

PENGELOLAAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI GUNA PELAKSANAAN KAMPANYE ZAKAT MELALUI ANALISIS DATA DALAM DIVISI PENGUMPULAN ORANG BAZNAS RI

Satria Jullian Eryanda¹, Astrid Marlina Raida², Syawal Rahman², Raysa Nahtania², Andrew Julien Laisina³, Ummul Habibah Hasyim⁴*

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

³Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

⁴Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. Cempaka Putih Tengah 27 Jakarta, 10510

*E-mail koresponden: ummul.habibah@ftumj.ac.id

ABSTRAK

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI telah mengintegrasikan teknologi informasi (TI) dalam pengelolaan dan pemanfaatan zakat untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas kampanye zakat. Dalam konteks ini, penggunaan TI telah menjadi kunci dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat dan memperluas jaringan pengumpulan zakat. Metode pelaksanaan tersebut yang akan dilaksanakan oleh kelompok KKN yakni Kolaborasi dan Kemitraan, Pengumpulan data zakat, kampanye zakat, pelaksanaan program dan monitoring, evaluasi dan laporan. Pengelolaan dan pemanfaatan teknologi informasi di BAZNAS RI merupakan kunci dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas kampanye zakat. Dengan menggunakan aplikasi Cinta Zakat, dan bulk Whatsapp, BAZNAS RI dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat dan memperluas jaringan pengumpulan zakat.

Kata kunci: BAZNAS RI, zakat, kampanye zakat dan teknologi informasi.

ABSTRACT

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI has integrated information technology (IT) in the management and utilization of zakat to improve the efficiency and effectiveness of zakat campaign. In this context, the use of IT has been key in increasing public awareness of the importance of zakat and expanding the zakat collection network. The implementation methods that will be carried out by the KKN group are collaboration and partnership, zakat data collection, zakat campaigns, program implementation and monitoring, evaluation and reports. The management and utilization of information technology at BAZNAS RI is key in improving the efficiency and effectiveness of zakat campaigns. By using the Cinta Zakat application, and bulk Whatsapp, BAZNAS RI can increase public awareness about the importance of zakat and expand the zakat collection network.

Keyword : BAZNAS RI, zakat, zakat campaigns and information technology.

1. PENDAHULUAN

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI adalah lembaga pemerintah non-struktural yang berperan penting dalam mengumpulkan dan menyalurkan zakat, infak, sedekah, serta dana sosial keagamaan lainnya. Dalam konteks

Indonesia, BAZNAS RI telah menjadi institusi yang efektif dalam mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. BAZNAS RI didirikan untuk mengelola zakat, infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya. Zakat sendiri merupakan salah

satu rukun Islam yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim yang telah mencapai syarat dan rukunnya. BAZNAS RI bertindak sebagai lembaga yang diamanatkan negara untuk mengelola dana zakat ini, sehingga dapat menyejahterakan umat dan mengentaskan kemiskinan di Indonesia.

Pengumpulan zakat di BAZNAS RI dilakukan melalui berbagai saluran, mulai dari zakat emas, perak, dan logam mulia lainnya, hingga zakat pertanian, perkebunan, dan kehutanan. Selain itu, BAZNAS juga mengumpulkan zakat atas uang dan surat berharga lainnya, serta zakat perindustrian dan pendapatan jasa. Pada tahun 2022, BAZNAS RI berhasil mengumpulkan zakat sebesar Rp21,3 triliun, meningkat 52,14 persen dari tahun sebelumnya yang mencapai Rp14 triliun. Penyaluran zakat di BAZNAS RI juga dilakukan secara efektif. Pada tahun 2022, BAZNAS RI telah menyalurkan dana sebesar Rp20 triliun, dengan tingkat efektivitas mencapai 93,83 persen. Hal ini menunjukkan bahwa BAZNAS RI telah hampir mendekati sempurna dalam menyalurkan dana yang dihimpun dari para muzaki.

