

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN E-COMMERCE DALAM MENUNJANG PENYERAPAN ZAKAT STUDI KASUS LAZ AL-AZHAR

Taufiqur Rohman

Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: taufiqur.17081194070@mhs.unesa.ac.id

Rachma Indrarini

Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: rachmaindrarini@unesa.ac.id

Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Pada tahun 2020 jumlah penduduk yang beragama Islam mencapai 87,18 persen. Salah satu rukun Islam adalah berzakat, tetapi menurut penelitian BAZNAS, Institut Pertanian Bogor (IPB) dan Islamic Development Bank (IDB) (2015), Indonesia memiliki potensi zakat sebesar 217 triliun rupiah, tetapi pada tahun 2007 BAZNAS melaporkan zakat yang terserap hanya sebanyak Rp. 450 miliar dan meningkat pada tahun 2013 menjadi Rp. 2,73 trilliun atau hanya sekitar 1 % dibandingkan dengan potensi zakat nasional. Salah satu LAZ yang melakukan kerja sama dengan e-commerce untuk penghimpunan zakat adalah LAZ Al-Azhar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah fitur pembayaran zakat di e-commerce sudah efektif pada studi kasus LAZ Al-Azhar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode fenomenologi yang berdasarkan peristiwa dari masyarakat. Dalam penelitian ini teknik pengambilan subjek dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dan triangulasi sumber data digunakan sebagai validitas data. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa fitur pembayaran zakat di e-commerce pada studi kasus LAZ Al-Azhar sudah efektif. Meskipun dinilai sudah efektif, tetapi masih banyak hal yang perlu ditingkatkan lagi seperti edukasi kepada masyarakat terkait adanya fitur tersebut sehingga penyerpan zakat melalui e-commerce akan menjadi semakin maksimal.

Kata Kunci : zakat, e-commerce, Al-Azhar, efektivitas

Abstract

Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world. In 2020 the total population of Muslims reached 87,18 percent. One of the pillars of Islam is zakat, but according to research by BAZNAS, the Bogor Agricultural Institute (IPB) and the Islamic Development Bank (IDB) (2015), Indonesia has the potential for zakat of 217 trillion rupiah, but in 2007 BAZNAS reported that zakat absorbed was only Rp. 450 billion and increased in 2013 to Rp. 2.73 trillion or only about 1% compared to the national zakat potential. One LAZ that collaborates with e-commerce to collect zakat is LAZ Al-Azhar. This research aims to determine whether the zakat payment feature in e-commerce is effective in the LAZ Al-Azhar case study. This research is a qualitative research and uses phenomenological methods based on events from society. In this study, the technique of taking the subject in this study used purposive sampling and data collection techniques in the form of interviews, and triangulation of data sources was used as data validity. The results of this study state that the zakat payment feature in e-commerce in the LAZ Al-Azhar case study is effective. Even though it is considered effective, there are still many things that need to be improved, such as educating the public regarding this feature so that the distribution of zakat through e-commerce will be maximized.

Keyword : zakat, e-commerce, Al-Azhar, effectivity

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara berpenduduk muslim terbesar di dunia. Penduduk Indonesia meningkat secara substansial setiap tahun. Menurut data penduduk Indonesia tahun 2020 berjumlah 270,20 juta jiwa, yang mana lajur pertumbuhan penduduk pertahundari tahun 2010 sampai tahun 2020 sebanyak 1,25% ([BPS] Badan Pusat Statistik, 2019). Pada tahun 2020 jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 87,18 % (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013), menjadikan Indonesia sebagai negara penganut agama islam terbesar di dunia.

Salah satu kewajiban dari umat muslim adalah berzakat yang mempunyai tujuan untuk membersihkan jiwa, kesejahteraan masyarakat, dan membersihkan harta kita. Selain itu, zakat juga menjadi cara untuk menanggulangi kemiskinan. Kesenjangan sosial dikalangan masyarakat Indonesia saat ini dapat dikendalikan dan diatasi oleh zakat yang disalurkan kepada mereka yang berhak menerimanya. Menurut surat At-Taubah ayat 60 orang yang berhak menerimanya terdiri dari 8 golongan *asnaf* yaitu fakir, miskin, hamba sahaya, gharim, mualaf, fisabilillah, ibnu sabil dan amil zakat.

