



**MANAJEMEN
PENGELOLAAN**

Zakat

**Berbasis Digital &
Pemberdayaan
Ekonomi**



**Dr. H. Rudy Haryanto, MM
Suaidi, M.S.I**



Editor : Harisah, SE,Sy, M.Sy

MANAJEMEN PENGELOLAAN *Zakat*

Berbasis Digital &
Pemberdayaan
Ekonomi

Mutakhir ini, pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi tidak bisa dipungkiri lagi di era milineal kali ini. Revolusi digital telah menjalar ke seluruh sisi kerja masyarakat bahkan masuk pada setiap sendi kehidupan manusia yang semuanya diupayakan akan berbentuk digitalisasi sebagai *intermediary* untuk mengubah transaksi masyarakat termasuk dalam pembayaran zakat. *Tren* baru yang ditawarkan dalam implementasi zakat bisa dilihat di medsos seperti *marketplace* (bisa lewat aplikasi Gojek, DANA, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan LinkAja, dll) dan lainnya. Tentu hal ini menuntut lembaga zakat terutama dalam manajemen pengelolannya untuk dapat beradaptasi dan mengadopsi skema-skema digital dalam proses pengumpulan zakat agar lebih efektif dan efisien.

Manajemen zakat pada Lembaga pengelola zakat sangat dibutuhkan kehadirannya untuk melahirkan ekonomi merata dan adil sehingga ekonomi masyarakat terberdaya dengan baik. Meningkatkan manajemen zakat dengan baik fungsi sosialnya sangat tinggi karena dapat menghilangkan rasa iri dan dengki dari kalangan kaum dhuafa (*mustahiq*) kepada kaum kaya (*muzakki*) karena dengan membagi zakat secara merata dan adil berarti dapat mensinergikan ekonomi kaum dhuafa dengan kaum kaya dan bisa mendatangkan rasa saling menghargai dan saling membutuhkan. Pemberdayaan manajemen zakat tersebut diarahkan guna meningkatkan ekonomi masyarakat secara produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi dan pendapatan yang lebih besar.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan kata kunci dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat, untuk itu pola manajemen pemberdayaan dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat. Pola manajemen pemberdayaan yang tepat sasaran sangat diperlukan bentuk penyalur yang tepat untuk memberikan kesempatan kepada kelompok miskin untuk merencanakan dan melaksanakan program pembangunan yang telah mereka tentukan. Disamping itu masyarakat juga diberikan kekuasaan untuk mengelola dananya sendiri, baik yang berasal dari pemerintah maupun pihak amil zakat. Inilah yang membedakan antara partisipasi masyarakat dengan pemberdayaan masyarakat.

Buku ini memberi solusi bagaimana pemberdayaan ekonomi dilakukan melalui manajemen pengelolaan zakat yang berbasis digital. Untuk itu, diharapkan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui Manajemen lembaga zakat berbasis digital ini merupakan upaya yang sangat urgen dan sangat efektif untuk meningkatkan kemampuan dan potensi kegiatan ekonomi masyarakat guna memenuhi kebutuhan hidup serta meningkatkan kesejahteraan mereka dan dapat berpotensi membangkitkan proses pembangunan nasional.

MANAJEMEN PENGELOLAAN ZAKAT BERBASIS DIGITAL & PEMBERDAYAAN EKONOMI

Dr. H. Rudy Haryanto, MM.
Suaidi, M.S.I.



PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

**MANAJEMEN PENGELOLAAN ZAKAT
BERBASIS DIGITAL & PEMBERDAYAAN EKONOMI**

Penulis : Dr. H. Rudy Haryanto, MM.
Suaidi, M.S.I.

Editor : Harisah, SE,Sy, M.Sy.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Via Maria Ulfah

ISBN : 978-623-487-747-2

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, NOVEMBER 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi :
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Buku ini yang berjudul “Manajemen Pengelolaan Zakat Berbasis Digital & Pemberdayaan Ekonomi” dengan tepat waktu. Buku ini disusun atas kerjasama dari berbhagai pihak. Oleh karenanya, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak yang telah mendukung penyusunan buku ini sehingga dapat terbit ke khalayak pembaca.

Dalam Islam zakat termasuk salah satu rukun Islam yang harus diimani, dimana kedudukannya sangat penting bagi umat muslim di muka bumi. Dengan zakat manusia mampu membersihkan harta bedanya dari hak-hak yang bukan miliknya. Maka dari itu, zakat tidak boleh dianggap remeh, karena hal tersebut merupakan perintah dari Allah SWT.

Zakat merupakan ibadah maliyah yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi yang tinggi terhadap karunia Allah. Selain itu, zakat juga memiliki nilai solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan Islam. Zakat sebagai rukun Islam ketiga yang diwajibkan di Madinah pada bulan Syawal tahun kedua Hijriyah pasca puasa ramadhan karena zakat dalam prinsip rasul adalah salah satu solusi yang cukup rasional untuk menghindari dari keterpurukan ekonomi masyarakat di Arab waktu itu.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, perlu kita sadari bahwa zakat merupakan hal yang penting bagi umat muslim. Maka dari itu, penulis melihat kebutuhan akan pengetahuan mengenai pengelolaan zakat yang harus dipahami dan dimengerti oleh setiap umat muslim, sehingga bukan hanya segelintir orang saja yang memahaminya. Namun secara kesadaran diri semuanya perlu untuk memahaminya. Apalagi dengan teknologi yang sudah canggih mampu melakukan zakat dengan serba digital, sehingga mempermudah melakukannya dimana saja. Buku ini disusun untuk membantu memberikan pemahaman kepada para pembaca

untuk mengenal lebih dalam mengenai pengelolaan zakat berbasis digital & pemberdayaan ekonomi.