BAZNAS RI telah mencapai berbagai capaian yang signifikan dalam mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu contoh adalah peningkatan pengelolaan zakat nasional yang mencapai Rp21,3 triliun pada tahun 2022. Selain itu, BAZNAS RI juga telah meluncurkan berbagai program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti pelatihan berkala dan bantuan sosial untuk mustahik. BAZNAS RI berperan penting dalam mengentaskan kemiskinan di Indonesia. Dengan mengumpulkan dan menyalurkan zakat, BAZNAS RI dapat membantu mustahik untuk memenuhi kebutuhan dasar kehidupan. Selain itu, BAZNAS RI juga meluncurkan berbagai program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti pelatihan berkala dan bantuan sosial. Dengan demikian, BAZNAS RI dapat memerdekakan mustahik dari jerat kemiskinan dan meningkatkan

kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

BAZNAS RI memiliki peran penting dalam mengumpulkan dan menyalurkan zakat, infak, sedekah, serta dana sosial keagamaan lainnya. Dalam konteks ini, Divisi Pengumpulan Zakat Orang (DPZO) merupakan salah satu divisi yang sangat berperan dalam mencapai tujuan utama BAZNAS RI, yaitu mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini, berperan penting dalam mengentaskan kemiskinan di Indonesia. Dengan mengumpulkan dan menyalurkan zakat, DPZO dapat membantu mustahik untuk memenuhi kebutuhan dasar kehidupan. Selain itu, DPZO juga meluncurkan berbagai program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti pelatihan berkala dan bantuan sosial. Dengan demikian, DPZO dapat memerdekakan mustahik dari jerat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Penggunaan teknologi informasi di BAZNAS RI telah dimulai sejak tahun 2012 dengan peluncuran Sistem Informasi Manajemen BAZNAS (SIMBA). Sistem ini dirancang untuk mempermudah pengelolaan data zakat secara nasional, memantau kegiatan pengumpulan dan penyaluran zakat, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan zakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim yang telah mencapai syarat dan rukunnya. Dalam konteks ini, zakat bukan hanya sekadar kewajiban agama, tetapi juga merupakan sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Zakat memiliki sejarah yang panjang dan kompleks. Istilah "zakat" sendiri berasal dari kata "zakāt," yang berarti "bersih" atau "murni." Dalam Islam, zakat diwajibkan kepada setiap muslim yang memiliki harta yang mencapai nisab, yaitu sekitar 85 gram emas atau setara dengan nilai tersebut. Zakat harus dikeluarkan setiap tahun dan dapat berupa emas, perak, uang, atau

barang lainnya yang memiliki nilai. Prinsip zakat sangat jelas dalam Al-Qur'an dan Hadits. Al-Qur'an menyatakan bahwa zakat adalah salah satu rukun Islam yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim yang telah mencapai syarat dan rukunnya. Kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pengelolaan zakat. Berikut adalah metode pelaksanaan yang dapat digunakan dalam KKN BAZNAS RI:

- 1) Kolaborasi dan Kemitraan: Kolaborasi antara berbagai pihak seperti lembaga sosial, pemerintah, lembaga keagamaan, organisasi masyarakat, dan sektor swasta sangat penting. Masing-masing pihak dapat berkontribusi sesuai dengan keahlian dan sumber daya yang dimilikinya. Kemitraan ini membuka peluang untuk mengoptimalkan dampak program dan menghindari tumpang tindih.
- 2) Pengumpulan data zakat: dalam pengumpulan data muzakki untuk melaksanakan zakat di BAZNAS RI, dengan menggunakan metode survey dan wawancara dengan staf divisi pengumpul zakat untuk mengetahui sumber zakat yang paling efektif.
- 3) Kampanye zakat : dalam pelaksanaan kampanye zakat, maka dari itu tim penulis melakukan metode wawancara dan melakukan riset untuk mencari data muzakki seperti data email dan nomor telepon untuk melaksanakan kampanye dan promosi mengenai zakat dengan tujuan untuk memberikan edukasi dan dorongan semangat zakat kepada masyarakat.
- 4) Pelaksanaan Program: Program-program yang telah dirancang dapat dilaksanakan sesuai jadwal dan rencana yang telah ditetapkan. Hal ini melibatkan pendistribusian bantuan, penyelenggaraan pelatihan, fasilitasi akses kesehatan, dan kegiatan-kegiatan lain yang mendukung kesejahteraan mustahik.
- 5) Monitoring, Evaluasi dan laporan : kegiatan KKN dilaksanakan di BAZNAS RI maka dilakukannya

evaluasi dan laporan untuk mengetahui efektivitasnya. Kemudian, membuat laporan hasil data yang sudah kami analisa untuk diberikan kepada BAZNAS RI. Monitoring kontinu terhadap pelaksanaan program harus dilakukan untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai rencana. Evaluasi berkala juga penting untuk menilai dampak program terhadap kesejahteraan mustahik dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan.