Berdasarkan riset dari Puskas Baznas, Institut Pertanian Bogor (IPB) dan Islamic Development Bank (IDB) (2015), potensi pagu nasional mencapai Rp 217 triliun. Namun BAZNAS melaporkan bahwa potensi zakat yang bisa diserap dan dikuasai oleh BAZNAS pada tahun 2007 sebesar Rs 450 miliar, sedangkan pendapatan tahun 2013 sebesar Rs 2.73 triliun, meningkat hanya sekitar 1% (Canggih et al., 2017). Penyerapan zakat mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan dari BAZNAS pada tahun 2019 penghimpunan zakat mencapai Rp. 10,2 triliun (Baznas, 2019) dan 8,1 triliun pada tahun 2018 (Badan Amil Zakat Nasional, 2018)

Memasuki era revolusi 4.0 maka semua yang dilakukan masyarakat bisa menjadi seamless tanpa perlu repot untuk individu ke suatu tempat guna melakukan suatu transaksi. Salah satu fasilitas untuk melakukan kegiatan secara seamless yaitu dengan adanya *e-commerce*. Dengan *e-commerce* maka kita tidak perlu repot untuk datang ke tempat pembayaran zakat tetapi dapat melakukannya melalui smartphone kita. *E-commerce* merupakan proses dimana konsumen menjual dan membeli barang secara elektronik, dan produk dibeli serta dijual secara elektronik antara perusahaan dan individu sebagai perantara transaksi komersial (Maulana et al., 2015). *E-commerce* adalah kegiatan bisnis antara konsumen, produsen, penyedia layanan, dan perantara yang menggunakan satu jaringan yaitu internet. Dapat diringkas bahwa yang dimaksud dengan *e-commerce* merupakan segala bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan menggunakan media elektronik. Contoh *e-commerce* di Indonesia antara lain *Shopee, Tokopedia, dan Blibli*. Tercatat pada tahun 2019 sebanyak 168,3 juta jiwa adalah pengguna *e-commerce* (Statista, 2019)

Penggunaan *e-commerce* haruslah berjalan dengan efektif sehingga zakat yang diserap bisa semaksimal mungkin. Di Indonesia, UU No. 70 mengatur tentang pengelolaan zakat. Keputusan No. 38 tahun 1999, yang kemudian diperbarui dengan UU No. 30. Keputusan No. 21 (ZMA) tentang Urusan Agama 23 23 Tahun 2011 (ZMA) Keputusan No. 581 Tahun 1999, tentang Pelaksanaan Keputusan 23 Februari 2011 dan Direktur Jenderal Direktur Jenderal Pembinaan dan Haji Urusan Keuskupan Islam. No. D / 291 Tahun 2000 tentang Juknis Pengelolaan Zakat. UU No. 23 Tahun 2011 menjelaskan dua tujuan pengelolaan zakat, yaitu meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan pengelolaan zakat dan meningkatkan penyerapan zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kemiskinan.

Efektivitas adalah ukuran dari kondisi tercapainya harapan atau tujuan yang diharapkan dengan menyelesaikan tugas sesuai rencana yang direncanakan (Mardiasmo, 2004). Kriteria untuk mengukur kesuksesan suatu organisasi adalah tercapainya tujuan, maka dapat dikatakan organisasi tersebut efektif (Mardiasmo, 2004), dan pengukuran tersebut dapat dilihat dari hasil kegiatan untuk mencapai tujuan. Proses efektif, proses ini tidak akan menyia-nyiakan waktu dan tenaga. Dalam mengukur efektivitas terdapat alat ukur yang dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu efektivitas waktu, tenaga dan hasil yang diperoleh (Nursid Sumaatmadja, 2006). Beberapa penelitian telah meneliti tentang efektivitas penggunaan zakat secara online. Sakka & Qulub (2019) zakat memiliki dimensi sakral dan manusia yang sangat sakti. Bagi manusia, zakat berperan penting dalam pemerataan kekayaan bahkan pemerataan kesejahteraan. Masalahnya terletak pada sistem pengelolaan, khususnya cara penghimpunan Zakat.

