaatkan media sosial dalam pengumpulan dana zakat karena dinilai sebagai sarana yang efektif, efisien, dan relevan dengan perkembangan digital masyarakat. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi zakat secara luas dan cepat, menjangkau berbagai kalangan termasuk generasi muda dan non-PNS yang belum terjangkau sebelumnya. Selain itu, media sosial mendukung kegiatan edukasi zakat, memperkuat transparansi melalui publikasi laporan kegiatan dan penyaluran dana, serta memudahkan proses donasi melalui integrasi dengan layanan pembayaran digital. Pemanfaatan media ini juga menjadi bagian dari strategi modernisasi BAZNAS dalam meningkatkan kepercayaan publik dan optimalisasi potensi zakat di era digital.

2. Visi, Misi dan Tujuan Baznas Kabupaten Enrekang

a. Visi

Menjadi lembaga utama menyejahterakan ummat.

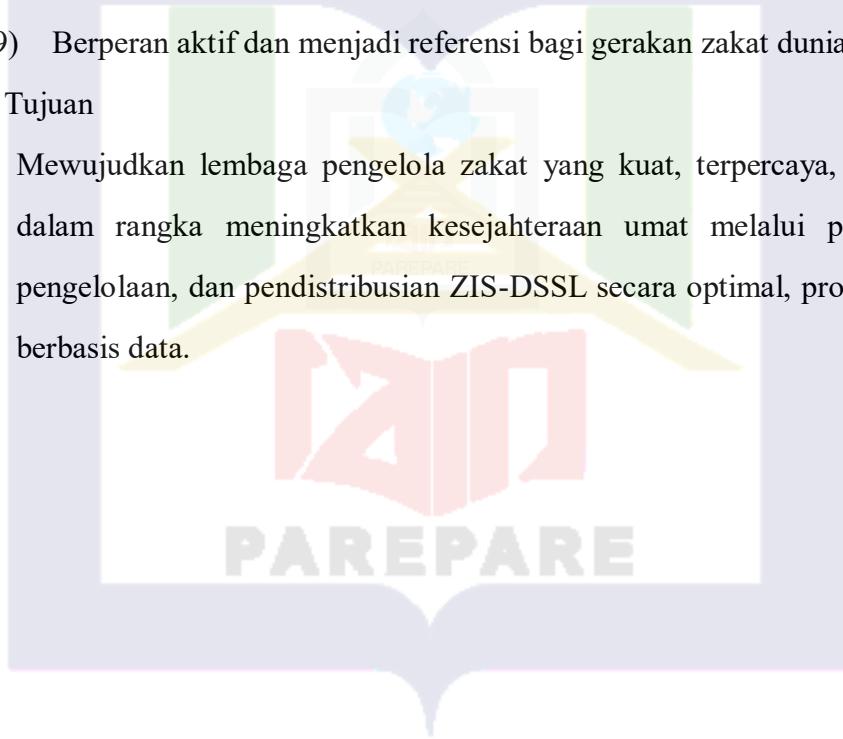
b. Misi

- 1) Membangun BAZNAS yang kuat, terpercaya, dan modern sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang berwewenang dalam pengelolaan zakat
- 2) Memaksimalkan literasi zakat nasional dan peningkatan pengumpulan ZIS-DSSL secara masif dan terukur
- 3) Memaksimalkan pendistribusian dan pendayagunaan ZIS-DSKL untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan umat dan mengurangi keenjangan sosial

- 4) Memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil zakat nasional secara berkelanjutan
- 5) Modernisasi dan digitalisasi pengelolaan zakat nasional dengan sistem manajemen berbasis data yang kokoh dan terukur
- 6) Memperkuat sistem perencanaan, pengendalian, pelaporan, pertanggungjawaban dan koordinasi pengelolaan zakat secara nasional
- 7) Membangun kemitraan antara muzaki dan mustahik dengan semangat tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan
- 8) Meningkatkan sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk membangun zakat nasional
- 9) Berperan aktif dan menjadi referensi bagi gerakan zakat dunia.

c. Tujuan

Mewujudkan lembaga pengelola zakat yang kuat, terpercaya, dan modern dalam rangka meningkatkan kesejahteraan umat melalui pengumpulan, pengelolaan, dan pendistribusian ZIS-DSSL secara optimal, profesional, dan berbasis data.



4. Struktur Organisasi

Tabel 4.1. Struktur Organisasi



Sumber: Data Internal BAZNAS Enrekang

5. Program Baznas Kabupaten Enrekang

Sebagai bentuk nyata dari pemanfaatan dana zakat, infak, dan sedekah yang dikelola secara profesional, BAZNAS Enrekang merancang berbagai program unggulan yang menyasar langsung kebutuhan masyarakat di berbagai bidang kehidupan diantaranya :

- 1) Enrekang peduli contohnya, bantuan bedah rumah
- 2) Enrekang sejahtera contohnya, bantuan LPEM (lembaga penyelidikan ekonomi dan masyarakat)
- 3) Enrekang sehat contohnya, bantuan penunggakan BPJS
- 4) Enrekang cerdas contohnya, bantuan penunggakan SPP
- 5) Enrekang religius contohnya, bantuan pembangunan mesjid.