Terima kasih atas kerjasama dalam penyusunan buku ini. Penulis sangat menyadari banyaknya keterbatasan kesempatan maupun hal lainnya untuk kesempurnaan penyusunan dan penulisannya. Penulis berharap semoga buku ini dapat bermanfaat untuk semua kalangan, khususnya untuk umat muslim sendiri dan para peneiti yang akan melakukan peneitian di bidang sama. Terima kasih atas segala perhatiannya.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 KONSEP ZAKAT PERPEKTIF EKONOMI.....	1
A. Urgensitas Eksistensi Zakat.....	1
B. Pengertian Zakat.....	2
C. Skala Prioritas Penerima Zakat	4
D. Zakat Perspektif Undang-Undang.....	8
E. Zakat Perpektif Ekonomi	12
F. Zakat Sebagai Instrumen Makroekonomi	12
G. Zakat Sebagai Instrumen Mikroekonomi	15
H. Problematika Zakat dalam Ekonomi Islam.....	18
BAB 2 ZAKAT DAN STABILITAS EKONOMI DALAM AL-QUR'AN.....	21
A. Keistimewaan Zakat dalam Al-Qur'an.....	21
B. Zakat Bagian dari Manifestasi Jihad	23
BAB 3 KONSEP MANAJEMEN ZISWAK.....	25
A. Pengertian Manajemen ZISWAK.....	25
B. Manajemen Distribusi Zakat	30
BAB 4 STRATEGI LAYANAN E-COMMERCE PENGELOLAAN ZAKAT.....	38
A. Pengertian E-Commerce	38
B. Layanan Pengelolaan Zakat Berbasis Digital.....	41
BAB 5 PENGADAAN SUMBER DAYA INSANI PENGELOLAAN ZAKAT.....	47
A. Konsep Pengadaan Sumber Daya Insani.....	47
B. Strategi Pengadaan Sumber Daya Insani Lembaga Pengelolaan Zakat	51
BAB 6 STRATEGI PROMOSI PENGELOLAAN ZAKAT	54
A. Konsep Promosi.....	54
B. Strategi Promosi Lembaga Pengeloaan Zakat.....	59
BAB 7 PEMBERDAYAAN EKONOMI BERBASIS ZAKAT	60
A. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi.....	60
B. Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Zakat	63
C. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Zakat	69

BAB 8 DIGITALISASI ZAKAT PADA PEMEBRDAYAAN
EKONOMI.....71
DAFTAR PUSTAKA74
TENTANG PENULIS.....78

BAB

1

KONSEP ZAKAT PERPEKTIF EKONOMI

A. Urgensitas Eksistensi Zakat

Term zakat merupakan pembahasan yang sangat penting belakangan ini, karena orientasi zakat dibangun untuk menumbuhkan rasa persaudaraan dan cinta pada sesama. Tujuan zakat selain mempererat rasa solidaritas juga mampu menyetarakan dari kotornya harta yang dimiliki. Zakat merupakan ibadah *maliyah* yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi yang tinggi terhadap karunia Allah. Selain itu, zakat juga memiliki nilai solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan Islam. Zakat sebagai rukun Islam ketiga yang diwajibkan di Madinah¹ pada bulan Syawal tahun kedua Hijriyah pasca puasa ramadhan karena zakat dalam prinsip rasul adalah salahsatu solusi yang cukup rasional untuk menghindari dari keterpurukan ekonomi masyarakat di Arab waktu itu.²

Eksistensi zakat sebagai salahsatu alternatif konstruktif dalam memecah kebuntuan dari sektor ekonomi masyarakat ditengah tantangan global semakin kompleks saat ini. Keadaan ekonomi masyarakat cenderung menguat faktor zakat. Dengan adanya pendistribusian zakat maka tidak bisa dipungkiri perannya terhadap ekonomi masyarakat yang lemah semakin

¹ Ketika ayat zakat turun di Mekkah menghimbau kepada orang mukmin untuk mendistribusikan zakat kepada mustahik dan ada perhatian khusus kepada mereka untuk kesejahteraannya. Sudirman, *Zakat dalam Pusaran Arus Modernitas*, (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 36.

