

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan era globalisasi,<sup>1</sup> yang mana perkembangan ini mendorong terjadinya transformasi digital sebagai keniscayaan dalam kehidupan modern, termasuk dalam tata kelola kelembagaan. Perkembangan inilah yang kemudian melahirkan revolusi industri 4.0, di mana hampir seluruh aspek kehidupan dituntut berbasis pada teknologi digital. Setiap lembaga, termasuk sektor industri maupun sosial, berlomba-lomba mengadopsi teknologi demi meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan menggantikan pola operasional konvensional dengan sistem berbasis teknologi.<sup>2</sup>

Sebagai wujud nyata dari kemajuan digital saat ini, teknologi telah dimanfaatkan di berbagai lembaga zakat, termasuk BAZNAS, guna meningkatkan efektivitas dan pelayanan. BAZNAS sebagai lembaga resmi pengelola zakat yang berdiri melalui Keputusan Presiden No. 8 Tahun 2001 dan diperkuat oleh Undang-undang No. 23 Tahun 2011.<sup>3</sup> Awalnya BAZNAS berbasis sistem promosi konvensional, seperti ceramah, brosur, spanduk, maupun kerja sama dengan masjid dan instansi pemerintah. Dengan perkembangan teknologi, promosi tadi bergeser menuju promosi digital.

Historisnya menurut pernyataan resmi BAZNAS, pengumpulan zakat secara digital ditingkat pusat mulai dilakukan sejak tahun 2016, walau hal itu dilakukan secara

---

<sup>1</sup>Muhaimin, *Studi Islam dalam Ragam Dimensi dan Pendekatan* (Kencana, 2017).

<sup>2</sup> Aan Anshori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah," *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam* Vol. 7 No. 1 (Juni 2016): 2.

<sup>3</sup> "Tentang Kami - Badan Amil Zakat Nasional," diakses 21 Agustus 2025, <https://donasi.baznas.go.id/tentang-kami>.

kecil dan bertahap.<sup>4</sup> Pada tahun 2020 mengalami percepatan transaksi daring terutama pada musim pandemi. Di tahun berikutnya tahun 2021 BAZNAS mendorong peningkatan kapasitas, kapabilitas, dan kompetensi LAZ/BAZ dalam pemanfaatan digitalisasi untuk zakat agar lebih optimal. Hal itu disampaikan oleh Pimpinan BAZNAS RI Bidang Pengumpulan Rizaludin Kurniawan saat membuka *Workshop Digitalisasi Zakat dalam Indonesia Sharia Economic Festival 2021* yang diselenggarakan secara virtual dan *live* di kanal Youtube BAZNAS TV. Dalam sambutannya beliau mengatakan penting bagi setiap BAZ/LAZ agar melakukan adaptasi di era digital. Menurutnya banyak sekali organisasi pengelola zakat yang melahirkan teknologi *crowdfunding* tetapi tidak sedikit yang tutup.<sup>5</sup> Bisa dikatakan bahwa transformasi ini tidak hanya sekedar mengikuti tren, melainkan mencakup perubahan menyeluruh dalam suatu organisasi yang meliputi sumber daya manusia, proses kerja, strategi, dan struktur kelembagaan melalui pemanfaatan teknologi guna meningkatkan kualitas layanan.<sup>6</sup>

Hal ini dikemukakan juga oleh Pimpinan BAZNAS RI Bidang Teknologi dan Informasi Prof. Ir. H. M. Nadrattuzaman Hosen M.S., M.Ec., Ph.D., saat menutup rapat kerja teknis (Rakernis) Transformasi Digital Nasional dan Zakathon 2024, di Jakarta. Beliau menyatakan bahwa para Amil BAZNAS ini punya tanggung jawab terhadap perkembangan BAZNAS di daerah. Ke depan, kita tidak bisa lagi hanya mengandalkan pendekatan agama atau ceramah agama. Kita sudah harus profesional dan memanfaatkan transformasi digital. Menurutnya transformasi digital merupakan suatu keharusan dalam mengoptimalkan kinerja pengelolaan zakat BAZNAS di seluruh

---

<sup>4</sup> Baznas, "BAZNAS Dukung Pengembangan Islamic Social Finance di Era Digital," diakses 7 Januari 2026, [https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS\\_Dukung\\_Pengembangan\\_Islamic\\_Social\\_Finance\\_di\\_Era\\_Digital/2240](https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS_Dukung_Pengembangan_Islamic_Social_Finance_di_Era_Digital/2240).