B. Hasil Penelitian

1. Solusi Dan Inovasi Yang Diberikan BAZNAS Kab.Enrekang Dalam Mengumpulkan Dana Zakat Dengan Menggunakan Media Sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, latar belakang baznas Enrekang mulai memanfaatkan media sosial dalam mengumpulkan zakat adalah :

untuk mempermudah proses komunikasi dengan muzakki, konfirmasi pembayaran, serta memperluas jangkauan dan efisiensi melalui platform seperti WhatsApp dan media sosial lainnya.⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara, pemanfaatan media sosial oleh BAZNAS Enrekang, khususnya WhatsApp, dilakukan sebagai upaya untuk mempermudah proses komunikasi dengan muzakki. Melalui *platform* ini, muzakki dapat melakukan konfirmasi pembayaran zakat dengan cepat dan langsung kepada pihak BAZNAS. Hal ini tidak hanya mempercepat proses administrasi, tetapi juga meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik. Selain itu, penggunaan media sosial memungkinkan BAZNAS untuk menjangkau lebih banyak muzakki secara luas dan efisien, tanpa harus bergantung pada metode konvensional. Dalam praktiknya, WhatsApp menjadi saluran utama komunikasi karena kemudahan akses dan sifatnya yang personal, sementara platform media sosial lainnya juga dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi dan kampanye zakat secara digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, strategi utama yang digunakan baznas enrekang dalam memaksimalkan potensi media sosial adalah:

Pengumpulan VIA crowdfundi atau web donasi dan WA fundraising⁴⁹

⁴⁸ Ilham kamba, kepala bidang pengumpulan baznas kabupaten enrekang, wawancara 15 mei 2025

⁴⁹ Ilham kamba, kepala bidang pengumpulan baznas kabupaten enrekang, wawancara 15 mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara, dijelaskan bahwa pengumpulan dana zakat saat ini juga dilakukan melalui berbagai platform digital seperti +, web donasi, dan WhatsApp *fundraising*. Metode *crowdfunding* dan web donasi memungkinkan masyarakat untuk menyalurkan zakat secara mudah dan cepat melalui situs atau aplikasi yang terintegrasi, sementara WhatsApp fundraising digunakan sebagai sarana komunikasi langsung untuk menggalang dana dan menyebarluaskan informasi secara personal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber Ilham Kamba bahwa, *platform* media sosial yang digunakan baznas Enrekang untuk kampanye zakat adalah :

Untuk media sosial yang digunakan adalah yang pertama, tiktok, youtube, whatshap dan yg terakhir intagram.

Berdasarkan penjelasan narasumber, media sosial yang digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Enrekang dalam kegiatan penghimpunan dan edukasi zakat mencakup empat platform utama, yaitu TikTok, YouTube, WhatsApp, dan Instagram. Setiap platform memiliki fungsi dan peran strategis tersendiri. TikTok dan YouTube digunakan untuk menyajikan konten video yang bersifat edukatif dan informatif agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara visual dan menarik. WhatsApp dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi langsung dengan muzakki, termasuk layanan chatbot untuk konfirmasi pembayaran zakat serta memberikan informasi secara cepat dan personal. Sementara itu, Instagram digunakan untuk membagikan informasi program, laporan kegiatan, serta kampanye zakat melalui postingan dan fitur *story*, guna meningkatkan engagement dengan masyarakat, terutama kalangan muda. Berikut merupakan dokumentasi media sosial yang digunakan BAZNAS Kab. Enrekang diantaranya:

Tabel 4.2 Media Sosial Baznas

Tiktok

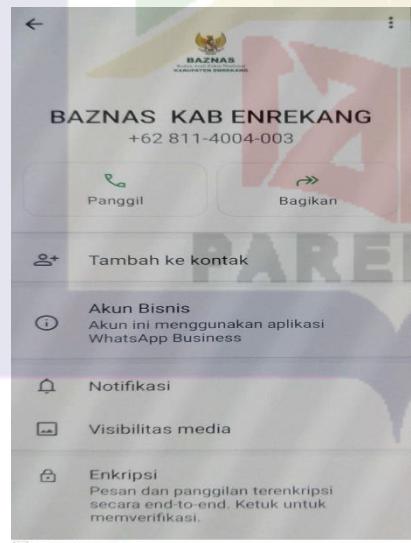


Youtube



Sumber: Media Sosial

WhatsApp



Sumber: Media Sosial

Sumber: Media Sosial

Instagram



Sumber: Media Sosial

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber Ilham Kamba, dijelaskan bahwa media sosial yang digunakan dalam mendukung kegiatan pengumpulan zakat meliputi beberapa platform digital, yaitu TikTok, YouTube, WhatsApp, dan Instagram. Penggunaan berbagai media sosial ini bertujuan untuk menjangkau lebih banyak kalangan, terutama generasi muda, serta menyebarkan informasi dan edukasi terkait zakat secara lebih luas dan interaktif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, jenis konten yang paling sering dipublikasikan yaitu :

“Konfirmasi dan bukti pembayaran zakat, Doa dan apresiasi kepada muzakki, Kampanye zakat fitrah dan zakat profesi.”

Berdasarkan hasil wawancara, dijelaskan bahwa alur proses konfirmasi pembayaran zakat dimulai ketika muzakki mengirimkan konfirmasi pembayaran melalui WhatsApp atau media sosial lainnya. Setelah itu, amil zakat melakukan verifikasi terhadap bukti transfer dengan memeriksa rekening koran bank. Jika sudah sesuai, amil kemudian mencatat transaksi tersebut di buku catatan menggunakan skrip khusus untuk keperluan pembuatan bukti setor Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Langkah terakhir dari proses ini adalah melakukan konfirmasi kepada mustahik, yaitu dengan mendoakan muzakki dan mengirimkan bukti setor ZIS sebagai bentuk transparansi dan penghargaan atas partisipasi mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, inovasi yang telah dilakukan baznas Enrekang dalam penggunaan media sosial adalah :

“Pengumpulan VIA crowdfundi atau web donasi dan WA fundraising.”⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara, dijelaskan bahwa pengumpulan dana zakat saat ini juga dilakukan melalui berbagai platform digital seperti crowdfunding, web donasi, dan WhatsApp fundraising. Metode crowdfunding dan web donasi memungkinkan masyarakat untuk menyalurkan zakat secara mudah dan cepat melalui situs atau aplikasi yang terintegrasi, sementara WhatsApp fundraising digunakan sebagai sarana komunikasi langsung untuk menggalang dana dan menyebarkan informasi secara personal

2. Efektifitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Membayar Zakat

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, Baznas Enrekang mengukur efektivitas penggunaan media sosial dalam pengumpulan zakat melalui :

“Melihat analisi konten baznaz enrekang lewat analisis yang disediakan oleh platfrom dengan melihat jangkauan klik, like, dan share tergantung pada platfrom yang di gunakan.”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber Ilham Kamba, dijelaskan bahwa analisis konten media sosial BAZNAS Enrekang dilakukan dengan memanfaatkan fitur analitis yang disediakan oleh masing-masing platform. Analisis ini meliputi pengukuran jangkauan, jumlah klik, like, dan share pada setiap konten yang dipublikasikan.

⁵⁰ Ilham kamba, kepala bidang pengumpulan baznas kabupaten enrekang, wawancara 15 mei 2025

⁵¹ Ilham kamba, kepala bidang pengumpulan baznas kabupaten enrekang, wawancara 15 mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, apakah Ada peningkatan jumlah muzaki atau total dana zakat sejak aktif menggunakan media sosial di lihat dari :

“Berdasarkan hasil wawancara, digitalisasi pengumpulan zakat di BAZNAS telah berjalan dengan memanfaatkan perangkat sederhana seperti komputer, wifi, dan printer, serta aplikasi seperti Google Sheet dan Google Drive untuk pencatatan dan penyimpanan data. Sistem pembayaran zakat sudah mengakomodasi berbagai metode digital, termasuk QRIS, dompet digital, transfer bank, dan web donasi. Data muzakki dikelola dengan hati-hati melalui sistem akses terbatas dan backup rutin. Pelaporan dilakukan secara rutin melalui verifikasi bukti transfer dan pencatatan digital, kemudian dilaporkan dalam rapat pimpinan. Program unggulan mencakup digital fundraising, zakat profesi, dan zakat fitrah online, yang semuanya dievaluasi secara berkala. Inovasi terbaru meliputi penggunaan platform crowdfunding dan pengembangan layanan chatbot untuk konsultasi zakat. Monitoring dilakukan melalui laporan mingguan tiap unit dan rapat pleno untuk menjamin efektivitas program.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, tantangan yang dihadapi adalah :

*“Jadi untuk kendala pada pengelolaan media sosial terdapat pada keterbatasan sumber daya manusia dan alat.”*⁵²

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber Ilham Kamba, dijelaskan bahwa salah satu kendala utama dalam pengelolaan media sosial adalah keterbatasan sumber daya manusia dan peralatan. Hal ini menjadi tantangan karena terbatasnya tenaga yang mampu mengelola konten secara optimal serta kurangnya fasilitas pendukung yang memadai untuk menghasilkan konten berkualitas.

⁵² Ilham kamba, kepala bidang pengumpulan baznas kabupaten enrekang, wawancara 15 mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ilham kamba bahwa, Untuk mengatasi kendala tersebut, BAZNAS Enrekang melakukan beberapa investasi strategis, di antaranya:

“Yang pertama sumber daya manusia kemudian perlengkapan yang di dalamnya terdapat kamera, hp, kuota internet, peningkatan skil SDM, aplikasi editing yang berbayar salahsatunya adalah canva dan capcut.”⁵³

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber Ilham Kamba, dijelaskan bahwa dalam pengelolaan media sosial, sumber daya manusia menjadi faktor utama yang sangat penting. Selain itu, perlengkapan pendukung juga diperlukan, seperti kamera, handphone, kuota internet, serta aplikasi editing berbayar, contohnya Canva dan CapCut. Peningkatan keterampilan sumber daya manusia juga menjadi perhatian agar pengelolaan konten dapat berjalan lebih efektif dan professional

A. PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan rumusan masalah penelitian dan berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, pembahasan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Solusi dan inovasi yang diberikan BAZNAS Kab.Enrekang dalam mengumpulkan dana zakat dengan menggunakan media sosial

BAZNAS Kabupaten Enrekang telah mengintegrasikan teknologi digital dalam berbagai aspek pengelolaan zakat. Penggunaan media sosial, chatbot WhatsApp, serta platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube digunakan untuk sosialisasi dan kampanye zakat. Pengumpulan data dan administrasi zakat juga didukung oleh aplikasi seperti Google Drive dan Google Sheet untuk penyimpanan dan pencatatan secara online.

⁵³ Ilham kamba, kepala bidang pengumpulan baznas kabupaten enrekang, wawancara 15 mei 2025

Penggunaan sistem pembayaran digital seperti transfer bank, QRIS, web donasi, dan dompet digital memudahkan muzakki menyalurkan zakat, infak, dan sedekah. Selain itu, keamanan data muzakki dijaga melalui penyimpanan cloud(drive) dengan akses terbatas hanya untuk staf tertentu, serta backup data secara rutin untuk mencegah kehilangan informasi.

Setiap pembayaran zakat dicatat berdasarkan bukti transfer yang dikirim muzakki melalui WhatsApp atau email. Data ini kemudian diverifikasi dan dimasukkan ke spreadsheet (microsoft exsel). Laporan dibuat secara berkala dan dilaporkan kepada pimpinan. Hal ini mendukung transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana zakat

Program unggulan meliputi zakat fitrah online saat Ramadan, kampanye zakat profesi bulanan, dan pemanfaatan crowdfunding (penggalangan dana). Evaluasi dilakukan melalui rapat pleno dan laporan berkala (mingguan atau triwulan) dari unit pengumpul zakat. Hasil evaluasi digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan efektivitas program ke depan.