² Suaidi, *Ekonomi Islam dalam al-Qur'an*, (Pamekasan: Duta Media, 2019), hlm 146-153.

terasa dan terbukti. Oleh sebab itu, penting dengan adanya lembaga pengumpul zakat agar zakat terdistribusi dengan cepat dan tepat kepada para *mustahik*. Hal ini dilakukan untuk membantu masyarakat yang delapan ashnaf.³

B. Pengertian Zakat

Zakat adalah sarana ibadah yang memiliki urgensi sangat tinggi, bukan saja karena wajib hukumnya bagi umat Islam, tetapi makna dari urgensi ibadah ini begitu luas. Mencakupi nilai ketauhidan, umanisme, *habluminallah* dan *hablumminannas*. Urgensi pada nilai ketauhidan, pihak muzaki akan mendapat kedudukan yang tinggi di sisi Allah Swt hingga menjadi manusia rabbani yakni manusia yang ikhlas menyembah dan beriman kepada Allah dan terlepas dari sifat yang hanya mementingkan cinta pada harta duniawi. Selain itu zakat juga bentuk ungkapan rasa syukur atas nikmat dan rejeki yang dimiliki umat muslim kepada Allah. Sehingga zakat akan mempererat serta dapat mengkokohkan hubungan umat manusia dengan Allah Swt.⁴

Zakat dalam ibadah *hablumminannas* sebab manfaat zakat bisa diperoleh langsung bagi para muzaki maupun mustahik. Apabila zakat dilaksanakan dan dikelola dengan sungguh-sungguh maka dampak positif yang diperoleh bagi muzaki dapat meningkatkan kualitas keimanan, mensucikan jiwa, membersihkan harta dan bisa memberkahkan rezeki yang diperoleh. Sedangkan bagi mustahik dapat meningkatkan kesejahteraan bersama sebab dengan zakat para mustahik dapat terbantu dalam memenuhi kebutuhan, dapat

³ Dalam fikih, ada perselisihan pendapat dalam skala penerima zakat. Ada yang megutamakan fakir dan ada pula lebih penting miskin yang menerima zakat sebelum fakir. Sebagaimana pendapat Ulama Syafi'iyah dan Hambali berpendapat bahwa fakir itu lebih susah dari miskin. Karena dorongan QS. At-Taubah: 60 yang menyebutkan kata *al-fuqara* lebih awal dari pada kata *almasakin*. Ulama lainnya berpendapat miskin lebih parah dari fakir. *Al Mawsu'ah Al Fiqhiyah*, Juz 2, 8252.

⁴ Basyirah Mustarin, Urgensi Pengelolaan Zakat Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat, *Jurnal Jurisprudentie* Volume 4, Nomor 2 (Desember 2017), 90.

BAB 2

ZAKAT DAN STABILITAS EKONOMI DALAM AL-QUR'AN

Zakat merupakan ibadah *maliyah* yang mempunyai dimensi dan fungsi sosial ekonomi atau pemerataan karunia Allah dan juga memiliki nilai solidaritas sosial, pernyataan rasa kemanusiaan dan keadilan, pembuktian persaudaraan Islam. Zakat sebagai rukun Islam ketiga yang diwajibkan di Madinah pada bulan Syawal tahun kedua Hijriyah pasca puasa ramadhan.³⁰

وَاقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاٰكِعِيْنَ

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

A. Keistimewaan Zakat dalam Al-Qur'an

Dari ayat di atas menyatakan bahwa kata zakat sering kali beriringan dengan kata shalat. Jadi, zakat menjadi satu-satunya ibadah yang menjadi prioritas diperintahkan dan harus dilaksanakan. Sebagaimana juga ayat berikut:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling. (QS. Al-Baqarah: 83)

³⁰ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009). Hlm. 408.

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۗ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ
عِنْدَ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan **bagi** dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Alah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Baqarah: 110)

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
أَمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ ۖ وَآتَى الْمَالَ عَلَى
حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ ۖ وَالسَّابِلِينَ وَفِي
الرِّقَابِ ۖ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ ۖ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا ۗ
وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ
صَدَقُوا ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya: Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa. (QS. Al-Baqarah: 177)

Dalam ayat yang lain Allah berfirman

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ لَهُمْ
أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. (QS. Al-Baqarah: 277)

BAB 3

KONSEP MANAJEMEN ZISWAK

A. Pengertian Manajemen ZISWAK

Menurut Stoner yang dikutip oleh T. Hani Handoko pada buku Manajemen Edisi 2, manajemen merupakan proses pengaturan dalam usaha dan bisnis bagi anggota atau karyawan perusahaan serta organisasi dalam penggunaan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Proses tersebut meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengawasan.³¹

Muhammad Abdul Jawwad berpendapat bahwa manajemen ialah kemampuan seseorang dalam rangka kegiatan mengatur, menertibkan, mengawasi dan berpikir sehingga dapat menyusun, menata, merapikan dan mengetahui skala prioritas mengenai hal-hal penting di sekitar sehingga hidup yang dijalani selalu serasi, seimbang dan sejalan dengan yang lain.³²

Menurut Richard L. Daft, manajemen dapat diartikan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian sumber daya organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang diinginkan oleh perusahaan maupun organisasai secara efisien, efektif dan tepat.³³

Manajemen adalah suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk

³¹T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2*, (Yogyakarta: BPFE,2003), 8.

³² Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), 119.