Dompot Dhuafa adalah salah satu lembaga amal zakat nasional yang menggunakan sistem penghimpunan zakat internet, dan perkembangannya memenuhi kebutuhan perkembangan teknologi internet yang semakin maju. Penelitian yang dilakukan oleh Sakka & Qulub, (2019) ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan sistem zakat online Dompot Dhuafa di Provinsi Sulawesi. Hasil riset dari Sakka & Qulub, (2019) menyatakan bahwa penghimpunan Zakat online melebihi 2% dari target. Tujuan Dompot Dhuafa adalah menetapkan nilai penghimpunan zakat sebesar Rp1.143.329.320 pada tahun 2017, dan hasil yang dicapai ditetapkan sebesar Rp. 1.242.957.097. Dengan demikian, penerapan sistem pembayaran zakat online yang diterapkan Dompot Dhuafa di Sulawesi Selatan berjalan efektif. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Amarodin (2020) menunjukkan bahwa penghimpunan zakat berbasis digital merupakan keharusan bagi OPZ, karena di era digitalisasi hampir semua masyarakat sudah dapat mengakses dan menggunakan media sosial berbasis internet. Modernisasi penghimpunan zakat dengan menggunakan platform digital berbasis internet mempunyai kelebihan yaitu biayanya lebih murah dan lebih efektif serta efisien untuk menjaga komunikasi antara *muzakki* dan calon *muzakki* yang jumlahnya sangat besar. Sehingga dengan adanya penelitian terdahulu tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian pembayaran zakat melalui *e-commerce* apakah berjalan efektif atau tidak, dikarenakan pada tahun 2019 sebanyak 168,3 juta jiwa adalah pengguna *e-commerce* (Statista, 2019)

Berdasarkan referensi dari paragraf diatas maka dapat kita teliti seberapa efektif penggunaan *e-commerce* untuk menghimpun zakat, sehingga potensi penghimpunan zakat Indonesia semakin maksimal. LAZ Al-Azhar merupakan unit kerja yang didirikan oleh Yayasan Pondok Pesantren Al-Azhar, dengan tujuan untuk memperkuat kaum dhuafa dengan mengoptimalkan dana Zakat, Infaq, Sedekah dan dana sosial kemanusiaan lainnya yang dipertanggungjawabkan oleh hukum dan sumber daya agama. kemampuan ada di masyarakat, bukan untuk manajemen organisasi untuk mendapatkan keuntungan. Dipilihnya LAZ Al-Azhar dikarenakan peneliti menilai LAZ Al-Azhar merupakan salah satu LAZ terbesar di Indonesia dan LAZ Al-Azhar juga bekerjasama dengan *e-commerce* untuk menghimpun zakat. LAZ Al-Azhar mempunyai Visinya adalah menjadi organisasi Amil Zakat yang amanah, bertanggung jawab mengelola dana Zakat, Infaq, Sedekah guna meningkatkan kapabilitas masyarakat, dan mengemban misi pengembangan pendidikan Zakat, Infaq, Sedekah, Wakaf, dan layanan peran berbasis teknologi. Mengembangkan rencana yang komprehensif, terukur dan berkelanjutan untuk mendorong pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal. Dengan memperkuat sistem dan manajemen yang