Target pengumpulan zakat, infak, dan sedekah pada tahun berjalan sebesar Rp 15.159.200.000. Untuk mendukung pencapaian target ini, BAZNAS mengembangkan inovasi seperti layanan chatbot dan pembuatan konten viral yang edukatif. Sistem monitoring dilakukan secara rutin melalui laporan dan diskusi di tingkat pimpinan.

Prosedur pencatatan yang berbasis bukti transaksi, pelaporan berkala, serta penggunaan sistem pembayaran digital (seperti QRIS, transfer bank, dan dompet digital) mencerminkan prinsip pencatatan akuntansi yang dapat diaudit dan bertanggung jawab secara syar'i dan administratif, ini sejalan dengan akuntansi

syariah, yang menekankan prinsip transparansi (al-shafafiyah), akuntabilitas (al-mas'uliyyah), dan amanah dalam pengelolaan harta muzakki.

Penelitian ini menemukan bahwa BAZNAS Kabupaten Enrekang telah menerapkan berbagai solusi dan inovasi digital dalam upaya pengumpulan dana zakat, salah satunya adalah pemanfaatan media sosial sebagai alat utama dalam mensosialisasikan program zakat. Penggunaan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube dipadukan dengan layanan chatbot WhatsApp serta sistem pembayaran digital (QRIS, transfer bank, dompet digital), menciptakan ekosistem penghimpunan zakat yang mudah diakses dan akuntabel. Strategi ini selaras dengan prinsip-prinsip akuntansi syariah yang menekankan transparansi, akuntabilitas, dan amanah. Proses verifikasi pembayaran dan pelaporan berkala yang dilakukan secara digital juga memperkuat posisi BAZNAS sebagai lembaga yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dalam konteks filantropi Islam.

Berdasarkan hasil penelitian, solusi dan inovasi yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Enrekang dalam mengumpulkan dana zakat melalui media sosial merupakan bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi dan kebutuhan komunikasi yang lebih efektif dengan masyarakat, khususnya para muzakki. Pemanfaatan media sosial didasari oleh tujuan untuk mempermudah proses komunikasi, mempercepat konfirmasi pembayaran zakat, serta memperluas jangkauan dakwah dan kampanye zakat secara digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Nasution yang menyatakan bahwa digitalisasi dalam pengelolaan zakat merupakan langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi serta menjangkau generasi digital secara lebih efektif.⁵⁴

⁵⁴ Nasution, M. A. (2020). Transformasi Digital dalam Pengelolaan Zakat: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 123–135.

Platform yang digunakan antara lain WhatsApp, TikTok, YouTube, dan Instagram, masing-masing dengan fungsi strategis yang berbeda. WhatsApp dimanfaatkan sebagai media komunikasi langsung dan personal antara amil zakat dan muzakki, khususnya dalam proses konfirmasi dan verifikasi pembayaran. Proses ini dilakukan secara sistematis, dimulai dari pengiriman bukti transfer oleh muzakki, verifikasi oleh amil melalui rekening koran, pencatatan transaksi, hingga pengiriman bukti setor ZIS dan doa sebagai bentuk transparansi dan penghargaan. Sementara itu, TikTok dan YouTube digunakan untuk menyebarkan konten edukatif dan informatif dalam format video yang menarik dan mudah diakses. Instagram berfungsi sebagai sarana publikasi kegiatan, informasi program, dan kampanye zakat melalui tampilan visual yang komunikatif.

Inovasi yang signifikan juga terlihat dalam strategi pengumpulan dana melalui crowdfunding(contohnya Bantuan orang sakit, Bencana alam, Bangun sekolah atau masjid) dan WhatsApp fundraising. Metode ini memberikan kemudahan akses bagi masyarakat dalam menunaikan zakat secara digital melalui platform yang terintegrasi dan efisien. Wahyuni menegaskan bahwa penggunaan platform digital dalam pengumpulan zakat memungkinkan lembaga amil zakat untuk melakukan distribusi informasi dan penggalangan dana secara cepat, murah, dan tepat sasaran.⁵⁵ Selain itu, jenis konten yang dipublikasikan oleh BAZNAS Enrekang juga bersifat partisipatif dan apresiatif, antara lain berupa dokumentasi konfirmasi pembayaran zakat, doa dan ucapan terima kasih kepada muzakki, serta kampanye zakat fitrah dan zakat profesi. Inovasi-inovasi tersebut menjadi bukti konkret bahwa digitalisasi pengelolaan zakat mampu meningkatkan efisiensi operasional,

⁵⁵ Wahyuni, S. (2022). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengumpulan Dana Zakat di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 4(1), 89–100.

memperluas jangkauan layanan, dan membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola zakat (Fauzia, 2020).⁵⁶

Temuan ini memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian terdahulu oleh Indah Fransiska yang berjudul “*Strategi Pemanfaatan Platform Online Sebagai Media Pengumpulan Zakat di Masa Pandemi COVID-19*”. Dalam studi kasus BAZNAS Kabupaten Rokan Hilir, penggunaan platform online seperti media sosial, layanan jemput zakat, serta sistem transfer perbankan dijadikan solusi dalam menghimpun zakat selama masa pandemi.⁵⁷

Sementara itu, relevansi lain dapat dilihat dari penelitian Bagas Fajri Pradana yang berjudul “*Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi fundraising melalui media sosial terbukti efektif dalam mencapai target penghimpunan dana. Media sosial digunakan untuk kampanye, pelaporan, dan membangun kepercayaan publik.⁵⁸

2. Efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat

Transformasi digital dalam pengelolaan zakat menjadi langkah strategis yang sangat penting dalam memastikan efisiensi, akuntabilitas, dan kepercayaan publik terhadap lembaga amil zakat. Di BAZNAS Kabupaten Enrekang, transformasi ini

⁵⁶ Fauzia, A. M. (2020). Digital Zakat in Indonesia: Practices, Challenges, and Prospects. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 6(1), 147–170.