³³ Richard L. Daft, *Management (Terj) Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 6.

menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.³⁴

Narasi manajemen minimal memiliki lima fungsi, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengoordinasian, dan pengawasan. Kelima fungsi ini sangat penting dalam menjalankan semua kegiatan. Semua ini dimaksudkan agar kegiatan apa pun yang dilakukan oleh lembaga dapat berjalan dengan baik sehingga tujuan yang ditetapkan tercapai.³⁵

Manajemen dapat dipahami sebagai ilmu pengetahuan tentang seni dalam mengatur sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan maupun pengendalian sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Manajemen dalam pandangan Islam tidak jauh berbeda dengan pandangan manajemen secara umum. Hanya saja perbedaan dapat dilihat dari sisi perencanaan, pengorganisasian dan model kontroling yang diterapkan. Perencanaan dalam manajemen Islam terbagi menjadi dua kategori, yaitu perencanaan jangka pendek yang mencakupi urusan duniawi sedangkan perencanaan jangka panjang untuk urusan duniawi sampai akhirat sehingga perencanaan dalam manajemen Islam juga ditujukan untuk mencapai kehidupan akhirat. Seperti penjelasan yang terdapat dalam Al-qur'an;

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang Telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Hasyr: 18).

Pengorganisasian dalam manajemen Islam menjelaskan bahwa hubungan dalam organisasi meliputi hubungan vertikal yakni hubungan antara karyawan dan pimpinan, adapun

³⁴ Suaidi, *Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Halaman Indonesia), 123

³⁵ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal watTamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm. 185.

BAB 4 | STRATEGI LAYANAN E-COMMERCE PENGELOLAAN ZAKAT

A. Pengertian E-Commerce

Menurut Shabur Mifta Maulana, *E-Commerce* merupakan suatu proses menjual dan membeli produk secara *online* dengan media komputer atau *smartphone* sebagai perantara transaksi bisnis. Ada beberapa kelebihan *E-Commerce* jika dibandingkan dengan transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*, yaitu banyaknya jenis dan variasi produk yang dipasarkan, dijual melalui internet, pemesanannya dapat dilakukan melalui *email*, telpon, sms, dan lain-lain, metode pembayaran yang praktis, pengiriman dapat melalui jasa kurir, dan pelayanannya dilakukan oleh *customer service* melalui *email*, *contact us*, telpon, *chat*, dan apapun yang tersedia dalam *software*.⁶²

Sistem aktifitas secara *online* semakin berkembang dan mempengaruhi struktur industri serta merevolusi cara bertransaksi dalam bisnis. Di era global ini baik penjual maupun pembeli yang melibatkan diri dalam *e-commerce* memiliki kemampuan untuk bertransaksi kapan pun dan dimana pun berada sebab adanya *e-commerce* ini telah menghilangkan hambatan-hambatan geofisika.⁶³ Secara bertahap kehadiran *e-commerce* membuat banyak perusahaan dapat memasuki pasar global dengan mudah dan bersifat *realtime*. Setiap pelaku bisnis dapat saling menjalin hubungan dengan mudah serta dapat menjalin hubungan dengan

⁶² Deni Apriadi, Arie Yandi Saputra, "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian", *Jurnal Resti* 01, no: 02 (2017): 132.

⁶³ Mahir Pradana, "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia", *Jurnal Neo-bis* 09, no: 02 (Desember 2015): 36.

konsumen secara langsung. Sistem *e-commerce* telah membawa banyak perubahan dalam berbisnis seperti turunnya biaya interaksi antara pembeli dan penjual, interaksi antara penjual dan pembeli semakin mudah tanpa adanya batasan waktu dan tempat, memiliki banyak alternatif dan metode promosi yang mudah, dapat memperluas pasar hingga meningkatkan kinerja pemasaran tanpa harus mengeluarkan biaya besar, transparansi bisnis dan kemudahan memberikan pelayanan kepada konsumen.⁶⁴

Menurut Hoffman dan Fodor, *e-commerce* dapat berjalan dengan baik jika memenuhi prinsip 4C, yaitu *connection* (koneksi), *creation* (penciptaan), *consumption* (konsumsi), dan *control* (pengendalian). Sedangkan menurut De Lone dan Mc Lean ada 6 dimensi keberhasilan sistem informasi yang bisa diterapkan juga pada *e-commerce*, di antaranya kualitas sistem dalam lingkungan internet, kualitas informasi dalam menangkap isu konten *e-commerce*, kualitas layanan, penggunaan situs web, kepuasan pengguna, dan manfaat. Unsur manfaat ini pun sangat penting untuk menangkap keseimbangan dampak positif dan negatif dari *e-commerce* pada pengguna secara keseluruhan.⁶⁵

Dalam melakukan pemasaran *online*, terdiri atas cara pemasaran *online* pasif dan cara pemasaran *online* aktif. Menggunakan pemasaran *online* pasif berarti sebuah perusahaan membangun sebuah *website* yang menyediakan informasi kepada pelanggan tanpa melakukan kegiatan yang signifikan untuk menjangkau pelanggan. Sedangkan pemasaran *online* aktif yaitu perusahaan berusaha untuk mencapai pembeli-pembeli potensial di *internet*. Dengan mengambil keuntungan dari teknologi *internet*, perusahaan

⁶⁴ Deddy Prihadi, Agnes Dwita Susilawati, "Pengaruh Kemampuan E-Commerce Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran", Jurnal Manajemen Dan Bisnis 03, no. 01, (Juni 2018): 16.

⁶⁵ Mahir Pradana, "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia", Jurnal Neo-bis 09, no: 02 (Desember 2015): 34-35.