<sup>5</sup> Baznas, "BAZNAS Dorong Pemanfaatan Digitalisasi Zakat Secara Optimal," diakses 7 Januari 2026, [https://baznas.go.id/Press\\_Release/baca/BAZNAS\\_Dorong\\_Pemanfaatan\\_Digitalisasi\\_Zakat\\_Secara\\_Optimal/887](https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Dorong_Pemanfaatan_Digitalisasi_Zakat_Secara_Optimal/887)

<sup>6</sup> Moh Agil Bachtiar Ruddin, *Transformasi Digital Dalam Pengelolaan Ketatausahaan Untuk Meningkatkan Mutu Layanan Akademik di Madrasah Aliyah Negeri 1 Gresik*, 1 ed. (Gresik, 2023).

Indonesia. Sebagai bukti nyata dari pemanfaatan teknologi BAZNAS RI secara aktif berpartisipasi dalam berbagai forum global, seperti *World Zakat and Waqf Forum* (WZWF) dan *International Conference on Zakat* (ICONZ), yang menjadi wadah kolaborasi antarnegara dalam pengembangan tata kelola zakat dan wakaf berbasis teknologi. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan BAZNAS telah menjadi bagian dari agenda modernisasi zakat dunia.<sup>7</sup> Artinya pemanfaatan teknologi tidak hanya sebatas pada penggunaan alat, tetapi juga melibatkan strategi digital yang komprehensif, termasuk pengembangan media sosial dan digital promosi.<sup>8</sup> Yang mana transformasi ini bertujuan untuk memperbaiki pelayanan kepada masyarakat, khususnya dalam hal promosi dan kemudahan berzakat. Hal ini menjadi penting karena zakat memiliki kedudukan yang tinggi dalam Islam, bahkan di dalam Al-Quran kata zakat selalu dikaitkan dengan kata sholat.<sup>9</sup> Sebagaimana firman Allah swt di QS. Al-Baqarah ayat 43, yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya “Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.”

Bisa dilihat juga bahwa BAZNAS Kota Banjarmasin juga mulai memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai sarana utama promosi, yang sebelumnya didominasi oleh metode ceramah dan sosialisasi langsung. Menurut data

---

<sup>7</sup> Humas Baznas RI, “BAZNAS Dorong Digitalisasi dan Standarisasi Amil di World Zakat & Waqf Forum 2025,” BAZNAS Indonesia, 14 Oktober 2025, <https://kabkutaitimur.baznas.go.id/berita/news-show/baznas-dorong-digitalisasi-dan-standarisasi-amil-di-world-zakat-amp-waqaf-forum-2025/30628>. [https://kabkutaitimur.baznas.go.id/berita/news-show/baznas-dorong-digitalisasi-dan-standarisasi-amil-di-world-zakat-amp-waqaf-forum-2025/30628?utm\\_](https://kabkutaitimur.baznas.go.id/berita/news-show/baznas-dorong-digitalisasi-dan-standarisasi-amil-di-world-zakat-amp-waqaf-forum-2025/30628?utm_)

<sup>8</sup> Baznas, “BAZNAS RI Tekankan Pentingnya Transformasi Digital dalam Pengelolaan Zakat,” diakses 7 Januari 2026, [https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS\\_RI\\_Tekankan\\_Pentingnya\\_Transformasi\\_Digital\\_dalam\\_Pengelolaan\\_Zakat/2481](https://baznas.go.id/news-show/BAZNAS_RI_Tekankan_Pentingnya_Transformasi_Digital_dalam_Pengelolaan_Zakat/2481)

<sup>9</sup> Sinta Haryani, Habrianto, Nurfitri Marthaliah, “Analisis Strategi Digital Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Studi Pada LAZ Opsezi Kota Jambi),” *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* Vol. 1 No. 6 (2023): 215.

tahun 2025, BAZNAS Kota Banjarmasin mencatat pertumbuhan signifikan dalam jumlah *muzakki* dan perolehan zakat melalui kanal digital, salah satunya melalui integrasi layanan pembayaran *online* dan promosi melalui media sosial.<sup>10</sup> Tabel di bawah ini merupakan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Ibnu Amin, S.H dan Bapak M. Noor Aldy, S.M<sup>11</sup> yang memberikan data dari aplikasi simba untuk mengetahui data jumlah *muzakki*:

**Tabel 1. 1 Jumlah Muzakki di BAZNAS Kota Banjarmasin**

Tahun	Jumlah Muzakki
Tahun 2020	338
Tahun 2021	496
Tahun 2022	563
Tahun 2023	917
Tahun 2024	477
Tahun 2025	571
Tahun 2026/per 31 Maret	189