3. HASIL PENGABDIAN DI BAZNAS RI

1) Broadcast Whatsapp Blast

WhatsApp blast adalah metode pengiriman pesan massal ke sejumlah nomor telepon dalam waktu yang singkat. Dalam konteks pemasaran digital, WhatsApp blast digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan dengan cara mengirimkan pesan promosi yang sama ke sejumlah besar nomor telepon tanpa memperhatikan kecocokan antara pelanggan dan pesan yang dikirim.

Dalam WhatsApp blast, pesan yang dikirimkan bisa berupa pesan teks, gambar, atau video, tergantung pada preferensi pengguna. WhatsApp blast dapat dilakukan dengan mengirim pesan ke nomor telepon secara manual atau dengan menggunakan layanan pihak ketiga yang dapat mengirimkan pesan ke ribuan nomor telepon dalam waktu yang sangat singkat.

Broadcast message pada WhatsApp adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan yang sama ke sejumlah nomor telepon yang telah ditambahkan ke dalam daftar broadcast. Dalam konteks pemasaran digital, broadcast message digunakan untuk mengirimkan pesan yang spesifik dan tertarget kepada pelanggan yang sudah terdaftar dalam daftar broadcast. Kegiatan WhatsApp blast meliputi :

- 1) Daftar Kontak : Perlu memiliki daftar kontak atau nomor telepon penerima yang ingin dituju
- 2) Kartu SIM : Memasang kartu SIM kepada handphone yang dipakai untuk WhatsApp blast

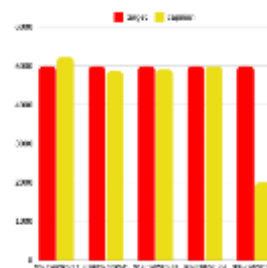
- 3) Melakukan pemanasan : Melakukan pemanasan dengan membuat status WhatsApp , mengobrol bersama teman , membuat grup untuk menghindari terkena blokir
- 4) Grup Pesan : salah satu metode yang umum digunakan adalah dengan membuat grup pesan di WhatsApp. Dengan menambahkan sejumlah kontak ke grup tersebut dan mengirimkan pesan ke grup, yang akan diterima oleh semua anggota grup.
- 5) Menggunakan Website kimpesan.map yang siap Pakai : untuk efisiensi, menggunakan website atau pesan siap pakai untuk WhatsApp blast. Hal ini memungkinkan untuk dengan cepat mengirimkan pesan yang sama kepada banyak penerima tanpa harus mengetik ulang setiap kali.
- 6) Konten yang Relevan : konten pesan mengenalkan layanan pelaksanaan kewajiban ibadah Zakat Maal (harta) melalui Badan Amil Zakat Nasional dengan transfer via rekening.
- 7) Monitoring dan Respons : setelah mengirimkan pesan, memonitor respons dari penerima. Ini termasuk memantau tingkat keterbacaan pesan, tingkat interaksi, atau respons lainnya yang dapat memberi wawasan tentang efektivitas WhatsApp blast.
- 8) Menghindari Blokir dan Penandaan Spam : mengecek apakah no telfon terkena blokir atau tidak, memastikan bahwa aktivitas WhatsApp blast tidak melanggar kebijakan atau aturan yang diterapkan oleh WhatsApp. Bila no Whatsapp terkena blokir di lanjut berganti no kartu .

2) Database email

Pengumpulan database email di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Republik Indonesia merupakan langkah strategis dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi dan layanan kepada masyarakat, donatur, dan mitra. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam

mengelola zakat, infaq, dan sedekah di Indonesia, BAZNAS menyadari pentingnya memiliki saluran komunikasi yang efisien untuk menyampaikan informasi, program, dan laporan kepada khalayak yang lebih luas.