BAB 5

PENGADAAN SUMBER DAYA INSANI PENGELOLAAN ZAKAT

A. Konsep Pengadaan Sumber Daya Insani

Pengelolaan sumber daya manusia adalah adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang efektif dan efisien. Dasar pengadaan SDM: 1) Analisis pekerjaan (*job anlysis*); 2) Uraian pekerjaan (*job description*); 3) Spesifikasi pekerjaan (*job specification*); 4) Evaluasi pekerjaan (*job evaluation*); 5) Persyaratan pekerjaan (*job requirement*). Sedangkan fungsi pengadaan tenaga kerja, meliputi kegiatan: 1) Rekrutmen; 2) Seleksi; 3) Pelatihan; 4) Kompensasi.

1. Rekrutmen

Rekrutmen merupakan proses pendapatkan sejumlah karyawan yang berkualitas untuk menduduki suatu jabatan atau pekerjaan dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, untuk menemukan kebutuhan karyawan, perusahaan dapat melakukan ekspansi besar-besaran untuk menarik banyak pelamar.⁸⁴

Rekrutmen juga dapat diartikan ebagai suatu proses untuk mencari calon pegawai, karyawan, buruh, manajer atau tenaga kerja baru untuk memenuhi kebutuhan SDI organisasi atau perusahaan. Dalam tahap ini diperlukan analisis jabatan yang ada untuk membuat deskripsi/*job Description* dan juga spesifikasi/*job Specification*.

⁸⁴ Prof. Dr. Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Human Capital Management. Manajemen Sumber Daya Insani*, h. 147

Menurut Hadari, rekrutmen adalah proses mendapatkan sejumlah calon tenaga kerja yang berkualitas untuk jabatan/pekerjaan utama di lingkungan suatu organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut Ernie dan Kurniawan, Rekrutmen adalah upaya perusahaan untuk mendapatkan tenaga kerja yang diperlukan sesuai dengan kualifikasi yang telah ditetapkan dalam perencanaan tenaga kerja. Menurut Stoner dkk, rekrutmen sebagai suatu proses pengumpulan calon pemegang jabatan yang sesuai dengan rencana sumber daya insani untuk menduduki suatu jabatan tersebut.⁸⁵

Dalam rekrutmen pegawai dibutuhkan setidaknya dua syarat yaitu: “kuat dan amanah”.⁸⁶ *Pertama*, memiliki kekuatan meliputi kuat aqidah (*quatul aqidah*), cerdas (*quatul fkr*), wawasan jauh kedepan (*tsaqofah*), cerdas hati nuraninya (*quatul ruhiyah*) dan bekerja profesional (*itqon*). Seorang pegawai yang memiliki kekuatan aqidah sudah dapat dipastikan akan tertanam dalam dirinya merasa dipantau (*muroqobah*) oleh Sang Pencipta. Dengan tertanamnya rasa dipantau dalam bekerja, maka akan melahirkan pribadi rajin dan ulet bekerja baik ada atasannya maupun dalam kesendirian, karena menjalankan tugas sebagai kewajiban pribadi. melaksanakan tugas dan fungsi yang diberikan kepadanya. Karena, faktor amanah sangat dibutuhkan sebagai kontribusi nyata mewujudkan pemerintahan yang bersih (*good governance*). Kepercayaan masyarakat tidak terlepas sejauhmana para abdi Negara mampu menjalankan tugas yang diembangkannya melalui kerja jujur, disiplin dan bertanggung jawab.

⁸⁵ Prof. Dr. Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Human Capital Management. Manajemen Sumber Daya Insani*, h. 148

⁸⁶ Dr. H. Abdul Hakim, SE, M. Si, Si, *Dinamika Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi (Pendekatan Konvensional dan Nilai-Nilai Islami)*, (Semarang: EF Press Digimedia, 2014), h.51-52

BAB 6

STRATEGI PROMOSI PENGELOLAAN ZAKAT

A. Konsep Promosi

Menurut Swastha dan Irawan (2001:349) Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.⁹⁴

Promosi merupakan suatu kegiatan yang berupaya memberitahu pasar sasaran tentang produk yang tepat. Promosi meliputi penjualan tatap muka (*personal selling*), penjualan masal (*mass selling*), dan promosi penjualan (*sales promotion*).⁹⁵

Promosi yaitu kegiatan mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung-ujungnya dibeli atau dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri.⁹⁶

Promosi atau komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Intinya, promosi atau komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.⁹⁷

⁹⁴ Basu, Swastha, & Irawan, 2001, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty. Yogyakarta. Hlm 349

⁹⁵ McCarthy dan Perreault, *Intisari Pemasaran...*, h. 55.

⁹⁶ Husein Umar, *Studi Kelayakan...*, h. 73.

⁹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen...*, h. 172.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.⁹⁸

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Oleh karena itu *promosi* dipandang sebagai: *arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.*⁹⁹

Strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.¹⁰⁰

Untuk mengkomunikasikan produk perlu disusun suatu strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi (*Promotion-Mix*) yang terdiri atas 4 (empat) komponen utama yaitu:

Pertama: Periklanan (*advertising*). Iklan merupakan sarana promosi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti: 1) Pemasangan *billboard* di jalan, tempat atau lokasi yang strategis.; 2) Pencetakan brosur untuk ditempel atau disebar di setiap

⁹⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Salemba Empat, Edisi 3, 2013, h. 178.