⁵⁷ Fransiska, “Strategi Pemanfaatan Platform Online Sebagai Media Pengumpulan Zakat Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Rokan Hilir Riau.”

⁵⁸ Bagas Fajri Pradana, “Strategi Fundrasing Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto.”

diwujudkan melalui pemanfaatan teknologi digital seperti Google Drive, Google Sheets (mirip seperti Microsoft Excel). Seluruh data zakat, baik dari sisi penghimpunan maupun penyaluran, dicatat dan disimpan secara digital dengan sistem keamanan akses terbatas. Hanya pihak yang berwenang yang dapat mengakses data tersebut, guna menjaga amanah dari para muzakki serta memastikan prinsip transparansi dan keabsahan data terpelihara dengan baik.

Kemudahan pembayaran zakat juga menjadi bagian dari digitalisasi yang berdampak langsung pada peningkatan partisipasi masyarakat. BAZNAS menyediakan berbagai kanal pembayaran digital seperti QRIS, transfer bank, dan dompet digital (e-wallet), yang memudahkan muzakki dalam menunaikan kewajibannya kapan saja dan di mana saja. Setelah proses pembayaran selesai, bukti transfer diverifikasi secara manual oleh tim keuangan, lalu dicatat ke dalam sistem untuk dilaporkan secara berkala sebagai bagian dari mekanisme pelaporan dan audit internal.

Dalam hal penghimpunan dana, BAZNAS terus mengggagas berbagai program inovatif, antara lain zakat fitrah secara online, kampanye zakat profesi yang dilakukan rutin setiap bulan, dan pengembangan metode crowdfunding (penggalangan dana) untuk menjangkau kalangan muda dan pengguna aktif media sosial. Target yang ditetapkan untuk tahun berjalan adalah Rp15,159 miliar, yang mencakup zakat, infak, dan sedekah. Target tersebut tidak hanya menunjukkan ambisi, tetapi juga cerminan dari kepercayaan masyarakat yang terus tumbuh terhadap lembaga ini.

Hal ini tampak jelas jika dibandingkan antara kondisi sebelum dan sesudah penggunaan media sosial secara aktif. Pada tahun 2016, strategi penghimpunan

dana masih bersifat konvensional, seperti melalui tatap muka, pembagian brosur, dan sosialisasi langsung di lingkungan terbatas. Program-program unggulan pun masih berfokus pada penyaluran tradisional dan pendekatan umum kepada masyarakat sekitar, yang menyebabkan capaian engagement(interaksi) rendah dan citra lembaga hanya dikenal terbatas di kalangan tertentu, seperti orang tua di pedesaan.

Namun sejak tahun 2019, BAZNAS mulai aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, serta mengembangkan zakat fitrah online, kampanye zakat profesi bulanan, dan metode crowdfunding (penggalangan dana) untuk menjangkau kalangan muda dan pengguna aktif media digital. Pendekatan ini bersifat lebih tersegmentasi, sehingga lebih tepat sasaran dan berhasil meningkatkan keterlibatan publik secara signifikan. Hal ini terlihat dari capaian engagement yang tinggi dan citra lembaga yang semakin dipercaya oleh publik digital, khususnya generasi milenial. Dengan strategi baru ini, target penghimpunan dana pun meningkat dari Rp7–8 miliar menjadi Rp15,159 miliar, mencakup zakat, infak, dan sedekah. Target tersebut mencerminkan bukan hanya ambisi kelembagaan, tetapi juga bukti kepercayaan masyarakat yang terus tumbuh terhadap peran dan kredibilitas BAZNAS sebagai pengelola zakat nasional.

Media sosial juga dimanfaatkan secara strategis sebagai saluran dakwah digital dan penyebaran informasi. Tim konten kreatif yang terdiri dari staf dan relawan khusus bertugas mengelola akun Instagram, TikTok, WhatsApp, dan YouTube. Dengan frekuensi 3–5 unggahan per minggu, konten-konten yang dibuat tidak hanya bersifat informatif tetapi juga dirancang agar menarik secara visual dan relevan dengan tren digital. Namun demikian, keterbatasan SDM dan peralatan

dokumentasi masih menjadi tantangan utama yang berpengaruh pada konsistensi dan kualitas produksi konten.

Proses evaluasi program dan strategi pengembangan dilakukan secara terstruktur melalui rapat pleno mingguan dan triwulan. Dari hasil evaluasi ini, BAZNAS terus menyusun rencana peningkatan kinerja, termasuk dengan mengembangkan inovasi digital seperti chatbot berbasis AI yang dapat melayani pertanyaan seputar zakat secara otomatis dan responsif. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan engagement(interaksi) dengan publik serta memperkuat positionin BAZNAS sebagai lembaga zakat yang adaptif, modern, dan profesional dalam menghadapi era digital.

Hasil penelitian mengenai efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Enrekang menunjukkan adanya transformasi digital yang signifikan. Strategi ini mencakup pemanfaatan berbagai platform digital untuk penghimpunan, pencatatan, dan pelaporan zakat, serta penyebaran informasi dan edukasi melalui media sosial. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana promosi dan edukasi zakat yang mendorong peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya oleh Yusuf Prihartono yang fokus pada pemanfaatan Instagram oleh @lazismu_sragen, tampak bahwa kesamaan terletak pada upaya strategis dalam memaksimalkan fitur media sosial untuk menarik perhatian publik dan menyampaikan informasi zakat.⁵⁹

⁵⁹ Rifdaningsi and Mukhtar, “Analisis Manajemen Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infak, Dan Sedekah (Studi Pada Followers Akun Instagram