didukung oleh sumber daya manusia yang profesional, dan menjalin kemitraan yang berkelanjutan dengan ABCG (akademisi, bisnis, masyarakat sipil, dan pemerintah) selama pelaksanaan rencana, rasa tanggung jawab terhadap kinerja organisasi dapat ditingkatkan. Selain itu, LAZ Al-Azhar juga mendapatkan rating yang bagus di e-commerce yang bekerja sama dengan LAZ Al-Azhar. Sehingga peneliti menetapkan Judul penelitian ini “Efektivitas Penggunaan *E-Commerce* Dalam Menunjang Penyerapan Zakat Studi Kasus LAZ Al-Azhar” dengan tujuan untuk mengetahui Efektivitas Penggunaan *E-Commerce* Dalam Menunjang Penyerapan Zakat di LAZ Al-Azhar dan Efektivitas Penggunaan Fitur Dalam Penyerapan Zakat Di *E-Commerce*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti berada langsung ditengah subjek yang diteliti yakni pihak LAZ Al-Azhar selaku LAZ yang bekerjasama dengan *e-commerce* dan *muzakki* yang membayarkan zakatnya melalui *e-commerce* dan memilih LAZ Al-Azhar sebagai lembaga yang menerima dan menyalurkan zakat yang telah dibayarkan untuk melakukan observasi dan wawancara dengan sumber data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi menurut Creswell (2015) Makna pengalaman hidup beberapa orang tentang suatu konsep atau fenomena. Mereka yang berpartisipasi dalam pengobatan fenomena akan mengeksplorasi struktur kesadaran pengalaman hidup manusia. Dalam penelitian ini fenomena yang dimaksud adalah fenomena penggunaan *e-commerce* sebagai metode pembayaran zakat yaitu pihak LAZ Al-Azhar yang bekerjasama dengan *e-commerce* dan *muzakki* yang membayarkan zakatnya melalui *e-commerce* dan memilih LAZ Al-Azhar sebagai lembaga penghimpun dan penyalur zakat yang telah dibayarkan. Metode penelitian ini mendeskripsikan variabel - variabel yang digunakan sebagai indikator terukur. Oleh karena itu, indikator tersebut dapat digunakan sebagai titik awal pengembangan alat bantu, seperti pertanyaan yang membutuhkan jawaban.

Teknik pemilihan subjek dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu pemilihan subjek dan objek sesuai dengan tujuan peneliti (Sugiyono, 2012) Untuk objek penelitian ini adalah LAZ Al-Azhar karena LAZ Al-Azhar sudah bekerjasama dengan e-commerce terkait penghimpunan zakat. Untuk subjeknya adalah Manager Public Funding LAZ Al-Azhar yang juga sebagai informan utama dan Muzakki yang membayarkan zakatnya melalui e-commerce dan memilih LAZ Al-Azhar. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah Teknik wawancara. (interview). Ketika seorang peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu masalah yang harus diteliti, maka wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk pengumpulan data. (Sugiyono, 2013). Sehingga mendapatkan data yang diinginkan mengenai Efektivitas Penggunaan *E-Commerce* Dalam Menunjang Penyerapan Zakat Studi Kasus LAZ Al-Azhar. Sedangkan Teknik pengambilan data berupa triangulasi sumber data sebagai validitas data. Menurut J. Moleong (2014) Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan fungsi lain selain data. Triangulasi digunakan untuk mengetahui keabsahan data dari sumber data penelitian, sumber data yang dimaksud dapat menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Dalam penelitian ini triangulasi data yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara kepada Manager Public Funding LAZ Al-Azhar dan