⁹⁹ Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, Yogyakarta: Liberty, Edisi 3, 1988, h. 222.

¹⁰⁰ Lidya Mongi, L. Mananeke, A. Repi, “Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado”. EMBA. Vol 1 No.4, 2013, h. 2338

BAB 7

PEMBERDAYAAN EKONOMI BERBASIS ZAKAT

A. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi

Pemberdayaan menurut bahasa berasal dari kata daya yang berarti tenaga/ kekuatan, proses, cara, perbuatan memberdayakan.¹⁰⁶ Pemberdayaan adalah upaya yang membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya.

Pemberdayaan diarahkan guna meningkatkan ekonomi masyarakat secara produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi dan pendapatan yang lebih besar. Upaya peningkatan kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah paling tidak harus ada perbaikan akses terhadap empat hal, yaitu akses terhadap sumber daya, akses terhadap teknologi, akses terhadap pasar dan akses terhadap permintaan.

Ekonomi masyarakat adalah segala kegiatan ekonomi dan upaya masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (*basic need*) yaitu sandang, pangan, papan, kesehatan dan pendidikan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan satu upaya untuk meningkatkan kemampuan atau potensi masyarakat dalam kegiatan ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidup serta meningkatkan kesejahteraan mereka dan dapat berpotensi dalam proses pembangunan nasional.

¹⁰⁶ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 242

Dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat, pola pemberdayaan yang tepat sasaran, sangat diperlukan, bentuk yang tepat adalah dengan memberikan kesempatan kepada kelompok miskin untuk merencanakan dan melaksanakan program pembangunan yang telah mereka tentukan. Disamping itu masyarakat juga diberikan kekuasaan untuk mengelola dananya sendiri, baik yang berasal dari pemerintah maupun pihak amil zakat, inilah yang membedakan antara partisipasi masyarakat dengan pemberdayaan masyarakat. Perlu difikirkan siapa sesungguhnya yang menjadi sasaran pemberdayaan masyarakat, sesungguhnya juga memiliki daya untuk membangun, dengan ini *good governance* yang telah dielu-elukan sebagai suatu pendekatan yang dipandang paling relevan, baik dalam tatanan pemerintahan secara luas maupun dalam menjalankan fungsi pembangunan. *Good governance* adalah tata pemerintahan yang baik merupakan suatu kondisi yang menjalin adanya proses kesejahteraan, kesamaan, kohesi dan keseimbangan peran, serta adanya saling mengontrol yang dilakukan komponen pemerintah, rakyat dan usahawan swasta.¹⁰⁷

Ada dua upaya agar pemberdayaan ekonomi masyarakat bisa dijalankan, diantaranya *pertama*, mempersiapkan pribadi masyarakat menjadi wirausaha. Karena kiat Islam yang pertama dalam mengatasi masalah kemiskinan adalah dengan bekerja. Dengan memberikan bekal pelatihan, akan menjadi bekal yang amat penting ketika akan memasuki dunia kerja.¹⁰⁸

Program pembinaan untuk menjadi seorang wiraswasta ini dapat dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan, diantaranya dengan memberikan bantuan motivasi moril. Bentuk motivasi moril ini berupa penerangan tentang fungsi, hak dan kewajiban manusia dalam hidupnya yang pada intinya manusia diwajibkan beriman, beribadah, bekerja dan

¹⁰⁷ Mardi Yatmo Hutomo, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Adiyana Press, 2000), hal 1-2

¹⁰⁸ Ibid

BAB 8 | DIGITALISASI ZAKAT PADA PEMEBRDAYAAN EKONOMI

Mutakhir ini, pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi tidak bisa dipungkiri lagi. Revolusi digital telah menjangkau ke seluruh titik kinerja masyarakat bahkan masuk pada setiap sendi kehidupan manusia yang semuanya diupayakan berbentuk digitalisasi sebagai *intermediary* untuk mengubah transaksi masyarakat termasuk dalam pembayaran zakat. Tren baru yang ditawarkan dalam implementasi zakat bisa dilihat di medsos seperti *marketplace* (bisa lewat aplikasi Gojek, DANA, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan LinkAja, dll) dan lainnya. Tentu hal ini menuntut lembaga zakat untuk beradaptasi dan mengadopsi skema-skema digital dalam proses pengumpulan zakat agar lebih efektif dan efisien.

Pengelolaan zakat yang masih konvensional membuat potensi zakat yang besar belum tergarap. Padahal, jika dikelola lebih modern sesuai prinsip filantropi dengan tetap memperhatikan kaidah agama, zakat bisa digunakan sebagai pengungkit kesejahteraan umat. Karena itu, adaptasi pemberi, pengelola, dan penerima zakat dengan teknologi dan sistem modern perlu dipercepat.

Efektifitas dan efisiensi waktu melalui transformasi digital dapat lebih efektif dan efisien karena mampu menjangkau muzaki secara lebih luas dan mampu memudahkan muzaki dalam menunaikan zakatnya. Digitalisasi juga dapat meningkatkan transparansi dalam pengelolaan dan penyaluran zakat sehingga akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap organisasi pengelola zakat.