Pada kesempatan ini, sub kelompok 1 melakukan kegiatan pengumpulan database email dengan menggunakan aplikasi pendukung yang bernama easy email extractor, yang dimana aplikasi ini mempermudah untuk melaksanakan kegiatan pengumpulan database dalam dunia maya seperti google ataupun di linkedin. Kegiatan dilaksanakan selama 5 hari, mulai hari Senin, 05 Agustus 2024 sampai dengan hari Jumat, 11 Agustus 2024. Pencarian email tersebut dilakukan perhari dengan target maksimal 5.000 email per hari yang sebagaimana email tersebut berstatus aktif. Perencanaan dan pelaksanaan ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan kampanye secara online dan mempromosikan kegiatan BAZNAS seperti kegiatan pembayaran zakat dan program-program lainnya, sehingga kelompok sasaran ini meliputi donatur tetap, calon donatur, mitra lembaga, serta masyarakat umum yang memiliki potensi untuk berkontribusi dalam program-program BAZNAS RI. Pengumpulan email tersebut selama 5 hari dengan total 21.199 email yang sudah terkumpul. Tidak hanya mengumpulkan database email tetapi kelompok kami pun bagian dari database melakukan pengumpulan nomor telepon dan/atau nomor whatsapp yang telah terkumpul 1.078 nomor berada di google untuk mempromosikan dan melakukan kampanye BAZNAS RI melalui online



Gambar 1. Grafik target dan capaian

Tabel 1. Hasil Target dan Capaian pengumpulan email selama 5 Hari

Hari/Tanggal	Target Harian	Capaian	GAP
Senin, 05 Agustus 2024	5000	5.227	+227
Selasa, 06 Agustus 2024	5000	4.862	-138
Rabu, 07 Agustus 2024	5000	4.911	-89
Kamis, 08 Agustus 2024	5000	5.000	0
Jum'at, 09 Agustus 2024	5000	1.199	-3.801

Tabel 2. Hasil target dan capaian pengumpulan nomor telepon

Hari/Tanggal	Target Harian	Capaian
Kamis, 08 Agustus 2024	-	1.078

Setelah email terkumpul, kelompok kami melakukan verifikasi untuk memastikan bahwa alamat yang dikumpulkan adalah valid dan benar-benar milik individu yang bersangkutan. Data ini kemudian dimasukkan ke dalam sistem database yang aman dan terorganisir. Pengelolaan database ini dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa data yang disimpan tidak disalahgunakan dan tetap sesuai dengan regulasi perlindungan data yang berlaku di Indonesia.

3) Digital Fundraising

Divisi Digital Fundraising di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah bagian yang bertanggung jawab untuk merancang dan mengelola strategi penggalangan dana melalui platform digital. Divisi ini memanfaatkan berbagai teknologi dan media digital, seperti:

- situs web (www.baznas.go.id)
- instagram (@baznasindonesia)
- twitter (@baznasindonesia)
- facebook (badanamilzakatnasiona)
- youtube (@BAZNASTV)

Selain media sosial, digital fundraising juga melalui market place seperti, shopee. Dan kampanye online untuk mengumpulkan donasi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jangkauan dan efisiensi dalam proses pengumpulan zakat, infaq, dan sedekah dari masyarakat. Dalam hal ini, harus melakukan media monitoring setiap harinya. Tujuan Media monitoring di antaranya:

- 1) Mengawasi Reputasi: Memantau berita dan media sosial membantu perusahaan atau individu menjaga dan memperbaiki reputasi mereka dengan cepat menanggapi berita atau isu yang muncul.
- 2) Mengidentifikasi Tren: Dengan memantau berbagai sumber informasi, Anda bisa mengidentifikasi tren dan pola yang relevan dengan industri atau pasar Anda.
- 3) Mengukur Efektivitas Kampanye: Media monitoring memungkinkan Anda untuk menilai dampak dari kampanye pemasaran atau komunikasi Anda dengan melihat bagaimana dan seberapa sering pesan Anda dibahas.
- 4) Mengantisipasi Krisis: Dengan memantau potensi masalah atau isu yang berkembang, Anda bisa merespons secara proaktif untuk mengurangi dampak negatif.
- 5) Mengumpulkan Intelijen Kompetitif: Anda bisa melacak aktivitas kompetitor, strategi mereka, dan bagaimana mereka diperlakukan di media.
- 6) Mendapatkan Wawasan Pelanggan: Menyimak percakapan dan umpan balik dari pelanggan di media sosial atau forum dapat memberikan wawasan berharga tentang kebutuhan dan preferensi mereka.
- 7) Menganalisis Kompetitor: dengan media monitoring, kita dapat menganalisis media kompetitor, dan dapat mengatur rancangan dan