*Sumber: arsip dokumen bidang pengumpulan/keuangan*

Data jumlah *muzakki* di BAZNAS Kota Banjarmasin dari tahun 2020 hingga 2023 menunjukkan suatu gambaran yang menarik. Pada tahun 2020 yang mana pada tahun ini masih mengalami musim pandemi total jumlah *muzakki* tercatat ada 338 orang. Menariknya, pada tahun 2021, yang mana di tahun ini BAZNAS mendorong pemanfaatan digital yang dilakukan agar zakat lebih optimal, ternyata mendapatkan angka yang positif dan mulai terlihat ada pencapaian menjadi 496 orang, angka ini memiliki peningkatan pada tahun sebelumnya. Lalu, pada tahun berikutnya mulai terlihat peningkatan signifikan, yaitu pada tahun 2023 dengan capaian 917 orang. Meskipun demikian, di tahun 2024 terlihat ada 477 orang. Walaupun di tahun sebelumnya mengalami penurunan, di tahun 2025 mulai ada peningkatan kembali menjadi 571 orang dan data parsial per31 Maret 2026 ada 189 orang. Hal ini

<sup>10</sup> Baznas, "Raih Target Pengumpulan ZIS 2025, BAZNAS RI Optimalkan Teknologi Digital," diakses 16 Juni 2025, <https://baznas.go.id/news-show/Raih-Target-Pengumpulan-ZIS-2025-BAZNAS-RI-Optimalkan-Teknologi-Digital/2825>

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak M. Noor Aldy, S.M, pada tanggal 8 April, Pukul 11.53 WITA

mengindikasikan bahwa capaian akhir tahun belum tentu melampaui tahun-tahun sebelumnya.

Pencapaian lainnya juga terbukti, melalui data indeks efektivitas pengumpulan zakat, BAZNAS Kalimantan Selatan yang di dalamnya termasuk Banjarmasin berhasil masuk dalam lima besar nasional pada tahun 2024.<sup>12</sup> Walau dengan pencapaian seperti itu, ternyata terdapat kesenjangan antara potensi zakat dan realisasi penghimpunannya. Berdasarkan data *Outlook Zakat Indonesia 2024* yang disusun oleh pusat kajian strategis Badan Amil Zakat Nasional menyebutkan potensi zakat Indonesia pada tahun 2023 mencapai Rp327 triliun.<sup>13</sup> Namun pada kenyataannya, penghimpunan baru terkumpul sekitar Rp33 triliun hingga pertengahan 2024.<sup>14</sup> Adapun di tingkat daerah, BAZNAS Kota Banjarmasin menunjukkan tren yang serupa. Lembaga ini berhasil menghimpun zakat profesi dari ASN sebesar Rp2,5 miliar pada tahun 2023 dan meningkat menjadi Rp4 miliar di tahun berikutnya. Meskipun demikian, angka ini masih jauh di bawah target yang ditetapkan dalam APBD, yaitu sebesar Rp12 miliar per tahun.<sup>15</sup>

Meskipun BAZNAS Kota Banjarmasin telah menggunakan berbagai metode promosi digital dan melihat peningkatan jumlah *muzakki*. Namun, pengumpulan zakat masih belum optimal dibandingkan dengan potensi dan target yang telah ditetapkan. Data fluktuasi di atas menimbulkan pertanyaan tentang seberapa besar

---

<sup>12</sup> antaranews.com, “Baznas RI nilai Kalsel efektif kumpulkan zakat,” Antara News, 20 Maret 2025, <https://www.antaranews.com/berita/4724413/baznas-ri-nilai-kalsel-efektif-kumpulkan-zakat>.

<sup>13</sup> Direktorat Kajian dan Pengembangan Badan Amil Zakat Nasional, *Outlook Zakat Indonesia 2024* (Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2024).

<sup>14</sup> antaranews.com, “Baznas: Potensi zakat di Indonesia mencapai Rp327 triliun,” Antara News, 17 Juli 2024, <https://www.antaranews.com/berita/4202409/baznas-potensi-zakat-di-indonesia-mencapai-rp327-triliun?utm>

<sup>15</sup> ANTARA News Agency, “Baznas Banjarmasin menerima kumpulan zakat profesi PNS Rp4 miliar,” ANTARA News Kalimantan Barat, diakses 16 Juni 2025, <https://kalbar.antaranews.com/berita/610093/baznas-banjarmasin-menerima-kumpulan-zakat-profesi-pns-rp4-miliar>.

promosi digital benar-benar membantu meningkatkan minat masyarakat dalam memberikan zakat melalui BAZNAS.