Digitalisasi Zakat memberikan manfaat besar yaitu digital finance membuat pengumpulan dan pengelolaan zakat lebih efisien, transparan dan masif, mengurangi biaya dalam transaksi, mampu menjangkau masyarakat termasuk generasi milenial, dan mampu meningkatkan keamanan pengumpulan dan pengelolaan zakat secara nasional.”¹ “Zakat memiliki potensi yang sangat signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.”² Dengan kata lain, pemberdayaan zakat yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan implementasinya selayaknya menjadi prioritas utama. Selain itu, “Perkembangan teknologi yang memasuki Era transformasi Teknologi 4.0, diharapkan lembaga zakat mampu menerapkan efisiensi dan efektivitas pada pelaksanaan operasional pengelolaan zakat.”¹²⁶

Misalnya, BAZNAS mencanangkan pengumpulan ZIS-DSKL nasional hingga 50T di tahun 2025 melalui peningkatan kinerja zakat nasional 20% dan upaya pengadministrasian ZIS-DSKL informal di masyarakat. Salah satu jalan keluar untuk melakukan optimalisasi pengumpulan zakat ini yaitu melalui digitalisasi. Penerimaan zakat melalui website BAZNAS semakin optimal di 2020, dalam hal ini website BAZNAS semakin diminati oleh muzaki untuk menunaikan zakatnya.

Ada beberapa manfaat dalam praktik digitalisasi zakat, diantaranya:

1. Memudahkan Muzaki untuk Bayar Zakat kapan saja dan di mana saja.
2. Memudahkan Amil untuk membuat laporan keuangan zakat secara transparan dan memiliki bukti transaksi.
3. Lembaga Pengelola Zakat bisa menyalurkan dana zakat lebih cepat ke mustahiq.¹²⁷

¹²⁶ Pertiwi Utami, dkk, Refleksi Hukum Zakat Digital Pada Baznas Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik, Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan Volume 11 Nomor 1 Maret 2020, 54. Bisa dilihat juga kajian tentang digitalisasi zakatnya Natalia Monjelat and Siti Jamila, ‘Analisis Efisiensi & Efektivitas Zakat Payroll System Dan Zakat Digital Terhadap Penerimaan Zakat Pada BAZNAS Periode 2016-2017’, Director, 2018, 1-104. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>

¹²⁷ Lihat di <https://www.dompetdhuafa.org/id/berita/detail/bayar-zakat-online>, diakses pada Hari Rabu, 03 Oktober 2021

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Rahmi dkk, *HDR Syariah: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2014
- Adrian Sutawijaya dan Etty Puji Lestari, "Efisiensi Teknik Perbankan Indonesia Pasca Krisis Ekonomi", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol 10, No.1, (Juni 2009)
- Afrizal. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pres, 2014.
- Aji Supriyanto, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2005
- Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat*. Semarang: BPI Ngaliyan, Agustus 2015
- Ambok Pangiuk, *Pengelolaan Zakat Di Indonesia*,. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020
- Atabaik, Ahmat, "Menejemen Pengelolaan Zakat yang efektif di Era Komtemporer.," *Ziswaf* 02 (1 Juni 2015)
- Asmara, Chandra Gian. "Potensi Zakat Rp 252 T, Masuk Baznas Cuma Rp 8,1 T." syariah. Diakses 17 November 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20190516152005-29-72968/potensi-zakat-rp-252-t-masuk-baznas-cuma-rp-81-t>.
- Atabik, Ahmad. "Manajemen Pengelolaan Zakat Yang Efektif Di Era Kontemporer" 2, no. 1 (2015): 23.
- Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia*, 2016
- Basu, Swastha, & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta. 2001
- Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010
- Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani, 2004
- Dr. H. Abdul Hakim, SE, M. Si, Si, *Dinamika Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi (Pendekatan Konvensional dan Nilai-Nilai Islami)*. Semarang: EF Press Digimedia, 2014
- Faozan Amar (edt), *Pedoman Zakat Praktis*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2009
- Fitwi Luthfiyah, *Manajemen Perpustakaan Dalam Meningkatkan Layanan Perpustakaan*", *Jurnal El-Idare*, Vol 1, No. 2, Desember 2015

- Haidir, M. Samsul. "Revitalisasi Pendistribusian Zakat Produktif Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Era Modern." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (8 Agustus 2019): 57-68. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v10i1.57-68>.
- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu- Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010
- Husein Umar., *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi III. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Imam Al Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*. Jakarta: Pustaka Amani, 1986
- James L. Gibson, dkk. *Organisasi (Perilaku, Struktur dan proses)* terjemahan Agus Dharma, Jakarta: Erlangga, 2001
- Mochlasin, *Manajemen Zakat Dan Wakaf Di Indonesia*. Jawa Tengah: STAIN Salatiga Press, Juni 2014
- Lidya Mongi, L. Mananeke, A. Repi, "Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado". EMBA. Vol 1 No.4, 2013
- Mardi Yatmo Hutomo, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Adiyana Press, 2000
- Moleong, J Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Mubasirun. "Distribusi Zakat & Pemberdayaan Ekonomi Umat." *Inferensi* 07, no. 02 (Des 2013).
- Meldono, SE., MM., Ak., *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Integratif*. Malang: UIN Malang Pres, 2009.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005
- Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Jakarta: UPP STIM YKPN, 2005
- Murti dan Salamah, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2005
- Nordiawan dan Hetianti, *Akuntansi Sektor Publik*, Jakarta: Salemba Empat, 2010
- Novita, Dian. "Zakat Menurut UU Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat." *Jurnal Jendela Hukum* 3 (2016): 6.
- Nugroho, Adi Sulisty. *e-Commerce: Teori & Implementasi*. Jogjakarta: Ekuilibrita, 2016.