Muzakki yang membayarkan zakatnya melalui e-commerce dan memilih LAZ Al-Azhar, serta melakukan observasi kepada aplikasi e-commerce yang bekerjasama dengan LAZ Al-Azhar.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data lapangan. Beberapa proses analisis data yang akan dilakukan menurut Miles & Huberman (1992) yang terdiri dari dua yaitu yang pertama Analisis sebelum di lapangan yang merupakan analisis hasil studi literatur yang dilakukan peneliti untuk menentukan fokus penelitian. Yang kedua yaitu Analisa di Lapangan yang merupakan proses ekstraksi informasi dan data di tempat akan dianalisis dengan mengurangi jumlah data, menampilkan data, serta melakukan konfirmasi dan penarikan kesimpulan. Reduksi Data (*Data Reduction*) adalah meringkas dan memperoleh informasi dasar, serta menemukan hal-hal penting untuk menentukan tema dan pola, oleh karena itu dalam proses reduksi data terdapat operasi yang disebut “menghapus data yang tidak perlu”, penyajian Data (*Data Presentation*) dalam penelitian ini direncanakan berbentuk uraian, atau visualisasi berbentuk *flowchart* dan sejenisnya. Tujuan data temuan divisualkan agar informasi dan temuan di lapangan yang dianalisa peneliti mudah dipahami dan verifikasi beserta Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*) adalah tahap akhir dari analisis data. Kesimpulan berarti menjawab permasalahan yang ditulis dalam rumusan masalah awal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Waktu Penggunaan E-Commerce

Ukuran keefektifan biasanya dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan, serta proses yang tidak menyia-nyaiakan waktu dan tenaga. (Sumaatmadja, 2006). Berdasarkan teori tersebut dapat diketahui bahwa waktu yang dikeluarkan untuk mencapai suatu tujuan haruslah seminimal mungkin sehingga bisa dikatakan efektif atau tidak. Bapak Mahrus Ali selaku Manager Public Funding LAZ Al-Azhar memberikan keterangan bahwa

“Dari segi waktu pembayaran zakat sudah efektif dikarenakan muzakki yang membayarkan zakatnya tidak perlu membuang waktu untuk datang ke tempat pembayaran zakat karena bisa dilakukan secara seamless melalui aplikasi e-commerce” (Wawancara Bapak Mahrus Ali, Manager Public Funding LAZ Al-Azhar. 15 Februari 2021).

Kerjasama LAZ Al-Azhar dengan E-Commerce mempunyai kelebihan dari segi waktu karena muzakki yang membayarkan zakatnya tidak perlu membuang waktu untuk datang ke tempat pembayaran zakat karena bisa dilakukan secara seamless melalui aplikasi e-commerce dan bagi *muzakki* yang kami wawancarai mereka juga memberikan pendapat tentang penggunaan *e-commerce* sebagai media pembayaran zakat, salah satunya Bapak Cahya Nugeraha Robimadin yang memberikan pendapatnya tentang kelebihan dan penggunaan *e-commerce* sebagai media pembayaran zakat yaitu dapat memenuhi kebutuhan kita dengan cepat dan tepat. Pernyataan tersebut juga sesuai dengan ketereangan yang kami dapatkan saat mewawancarai Bapak Naufal Prima Satria dan Bapak Muhammad Iqbal Ibrahim yaitu menghemat waktu.

Pendapat diatas diperkuat dengan hasil observasi penulis pada aplikasi *e-commerce* di *smartphone* yaitu *Tokopedia* mengenai fitur pembayaran zakat. Untuk langkah-langkah pembayarannya sangat mudah yaitu cukup membuka halaman Tokopedia Salam,

kemudian klik fitur zakat. Selanjutnya, ada dua cara untuk membayar zakat. Pertama, hitung Zakat dengan memasukkan aset yang belum pernah Anda gunakan dalam setahun (isi minimal satu kolom). Setelah itu klik "Cek Kewajiban Zakat". Setelah itu masukkan nomor NPWP (ini opsional, jika ingin mengurangi penghasilan kena pajak silahkan masukkan nomornya), langkah terakhir klik "Bayar Zakat". Cara kedua, klik "Bayar Zakat", lalu langsung masukkan jumlah zakat yang akan dibayarkan. Setelah itu klik "Cek Kewajiban Zakat". Setelah itu masukkan nomor NPWP (ini opsional, jika ingin mengurangi penghasilan kena pajak silahkan masukkan), langkah terakhir klik "Bayar Zakat" (Ramanov, 2020)

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti laksanakan dapat diketahui bahwa bentuk Kerjasama antara LAZ Al-Azhar dengan *e-commerce* yaitu Tokopedia menghasilkan fitur yang membuat *muzakki* membayar zakatnya secara efektif tanpa memerlukan waktu yang banyak karena tahap yang dilakukan sangat mudah.