Diharapkan inovasi digital ini ada untuk menjadi jawaban atas tantangan ini, sebab bisa mempermudah masyarakat untuk menunaikan zakat sekaligus mendekatkan lembaga dengan *muzzaki* melalui berbagai kanal komunikasi.<sup>16</sup> Dengan penggunaan promosi digital, segmentasi *muzakki* menjadi lebih luas, dimulai dari generasi muda yang akrab dengan media sosial hingga masyarakat umum yang aktif di internet, sehingga hal ini mudah dijangkau. Oleh karena itu, transformasi promosi digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan telah menjadi kebutuhan strategis untuk menjaga eksistensi lembaga, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperluas jangkauan zakat. Hal ini menjadi penting, untuk mengkaji secara mendalam bagaimana transformasi promosi digital yang diterapkan oleh BAZNAS Kota Banjarmasin, serta sejauh mana upaya ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menunaikan zakat melalui lembaga ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran serta bentuk transformasi promosi digital yang telah diterapkan, dan juga menganalisis dampak dari promosi digital terhadap peningkatan minat berzakat. Nyatanya pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus dan menyoroti strategi digital *fundraising* di tingkat nasional atau lembaga zakat non-pemerintah. Namun, kajian tentang transformasi promosi digital di BAZNAS daerah, terutama yang berkaitan dengan minat zakat, masih jarang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi BAZNAS Kota Banjarmasin dan lembaga sejenis dalam mengoptimalkan strategi promosi digital secara efektif dan akuntabel sesuai dengan prinsip-prinsip pengelolaan zakat yang amanah dan transparan.

---

<sup>16</sup> Nurbaiti, *Sistem Informasi Keuangan/Perbankan* (FEBI UINSU Press, 2019).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji serta meneliti lebih dalam untuk mengetahui penelitian yang akan dituangkan dalam sebuah proposal skripsi yang berjudul "**Peran Transformasi Promosi Digital dalam Meningkatkan Minat Zakat di BAZNAS Kota Banjarmasin**".

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai latar belakang masalah tersebut, maka diambil suatu rumusan masalah penelitian:

1. Bagaimana peran transformasi promosi digital dalam meningkatkan minat zakat di BAZNAS Kota Banjarmasin?
2. Apa bentuk transformasi promosi digital yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Banjarmasin?
3. Bagaimana dampak transformasi promosi digital terhadap minat berzakat di BAZNAS Kota Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis:

1. Peran transformasi promosi digital dalam meningkatkan minat zakat di BAZNAS Kota Banjarmasin.
2. Bentuk-bentuk transformasi promosi digital yang diterapkan oleh BAZNAS Kota Banjarmasin.
3. Dampak transformasi promosi digital terhadap minat berzakat di BAZNAS Kota Banjarmasin.

## D. Signifikansi Penelitian

Berdasarkan tujuan tersebut penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun secara praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat menghasilkan model transformasi strategi promosi yang dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama dalam konteks perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar dalam menghadapi masalah transformasi di era digital.

### 2. Signifikansi Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi lembaga/badan amil zakat dalam merumuskan dan menerapkan strategi promosi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan *muzakki* di era revolusi industri 4.0.
- b. Dengan adanya analisis terhadap transformasi promosi digital yang diterapkan, maka penelitian ini diharapkan dapat membantu lembaga/badan amil zakat untuk meningkatkan kualitas promosi mereka melalui pemanfaatan media yang berbasis *online* dan memberi wawasan tentang pentingnya beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan perilaku *muzakki* dan dakwah zakat, serta bagaimana mengantisipasi tantangan di masa depan.

## E. Definisi Operasional

Definisi operasional ini untuk menghindari kesalahpahaman terhadap penelitian ini, maka penulis memberikan pembahasan sebagai berikut:

### 1. Peran

Peran dapat dipahami sebagai serangkaian tindakan atau fungsi yang dijalankan oleh individu maupun organisasi sesuai dengan kedudukan yang dimilikinya. Konsep ini menunjukkan bagaimana seseorang atau suatu lembaga melaksanakan

tanggung jawab, hak, serta kewajiban yang melekat pada statusnya. Dalam konteks transformasi promosi digital, peran digunakan untuk memahami bagaimana media digital menjalankan fungsi strategis dalam mendukung aktivitas penghimpunan zakat. Transformasi promosi digital tidak sekadar menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga berperan sebagai media edukasi, komunikasi, persuasi, dan pembentukan citra lembaga kepada masyarakat. Keberhasilan promosi digital dapat dilihat dari sejauh mana fungsi-fungsi tersebut mampu meningkatkan pengetahuan, kepercayaan, serta partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat melalui lembaga pengelola zakat.