Sementara itu, penelitian Herman tentang strategi komunikasi ZIS di LAZNAS Daarut Tauhid Peduli menunjukkan keberhasilan penggunaan media sosial dilihat dari peningkatan signifikan dana yang terhimpun secara daring. Hal ini sejalan dengan temuan di BAZNAS Enrekang, di mana media sosial juga menjadi instrumen penting dalam mendongkrak capaian dana zakat yang ditargetkan mencapai Rp15,159 miliar.⁶⁰

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Suci Setiawan yang menekankan pada strategi promosi fundraising melalui media sosial oleh LAZIS-NU Ponorogo.⁶¹

Efektivitas penggunaan media sosial oleh BAZNAS Kabupaten Enrekang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat dapat juga dilihat dari dua indikator utama, yaitu pengukuran keterlibatan digital (digital engagement) dan peningkatan hasil penghimpunan zakat. Berdasarkan hasil wawancara, BAZNAS Enrekang melakukan pemantauan efektivitas media sosial melalui fitur analitik pada setiap platform, seperti jumlah jangkauan (reach), klik, like, dan share. Data tersebut menjadi ukuran sejauh mana konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian dan membangun interaksi dengan publik. Metode ini sejalan dengan pendekatan digital marketing modern yang menjadikan interaksi pengguna sebagai parameter utama dalam menilai efektivitas kampanye berbasis media sosial.⁶²

@lazismu_sragen.”

⁶⁰ Herman, “Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Melalui Media Sosial.”

⁶¹ Setiawan, “Strategi Promosi Melalui Media Sosialpada Lazis-Nu Kabupaten Ponorogo Dalam Meningkatkan Efektifitas Fundraising.”

⁶² Pradana, Bagas Fajri. *Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial dalam Penghimpunan Dana ZIS di LAZNAS Al-Irsyad Purwokerto*, Skripsi, IAIN Purwokerto, 2021, hlm. 45.

Efektivitas tersebut juga tercermin dari peningkatan jumlah muzakki dan akumulasi dana zakat setelah BAZNAS mulai aktif memanfaatkan platform digital. Digitalisasi yang dilakukan mencakup penggunaan alat sederhana seperti komputer, printer, dan koneksi internet, serta pengelolaan data muzakki melalui Google Sheets dan Google Drive. Selain itu, keberadaan sistem pembayaran digital seperti QRIS, transfer bank, dompet digital, dan web donasi memberikan kemudahan dalam transaksi zakat yang efisien dan aman. Inisiatif ini sejalan dengan pendapat Wahyuni yang menyatakan bahwa integrasi sistem pembayaran digital dengan strategi komunikasi media sosial mampu meningkatkan partisipasi zakat di kalangan masyarakat urban.⁶³

Namun, dalam implementasinya, efektivitas media sosial masih dihadapkan pada tantangan, yaitu keterbatasan sumber daya manusia dan alat pendukung produksi konten. Keterbatasan ini menghambat frekuensi dan kualitas publikasi, yang pada akhirnya dapat memengaruhi konsistensi penyampaian pesan. Untuk mengatasi hal tersebut, BAZNAS Enrekang melakukan langkah strategis dengan meningkatkan kapasitas SDM, menyediakan perlengkapan seperti kamera, ponsel pintar, kuota internet, serta mengakses aplikasi editing berbayar seperti Canva dan CapCut. Langkah ini menunjukkan pentingnya peningkatan kapasitas digital lembaga zakat dalam menjawab tantangan komunikasi modern.⁶⁴

Dengan demikian, penggunaan media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, baik melalui optimalisasi interaksi digital maupun kemudahan akses dalam pembayaran zakat. Digitalisasi menjadi elemen

⁶³ Wahyuni, Sri. "Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengumpulan Dana Zakat di Era Industri 4.0," *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, vol. 4, no. 1 (2022): 94.

⁶⁴ Nasution, M. A. "Transformasi Digital dalam Pengelolaan Zakat: Peluang dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 6, no. 2 (2020): 130.

strategis dalam membangun kepercayaan, memperluas jangkauan, dan memperkuat relasi antara lembaga zakat dan muzakki.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Solusi dan Inovasi BAZNAS Kabupaten Enrekang dalam Mengumpulkan Dana Zakat melalui Media Sosial.

Penelitian ini menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Enrekang telah berhasil menerapkan berbagai solusi dan inovasi digital dalam penghimpunan zakat, dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi secara efektif. Inovasi yang dikembangkan mencakup penggunaan platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, layanan chatbot WhatsApp, serta sistem pembayaran digital seperti QRIS, transfer bank, dan dompet digital. Langkah ini secara signifikan mempermudah proses pembayaran zakat oleh muzakki, sekaligus meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana zakat. Meskipun begitu, tantangan masih ada, terutama dalam hal keterbatasan sumber daya manusia dan alat dokumentasi, yang berdampak pada konsistensi produksi konten digital. Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM digital dan dukungan teknologi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan keberlanjutan inovasi ini.

2. Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Membayar Zakat

Media sosial terbukti menjadi sarana yang efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat. Melalui kampanye edukatif, penyajian konten yang kreatif, dan interaksi langsung dengan publik, BAZNAS Kabupaten Enrekang berhasil menjangkau lebih banyak masyarakat, terutama generasi muda yang akrab dengan platform digital. Strategi ini diperkuat oleh sistem pelaporan berkala, pencatatan yang berbasis bukti transaksi, serta evaluasi program yang rutin dilakukan untuk menjaga

akuntabilitas. Hasil ini juga selaras dengan temuan-temuan sebelumnya yang menekankan pentingnya digitalisasi sebagai faktor kunci dalam peningkatan kinerja lembaga pengelola zakat di era modern.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis akuntansi syariah dalam pengumpulan dana zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Enrekang, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Untuk meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat secara digital, BAZNAS Kabupaten Enrekang disarankan untuk meningkatkan kapasitas SDM dalam bidang teknologi dan media sosial, menyediakan sarana pendukung produksi konten, serta mengoptimalkan strategi komunikasi digital yang kreatif dan edukatif. Selain itu, penting untuk memperkuat sistem pelaporan berbasis digital guna menjamin transparansi, serta membangun kolaborasi dengan berbagai pihak eksternal demi memperluas jangkauan dan inovasi dalam kampanye zakat digital.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al- Karim