Berdasarkan keterangan dari Bapak Mahrus Ali dan *Muzakki* serta hasil observasi dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penggunaan *E-Commerce* Dalam Menunjang Penyerapan Zakat di LAZ Al-Azhar dari segi waktu bisa dikatakan efektif, karena baik berdasarkan keterangan dari Bapak Mahrus Ali, *Muzakki* dan observasi yang kami lakukan semuanya menyatakan bahwa data mempersingkat waktu.

Pendapat diatas juga diperkuat dengan teori oleh Sumaatmadja (2006) dalam proses tidak membuang waktu dan tenaga, pengukuran efektivitas secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan. Dari sudut pandang ini, alat evaluasi efektivitas pada dasarnya bergantung pada waktu yang dihabiskan dalam implementasi, tenaga untuk implementasi, dan hasil yang diperoleh. Artinya waktu sangat penting untuk menyelesaikan pekerjaan yang diharapkan. Apabila waktu untuk menyelesaikan pekerjaan tidak sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan, berarti kegiatan tersebut tidak valid.

Efektivitas Tenaga Penggunaan E-Commerce

Ukuran keefektifan biasanya dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan, serta proses yang tidak menyia-nyaiakan waktu dan tenaga. (Sumaatmadja, 2006). Berdasarkan teori tersebut dapat dimengerti bahwasanya efektivitas dapat dicapai jika tenaga yang dikeluarkan tidak terlalu banyak seperti dari keterangan Bapak Mahrus Ali selaku Manager Public Funding LAZ A-Azhar menyampaikan bahwasanya

*“Dari segi tenaga pihak LAZ Al-Azhar tidak perlu datang ke tempat muzakki untuk mengambil zakat dan dari muzakki juga tidak perlu membuang tenaga untuk datang ke tempat dan membayarkan zakatnya karena bisa dilakukan secara seamless melalui aplikasi *“e-commerce”*”* (Wawancara Bapak Mahrus Ali, Manager Public Funding LAZ Al-Azhar. 15 Februari 2021).

Dapat disimpulkan bahwa Dari segi tenaga pihak LAZ Al-Azhar tidak perlu datang ke tempat muzakki untuk mengambil zakat dan dari muzakki juga tidak perlu membuang tenaga untuk datang ke tempat dan membayarkan zakatnya karena bisa dilakukan secara seamless melalui aplikasi *e-commerce* dan dari keterangan muzakki 2 diantaranya sepakat bahwa secara tenaga sudah efektif karena tidak memerlukan tenaga yang banyak. Sedangkan pendapat dari Bapak Naufal Prima Satria mengatakan bahwa dari segi tenaga sudah efektif karena pencatatanya otomatis dan privasinya terjaga.

Adanya Kerjasama dengan pihak *e-commerce* memberikan dampak positif karena dengan adanya kerjasama tersebut maka dihasilkan fitur pembyaran zakat melalui aplikasi *e-commerce* yaitu Tokopedia di smartphone *muzakki* sehingga tenaga yang dibutuhkan pihak LAZ Al-Azhar menjadi efektif dikarenakan tidak usah menjemput zakat di rumah *muzakki* atau berkurangnya pelayanan pembayaran zakat secara tatap muka oleh *muzakki* dan pihak LAZ Al-Azhar.

Berdasarkan keterangan dari Bapak Mahrus Ali dan *Muzakki* pada paragraf diatas serta hasil observasi dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penggunaan *E-Commerce* Dalam Menunjang Penyerapan Zakat di LAZ Al-Azhar dari segi tenaga bisa dikatakan efektif, karena baik berdasarkan keterangan dari Bapak Mahrus Ali, *Muzakki* dan observasi yang kami lakukan semuanya menyatakan bahwa tidak perlu repot untuk mengeluarkan tenaga lebih karena transaksi pembayaran sudah bisa dilakukan secara *seamless* melalui *smartphone*.