## 2. Transformasi

Transformasi merupakan suatu proses perubahan yang dilakukan untuk menghasilkan kondisi yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Perubahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan bentuk, tetapi juga dapat mencakup fungsi, manfaat, maupun karakteristik suatu objek. Selain dipahami sebagai perubahan, transformasi juga mengandung unsur pengembangan yang bertujuan meningkatkan kualitas dan efektivitas. Dalam penelitian ini, transformasi yang dimaksud berkaitan dengan perubahan serta pengembangan promosi digital yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Banjarmasin secara bertahap dan terencana. Melalui proses tersebut, diharapkan tercipta efisiensi dalam operasional lembaga dengan mengurangi penggunaan metode konvensional sekaligus mempercepat penyebaran informasi melalui pemanfaatan berbagai media digital.

## 3. Promosi Digital

Promosi digital merupakan metode yang diterapkan oleh lembaga atau organisasi untuk memperkenalkan program, layanan, dan citra lembaganya kepada publik dengan memanfaatkan media berbasis teknologi digital, seperti situs web,

sosial media, email, dan platform daring lainnya. Dalam penelitian ini, BAZNAS menggunakan promosi digital sebagai alat komunikasi pemasaran dengan tujuan untuk menyampaikan informasi, memengaruhi, serta mendorong *muzakki* dan mustahik agar dapat memahami, mempercayai, dan ikut berpartisipasi dalam program-program yang disediakan melalui media digital.

#### 4. Transformasi Promosi Digital

Transformasi promosi digital yang menjadi fokus penelitian ini merujuk pada perubahan bertahap dalam strategi promosi yang diterapkan oleh BAZNAS Kota Banjarmasin. Pada awalnya, kegiatan promosi dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Seiring perkembangan waktu, metode tersebut berkembang ke penggunaan media cetak seperti brosur dan baliho sebagai sarana penyebaran informasi. Selanjutnya, promosi mengalami perubahan yang lebih modern melalui pemanfaatan berbagai platform digital, termasuk *WhatsApp*, *Instagram*, *TikTok*, dan media sosial lainnya yang memungkinkan jangkauan informasi menjadi lebih luas dan cepat dan dapat dipahami hal itu sebagai bentuk inovasi yang diadopsi oleh lembaga pengelola zakat untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dengan masyarakat. Transformasi promosi digital tersebut menunjukkan adanya upaya organisasi dalam menyesuaikan diri terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat yang semakin terkoneksi secara digital.

#### 5. Minat

Minat dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat ketertarikan dan keinginan yang dimiliki oleh *muzakki* dalam menentukan pilihan untuk menunaikan zakat. Ketertarikan tersebut dipengaruhi oleh penilaian individu terhadap kegiatan promosi yang dilakukan oleh lembaga amil zakat, baik berupa rasa suka maupun

tidak suka. Minat yang dimaksud muncul ketika seorang *muzakki* memiliki ketertarikan positif terhadap promosi yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Banjarmasin sehingga menumbuhkan keinginan untuk berzakat melalui lembaga tersebut. Dengan kata lain, daya tarik promosi yang dibangun oleh BAZNAS dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan *muzakki* dalam menyalurkan zakatnya.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan dalam proposal skripsi ini merupakan penelitian lapangan dan adapun masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini mempunyai kesamaan atau relevansi dengan beberapa pembahasan yang ada pada penelitian terdahulu yang menjadikannya bahan rujukan bagi penulis.

Penelitian yang dilakukan oleh saudari Hidayatul Hafizah (180105010257), Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul "*Dampak Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap peningkatan Penerimaan Zakat pada BAZNAS Kota Banjarmasin*".<sup>17</sup> Isi dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana implementasi digitalisasi dalam pembayaran zakat dapat memperbaiki penerimaan zakat di Badan Amil Zakat Nasional tingkat daerah, khususnya di BAZNAS Kota Banjarmasin. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana penggunaan teknologi digital dalam sistem pembayaran zakat bisa mempermudah masyarakat atau muzaki dalam menjalankan kewajiban zakat. Digitalisasi yang dilakukan mencakup pembayaran zakat via transfer bank, pemanfaatan QR Code, serta penyampaian informasi zakat melalui platform online. Di samping itu, pengelolaan data zakat juga ditingkatkan dengan penggunaan Sistem Informasi Manajemen BAZNAS

---

<sup>17</sup> Hidayatul Hafizah, "Dampak Digitalisasi Pembayaran Zakat Terhadap peningkatan Penerimaan Zakat pada BAZNAS Kota Banjarmasin" (UIN Antasari Banjarmasin, t.t.).