- Abdul Hamid, Damirah. "The Effectiveness of Zakat and Islamic Social Finance Management in Enhancing the Economic Well-Being of the Prepare City Community." *Internasional Jurnal* 9, no. 10 (2023).
- Alyusi. *Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, Dan Modal Sosial*. jakarta, 2021.
- Astuti, Nurkidam, and Zulfah. "Zakat Management System (Baznas) in Improving the Welfare of the Community of Enrekang District." *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 2021, 1–10.
- Ayunita, Ainun, Ardi Saputra, and Azizah Husin. "Jurnal Lingkar Pembelajaran Inovatif" 5 (2024): 89–98.
- Bagas Fajri Pradana. "Strategi Fundrasing Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto" 2, no. 6 (2023): 24–29.
- BAZNAS Badan Amil Zakat Nasional. *Standar Laboratorium Manajemen Zakat*. jakarta: Pusat Kajian Strategis-Badan Amil Zakat Nasional (puskas BAZNAS), 2021.
- Dr.Rulli Nasrullah, M. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya,Dan Sosioteknologi*. Bandung, 2022.
- Fransiska, I. "Strategi Pemanfaatan Platform Online Sebagai Media Pengumpulan Zakat Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Rokan Hilir Riau," 2021.
- Hasan, M.Ali. "Upaya Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Mal," 2021, 6.
- Herman. "Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Melalui Media Sosial," 2021, 38.
- Ismail, Ahmad Satori, and Dkk. *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*. Jakarta pusat: Badan Amil Zakat Nasional, 2021.
- Kaplan, A.M.,&Haenlein, M. "User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.,," 2010.
- Khaddafi, Muammar, Saparuddin Siregar, Muhamad Yamin Noch, S A Nurlaila, Si Hendra Harmain, Pd Sumartono, Ak Editor, and Arfan Ikhsan. *Akuntansi Syariah Meletakkan Nilai-Nilai Syariah Islam Dalam Ilmu Akuntansi*, 2020.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Mas'udi, Masdar Farid. "Integrasi Zakat Dan Pajak Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2021): 123–35.
- MASYITAH RIVANI. "Kampanye Zakat Melalui Media Sosial," 2022, 40.
- Miles, M.B. dan Huberman, A.M. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.

- Muhaemin Nabir, Iwan Wahyuddin, Sahrani. "Peran Akuntansi Zakat Pada Kantor Pusat Yayasan Indonesia Bandung." *Jurnal Lembaga Keuangan* 2, no. 2 (2020): 11–20.
- Muhammad Abu Zahra. *Zakat Dalam Perspektif Sosial*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 2022.
- Muin, Rahmawati. *Manajemen Pengelolaan Zakat*. Gowa: Pusaka Almaida, 2021.
- Narbuko, Cholid, and Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Nur Alam Bakhtir dan Ale Abdullah. *Panduan Praktis Zakat, Infak Dan Shadaqah*. Jakarta: : BAZNAS (BAZIS) DKI JAKARTA Gd. ., 2023.
- Nurhamida, Mahsyar Idris, Syahriyah Semaun. "Pengantar Manajemen Syariah." *Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024).
- Rifdaningsi, and Mukhtar yunus. "Analisis Manajemen Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infaq, dan Sedekah (Studi Pada Followers Akun Instagram @lazismu_sragen)." *Journal of Islamic Studies and Society* 1, no. 1 (2022): 34.
- Saefullah. *Manajemen Zakat: Teori Dan Praktek*. Jakarta, 2022.
- Setiawan, Suci. "Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Lazis-Nu Kabupaten Ponorogo dalam Meningkatkan Efisiensi Fundaraising," 2024.
- Shirky, Clay. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. The Penguin Press, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Wahyuni, Rahman Ambo Masse, and Rukiah. "Konsep Keadilan Dalam Zakat Pertanian Dan Zakat Profesi." *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2020): 89–101. <https://doi.org/10.35905/banco.v1i2.1336>.
- Yayat Sudrajat, Andi Muh.Illham Jaya. "Pemanfaatan Dana Zakat Oleh Badan Amil Zakat Nasional Dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin Di Kabupaten Bantaeng Provinsi Sulawesi Selatan," 2020.
- Zakat, Kementrian Agama Republik Indonesia Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan. *Panduan Zakat Praktis*. jakarta: Kementrian Agama Ri, 2020.
- Zulkifflil. *Panduan Praktis Memahami Zakat Infaq, Shadaqah, Wakaf Dan Pajak*. KALIMEDIA, 2020.



Lampiran 01 : Panduan Wawancara



Nama : Sartika
 Nim/Prodi : 2120203862202052/AKS
 Fakultas : Ekomoni dan Bisnis Islam
 Judul penelitian : Analisis Akuntansi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial Di Baznas Kabupaten Enrekang

INSTRUMEN PENELITIAN:

PEDOMAN WAWANCARA

PERTANYAAN

A. Pertanyaan Fokus Pada Solusi dan Inovasi BAZNAS Kab. Enrekang

a. Pemanfaatan Teknologi Digital

1. Apa saja teknologi digital yang digunakan dalam pengumpulan zakat?
2. Platform media sosial apa saja yang digunakan BAZNAS?
3. Bagaimana proses integrasi teknologi dalam sistem pengumpulan zakat di BAZNAS?
4. Apakah ada sistem pembayaran digital yang diterapkan?
5. Bagaimana sistem keamanan data muzakki yang diterapkan?