Pendapat diatas juga diperkuat dengan teori oleh Sumaatmadja (2006) dalam proses tidak membuang waktu dan tenaga, pengukuran efektivitas secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan. Dari sudut pandang ini, alat evaluasi efektivitas pada dasarnya bergantung pada waktu yang dihabiskan dalam implementasi, tenaga untuk implementasi, dan hasil yang diperoleh. Tenaga yang dimaksud mengacu pada tenaga fisik dan pikiran individu dan kelompok yang terlibat dalam suatu aktivitas. Kekuasaan juga terkait dengan jumlah atau jumlah pekerja. Apabila jumlah pekerja sangat banyak dan hasil yang diperoleh tidak layak maka dapat dikatakan pekerjaan tersebut tidak efektif.

Kerjasama LAZ Al-Azhar dan E-Commerce

LAZ Al-Azhar sudah bekerjasama dengan *e-commerce* sejak tahun 2019 atau kurang lebih sekitar 2 tahun lamanya dan menghasilkan hasil yang positif sesuai dengan keterangan dari hasil wawancara dengan Bapak Mahrus Ali selaku Manager Public Funding LAZ Al-Azhar

“hasilnya sendiri bisa dikatakan positif karena zakat yang terhimpun melalui e-commerce dalam kurun waktu kurang lebih 2 tahun sejak pertama kali bekerjasama dengan e-commerce stabil meskipun pada tahun 2020 terjadi pandemi. Hal tersebut dikarenakan masyarakat sudah lebih aware dengan fasilitas pembayaran zakat melalui e-commerce sehingga muzakki tidak perlu bertatap muka lagi untuk membayarkan zakatnya serta mayoritas muzakki yang ada di LAZ Al-Azhar adalah pegawai tetap dan tidak terpengaruh oleh adanya pandemi.” (Wawancara Bapak Mahrus Ali, Manager Public Funding LAZ Al-Azhar. 15 Februari 2021).

Dapat disimpulkan pendapat dari Bapak Mahrus Ali bahwasanya kerjasama antara LAZ Al-Azhar dengan *e-commerce* membuahkan hasil yang positif selama kurang lebih 2 tahun berjalan dikarenakan masyarakat sudah banyak yang *aware* dengan pembayaran zakat melalui *e-commerce* dan karena pada tahun 2020 terjadi pandemi, maka dampaknya tidak signifikan karena *muzakki* dapat membayarkan zakatnya tanpa bertatapmuka

Meskipun kerjasama antara LAZ Al-Azhar dengan *e-commerce* yang telah berjalan kurang lebih selama 2 tahun menghasilkan hasil yang positif, tetapi ada kendala yang dialami yang dipaparkan oleh Bapak Mahrus Ali yaitu

“Kendala terbesar yang dihadapi LAZ Al-Azhar untuk saat ini adalah edukasi kepada masyarakat dengan adanya fasilitas pembayaran zakat melalui e-commerce. Meskipun dalam kurun waktu kurang lebih 2 tahun sejak pertama kali bekerjasama dengan e-commerce selalu mengalami kenaikan dalam segi nominal penghimpunannya, tapi hal tersebut masih bisa dimaksimalkan lagi dengan melakukan edukasi kepada masyarakat dengan adanya fasilitas pembayaran zakat melalui e-commerce. Sehingga selain dari pihak e-commerce yang melakukan sosialisasi, tentunya dari pihak internal LAZ Al-Azhar juga punya banyak pekerjaan rumah untuk melakukan edukasi kepada masyarakat bahwasanya LAZ Al-Azhar juga sudah bekerjasama dengan e-commerce sehingga masyarakat bisa memilih LAZ Al-Azhar sebagai lembaga yang menerima zakat yang muzakki bayarkan melalui e-commerce.” (Wawancara Bapak Mahrus Ali, Manager Public Funding LAZ Al-Azhar. 15 Februari 2021)