(SIMBA) untuk memperbaiki efisiensi pencatatan dan pengelolaan dana zakat. Ada perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian tersebut lebih fokus pada pengaruh digitalisasi dalam sistem pembayaran zakat terhadap peningkatan penerimaan dana zakat, sedangkan pada penelitian saya lebih menekankan pada peran transformasi promosi digital dalam menarik minat masyarakat untuk menunaikan zakat, khususnya melalui strategi promosi digital yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Banjarmasin.

Penelitian yang dilakukan oleh saudari Denissa Salsabila Maulina (210105020117), Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang berjudul *“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan QRIS di BAZNAS Kota Banjarmasin Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin).”*<sup>18</sup> Isi dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan berdampak pada keputusan masyarakat dalam menggunakan sistem pembayaran digital QRIS untuk menyalurkan zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS Kota Banjarmasin. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam sistem pembayaran dapat memudahkan masyarakat dalam menyalurkan zakat serta memiliki potensi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berzakat. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh saya terletak pada fokus kajiannya. Penelitian Denissa Salsabila Maulina lebih menekankan pada penggunaan teknologi pembayaran digital QRIS untuk menyalurkan zakat, sementara penelitian ini

---

<sup>18</sup> Denissa Salsabila Maulina, “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan QRIS di BAZNAS Kota Banjarmasin Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin)” (UIN Antasari Banjarmasin, t.t.).

lebih berorientasi pada bagaimana transformasi promosi digital dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berzakat di BAZNAS Kota Banjarmasin.

Penelitian yang dilakukan oleh saudari Mayasari (210102040183), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang berjudul “*Persepsi Muzakki UIN Antasari Tentang Pembayaran Zakat Melalui Platform Digital*”.<sup>19</sup> Isi dari Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan *muzakki* di UIN Antasari Banjarmasin mengenai pembayaran zakat dengan menggunakan platform digital seperti aplikasi *mobile*, internet *banking*, dan QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas *muzakki* memiliki pandangan positif terhadap pembayaran zakat melalui platform digital, dianggap lebih praktis, efisien, dan sejalan dengan kemajuan teknologi. Namun, sejumlah informan tetap meragukan beberapa aspek seperti keabsahan transaksi, tingkat keamanan, dan transparansi dalam pengelolaan dana zakat. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa rendahnya sosialisasi dan pendidikan dari lembaga zakat mempengaruhi kepercayaan masyarakat dalam menggunakan platform digital untuk pembayaran zakat. Secara keseluruhan, penggunaan platform digital dianggap memiliki peluang besar untuk mempermudah masyarakat dalam melaksanakan zakat, asalkan didukung oleh sistem yang transparan dan edukasi yang memadai. Perbedaan antara penelitian ini dan studi yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus yang diangkat. Penelitian Mayasari lebih berorientasi pada pandangan *muzakki* terhadap pemanfaatan platform digital untuk pembayaran zakat, sementara penelitian saya berfokus pada fungsi transformasi promosi digital yang dilakukan oleh lembaga zakat dalam menarik minat masyarakat untuk menunaikan zakat, khususnya di BAZNAS Kota Banjarmasin.

---

<sup>19</sup> Mayasari, “Persepsi Muzakki UIN Antasari Tentang Pembayaran Zakat Melalui Platform Digital” (UIN Antasari Banjarmasin, t.t.).

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap skripsi penelitian ini yang diteliti penulis, maka dibuatlah sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

BAB I terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu, dan Sistematika Penulisan.

BAB II Membahas Kajian Teori dan Kerangka Pikir yang terdiri dari Definisi Teoritik, Tinjauan Teoritik, dan kerangka pikir yang berhubungan dengan Peran Transformasi Promosi Digital dalam Meningkatkan Minat Zakat pada BAZNAS Kota Banjarmasin.

BAB III terdiri dari Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV berupa hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari Gambaran Lokasi Penelitian, Hasil Penelitian, Pembahasan atau Analisis.

BAB V merupakan bab penutup yaitu terdiri dari Simpulan dan Saran.