6. Bagaimana prosedur pencatatan dan pelaporan zakat digital?
- c. Program Pengembangan dan Inovasi
 1. Apa saja program unggulan dalam pengumpulan zakat?
 2. Bagaimana proses evaluasi efektivitas program?
 3. Apa saja inovasi terbaru yang sedang dikembangkan?
 4. Bagaimana sistem monitoring program zakat?
 5. Berapa target pengumpulan zakat yang ingin dicapai?

B. Pertanyaan Fokus Pada Efektivitas Penggunaan Media Sosial

- a. Strategi Media Sosial
 1. Platform media sosial apa saja yang digunakan BAZNAS?
 2. Bagaimana strategi konten yang diterapkan?
 3. Siapa yang mengelola media sosial BAZNAS?
 4. Berapa frekuensi posting konten di media sosial?
 5. Bagaimana proses pembuatan dan persetujuan konten?
- b. Evaluasi dan Pengembangan
 1. Bagaimana cara mengukur efektivitas media sosial?
 2. Apa saja investasi yang diperlukan untuk pengelolaan media sosial?
 3. Bagaimana strategi pengembangan media sosial ke depan?
 4. Apa target engagement media sosial yang ingin dicapai?

Mengetahui,
Pembimbing

Rini Purnamasari, M.Ak,
NIP. 19900124 202321 2 036

Lampiran 03 · Izin Meneliti



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 ☎ (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id



Lampiran 04: Surat Izin Penelitian PTSP


PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sudirman, Km 3 Pinang Telp./Fax (0420) 21079

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 73.16/1349/DPMPTSP/ENR/IP/V/2025

Berdasarkan Peraturan Bupati Enrekang nomor 73 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Enrekang Nomor 159 Tahun 2021 tentang Pendeklegasian Wewenang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang, maka dengan ini memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

SARTIKA

Nomor Induk Mahasiswa	:	2120203862202052
Program Studi	:	AKUNTANSI SYARI'AH
Lembaga	:	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Pekerjaan Peneliti	:	MAHASISWA
Alamat Peneliti	:	DUSUN LETOBARA
Lokasi Penelitian	:	BAZNAS KABUPATEN ENREKANG
Anggota/Pengikut	:	-

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka **MENYUSUN SKRIPSI** dengan Judul :

ANALISIS AKUNTANSI SYARIAH DALAM PENGUMPULAN DANA ZAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL DI BAZNAS KABUPATEN ENREKANG

Lamanya Penelitian : **2025-04-29 s/d 2025-06-29**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak memtaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Enrekang
06/05/2025 10:14:32
KEPALA DINAS,




Dr. Ir. CHAIDAR BULU, ST, MT
Pangkat: Pembina Utama Muda
NIP. 19750528 200212 1 005

Tembusan Kepada Yth :

1. Bupati Enrekang sebagai laporan
2. Kepala Bakesbangpol Kab. Enrekang
3. Desa/Lurah/Camat tempat meneliti
4. Mahasiswa ybs.


Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSxE) Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 05: Surat Selesai Meneliti



Lampiran 04: Identitas Informan**IDENTITAS INFORMAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ilham Kamba, S. ST. MP
Alamat : Enrekang
Jenis Kelamin : Laki-laki
Jabatan : Kepala Bidang I Pengumpulan BAZNAS Kab. Enrekang
Umur : 32
Menerangkan bahwa,
Nama : Sartika
Nim : 2120203862202052
Program Studi : Akuntansi Syariah

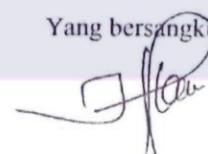
Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Analisis Akuntansi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial Di BAZNAS Kabupaten Enrekang ."

Demikianlah surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

PAREPARE

Parepare, 14/05/2025

Yang bersangkutan



Ilham Kamba, S. ST. MP

IDENTITAS INFORMAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Alda Amaliyah, S.Ak
Alamat : Enrekang
Jenis Kelamin : perempuan
Pekerjaan : Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kab. Enrekang
Umur : 29

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Analisis Akuntansi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial Di BAZNAS Kabu Enrekang"

Demikianlah surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya


Yang bersangkutan
Rizky Alda Amaliyah, S.Ak

PAREPARE

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul wahyuni, S.Ak
Alamat : Enrekang
Jenis Kelamin : perempuan
Pekerjaan : Staf Bidang administrasi dan keuangan BAZNAS Kab. Enrekang
Umur : 30

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Analisis Akuntansi Syariah Dalam Pengumpulan Dana Zakat Melalui Media Sosial Di BAZNAS Kabupaten Enrekang"

Demikianlah surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Yang bersangkutan
Nurul
Nurul wahyuni, S.Ak



Lampiran 05 : Dokumentasi Penelitian**Wawancara Pegawai Kantor Baznas Kabupaten Enrekang****Wawancara Pegawai Kantor Baznas Kabupaten Enrekang**



Lampiran 07 : Biodata Penulis**BIODATA PENULIS**

SARTIKA, lahir di Parombean pada tanggal 18 Februari 2002. merupakan putri dari pasangan Agus Salim dan Hasma. Pendidikan dimulai pada SDN 30 Parembaan. Setelah itu, melanjutkan pendidikan di MTs Al-Hikma Parombean, kemudian menempuh pendidikan menengah atas di SMA Muhammadiyah Kalosi. Pada tahun 2021, penulis diterima sebagai mahasiswa pada Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Skripsi yang berjudul "*Analisis Akuntansi Syariah dalam Pengumpulan Dana Zakat melalui Media Sosial di BAZNAS Kabupaten Enrekang*" ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntasi Islam (S.Akun) di IAIN Parepare.