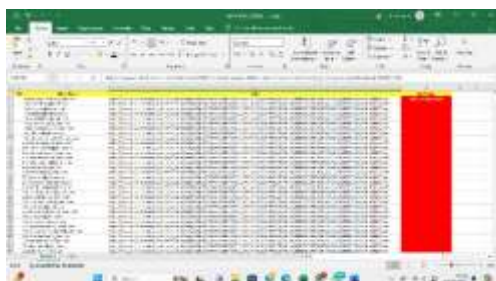
strategi yang digunakan untuk meningkatkan brand awareness BAZNAS.

Dengan demikian, media monitoring adalah alat yang sangat berharga untuk pengelolaan reputasi, strategi pemasaran, dan analisis pasar. Salah satu website yang dipakai untuk media monitoring yaitu, Brand24.

Selain memonitoring media, Divisi Digital juga melakukan perancangan dan strategi konten untuk meningkatkan reach, impression dan juga engagement rate semua akun media sosial BAZNAS. Dengan meningkatnya reach, impression, dan engagement rate. Maka, tujuan branding dapat meningkat juga, dan akan meningkatkan loyalty pada pelanggan. Perancangan dan strategi konten harus melalui analisis tren terlebih dahulu untuk tracking dan menyesuaikan tren yang ada tanpa menghilangkan key message. Adapun, content planning yang telah disusun sebagai berikut :



Gambar 2. Wawancara mengenai data muzakki



Gambar 3. Analisis data untuk pelaksanaan kampanye zakat



Gambar 4. Monitoring media sosial BAZNAS RI



Gambar 5. Broadcasting whatsapp untuk pelaksanaan kampanye zakat

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT. Berkat rahmat dan berkah-Nya peneliti dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini. Artikel ilmiah ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu, baik dan berjalan dengan lancar semata-mata tidak hanya usaha peneliti sendiri, melainkan bantuan-bantuan pihak yang baik untuk menyempatkan waktunya dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ma'mun Murod, M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta;
2. Prof. Dr. Ir. Tri Yuni Hendrawati, M.Si. selaku ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta;
3. Ummul Habibah Hasyim, ST., M.Eng. selaku dosen pembimbing lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

BAZNAS. (2021). Laporan Pengelolaan Zakat Nasional Tahun 2021. https://baznas.go.id/assets/images/szn/statistik_9.pdf, Diakses pada 05 September 2024.

BAZNAS RI, (2021), Sejarah Baznas, URL: <https://baznaspemalang.or.id/sejarah-baznas>, Diakses pada 05 September 2024.

BAZNAS RI, (2022), BAZNAS Optimis Peningkatan Pengelolaan Zakat Nasional 2022 Tumbuh 52 Persen, 23 Desember 2024, URL: https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Optimis_Peningkatan_Pengelolaan_Zakat_Nasional_2022_Tumbuh_52_Persen/1331, Diakses pada 05 September 2024.

BNSP. (2018). Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). URL: <https://bnspp.go.id/detailsp.php?id=1662>, Diakses pada 05 September 2024.

Humas BAZNAS RI. (2024). Beri Kemudahan Mudhohi, BAZNAS RI Hadirkan Layanan Gerai Kurban di

15 Mall. https://baznas.go.id/news-show/Beri_Kemudahan_Mudhohi,_BAZNAS_RI_Hadirkan_Layanan_Gerai_Kurban_di_15_Mall/2256

PPID BAZNAS RI. (2024). Regulasi Lembaga Amil Zakat. URL: <https://ppid.baznas.go.id/regulasi/regulasi-laz>

Mochammad Rizki Bayu, Penerapan Sistem Informasi Manajemen Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam Peningkatan Akuntabilitas dan Mutu Pengelolaan Zakat, Infaq dan Sedekah, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Jakarta, Skripsi, 2015), Hlm 2.

Tashih Online. (2024). Detail Informasi Penerbit.

<https://tashih.kemenag.go.id/info-penerbit/detail/4e446332>.