- Nurhadi. "(PDF) Adopsi Electronic Commerce Teori Praktek dan Implikasi pada Usaha Kecil dan Menengah." Diakses 17 November 2019. https://www.researchgate.net/publication/324128292_Ado psi_Electronic_Commerce_Teori_Praktek_dan_Implikasi_pa da_Usaha_Kecil_dan_Menengah.
- Nur Jamaludin, *Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang*. <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MAZAWA/article/view/416>
- Philip Kotler dan A.B.Susanto, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, edisi 1, 2001
- Praja, Tetuko Lugas Edhita. "Analisis Perbandingan Model Bisnis Platform Crowdfunding Di Indonesia Dengan Menggunakan Platform Design Toolkit," t.t., 232.
- Prof. Dr. Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Human Capital Management. Manajemen Sumber Daya Insani*. Jakarta: raja Grafindo Persada, 2004.
- Purwanto. "Wapres Maruf Amin: Potensi Zakat Di Indonesia Capai Rp230 Triliun." *Tempo*, 17 November 2019. <https://nasional.tempo.co/read/1268479/wapres-maruf-amin-potensi-zakat-di-indonesia-capai-rp230-triliun>.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002
- Ratminto dan Atik Septi, *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Salemba Empat, Edisi 3, 2013
- Richard L. Daft, *Management (Terj) Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat, 2006
- Robbins, *Teori Organisasi dan Akuntansi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2009
- Suaidi, *Ekonomi Islam dalam al-Qur'an*, Pamekasan: Duta Media, 2019
- Suaidi, *Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Halaman Indonesia, 2020
- _____, Suaidi, *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, Vol 1, No 2 (2020), Filantropi

- Sudarsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rieneka Cipta, 2002
- Saifiddin Anwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar 2001
- Santoso, Ivan Rahmat. "Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0." *Ikonomika* 4, no. 1 (27 Mei 2019): 35-52. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i1.3942>.
- Suharto, Edi. *Membangun Masyarakat, Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014.
- Sunarto, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Amus, 2005
- Tontowi Jauhari, *Manajemen Zakat Infak dan Sedekah*. Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2011
- TN. "Profil Baznas." Diakses 17 November 2019. <https://baznas.go.id/profil>.
- "Undang-Undang No 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat." Menteri Hukum dan Hak Asasi Indonesia Republik Indonesia, 2011. <https://jatim.kemenag.go.id/file/file/Undangundang/bosd1397464066.pdf>.
- Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
- Wahyono, Budi. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat." Diakses 21 November 2019. <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/12/pemberdayaan-ekonomi-masyarakat.html>.

TENTANG PENULIS



Dr. H. Rudy Haryanto., MM.

Lahir di Pacitan, 11 September 1973 dan dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura. Kegiatan Penulis Saat ini selain menjabat sebagai direktur Pascasarjana di institusi IAIN Madura juga aktif sebagai *Auditor Internal*, *Reviewer* Liptadimas Kementerian Agama RI, *Editor in Chief* Jurnal Islamuna IAIN Madura, *Reviewer* Jurnal Iqthisadia IAIN Madura, *Reviewer* Jurnal MABNY IAIN Madura, *Reviewer* Jurnal Shafin Madura dan *Reviewer* Jurnal Banque Syar'i UIN Banten. Saat ini penulis beralamat di Jl. Raya Panglegur Km.4 Pamekasan Jawa Timur. Mail: rudyharyanto76@yahoo.co.id atau rudy@iainmadura.ac.id.



Suaidi S.H.I., M.S.I

Lahir di Sumenep, 2 Agustus 1985. Alumni PP. Salafiah al-Is'af Kalabaan Guluk-Guluk Sumenep (1995-1997), PP. Nurul Huda Mingsoy Bragung Guluk-guluk Sumenep (1997-2003) dan di PP. Annuqayah Latee (2003-2011). Pendidikan formalnya ditempuh di beberapa lembaga pendidikan yang berbeda: MI Nurul Jadid Pyd Nangger, SDN Pyd Nangger, Mts Al-Muttahidah, SLTP terbuka Guluk-guluk, MA Raudlah Najiyah, Mts Annuqayah, MAK (Madrasah Aliyah Keagamaan) Annuqayah. Strata Satu (S1) INSTIK Annuqayah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Kemudian melanjutkan Program Pascasarjana (S2) di UIN Sunan Kalijaga Konsentrasi Hukum Bisnis Syariah (HBS) dan saat ini sedang melanjutkan program Doktorat (S3, cand. doktor) di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (program beasiswa LPDP-Kemenag, BIB). Penulis pernah menjadi Dosen INSTIK (Institut Ilmu Keislaman (INSTIK) An-Nuqayah (2014-2016) dan Saat ini, Penulis

merupakan Dosen PNS di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura. No hp: 082337123487 atau 087863102587. Email: suaidisyafiie1922@gmail.com