Sesuai dari pernyataan Bapak Mahrus Ali diatas bahwa kendala yang dihadapi berupa kurangnya edukasi kepada masyarakat mengenai adanya fasilitas pembayaran zakat melalui e-commerce. Sehingga selain dari pihak e-commerce yang melakukan sosialisasi, tentunya dari pihak internal LAZ Al-Azhar juga punya banyak pekerjaan rumah untuk melakukan edukasi kepada masyarakat bahwasanya LAZ Al-Azhar juga sudah bekerjasama dengan e-commerce sehingga masyarakat bisa memilih LAZ Al-Azhar sebagai lembaga yang menerima zakat yang muzakki bayarkan melalui e-commerce.

Meskipun ada kendala, tetapi sesuai dari keterangan dari Bapak Mahrus Ali mengatakan LAZ Al Azhar merasa sangat terbantu dengan kerjasamanya berama pihak e-commerce yaitu

“Dari segi hasil yang diperoleh pihak LAZ Al-Azhar tidak menargetkan secara spesifik berapa target untuk penghimpunan zakat melalui e-commerce tetapi pihak LAZ Al-Azhar sudah merasa sangat terbantu dengan adanya kerjasama dengan pihak e-commerce guna memenuhi target penyerapan zakat di LAZ Al-Azhar secara keseluruhan.” (Wawancara Bapak Mahrus Ali, Manager Public Funding LAZ Al-Azhar. 15 Februari 2021).

LAZ Al-Azhar yang bekerjasama dengan e-commerce merasa sangat terbantu dengan adanya fitur pembayaran zakat di e-commerce. Meskipun dari pihak LAZ Al-Azhar sendiri tidak menargetkan target spesifik untuk penyerapan zakat melalui e-commerce tetapi fitur pembayaran zakat melalui e-commerce sangat membantu untuk memenuhi target pengumpulan zakat di internal LAZ Al-Azhar.

Bapak Mahrus Ali juga menambahkan sistem Kerjasama antara pihak LAZ Al-Azhar dengan e-commerce yang mana setiap tahun diadakan evaluasi apakah kerjasama ini masih relevan atau tidak, sehingga dengan evaluasi tersebut aka nada sikap atau Tindakan yang diambil oleh pihak e-commerce seperti melanjutkan Kerjasama atau tidak.

“Sejak tahun 2019 setiap tahunnya diadakan evaluasi mengenai kinerja Kerjasama dengan pihak e-commerce apakah masih relevan atau tidak sehingga keputusan selanjutnya bisa diambil seperti melanjutkan Kerjasama tersebut atau memutus kerjasamanya.” (Wawancara Bapak Mahrus Ali, Manager Public Funding LAZ Al-Azhar. 15 Februari 2021)

Berdasarkan keterangan dari Bapak Mahrus Ali dapat disimpulkan bahwasanya kerjasama yang dilakukan oleh LAZ Al-Azhar dengan *e-commerce* dapat dikatakan berjalan dengan baik, karena dari tahun 2019 kerjasama tersebut masih berlangsung.

Berdasarkan wawancara dari *muzakki* yang membayarkan zakatnya lewat *e-commerce* dan memilih LAZ Al-Azhar sebagai lembaga penghimpun dan penyalur zakat yang mereka bayarkan berpendapat bahwasanya sudah Sangat efektif, karena penyalurannya akan tercatat jelas hasilnya pun LAZ akan mudah terbantu dalam menghimpun dana zakat.

Sesuai dengan observasi yang peneliti lakukan yang mana menggambarkan kemudahan proses pembayaran zakat melalui *e-commerce* yaitu *Tokopedia* berdampak adanya penyerapan zakat terutama di LAZ Al-Azhar guna memberikan efektivitas dari hasil yang diperoleh karena *muzakki* bisa membayarkan zakatnya dengan mudah.

Berdasarkan keterangan dari Bapak Mahrus Ali dan *Muzakki* serta hasil observasi dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penggunaan *E-Commerce* Dalam Menunjang Penyerapan Zakat di LAZ Al-Azhar dari segi hasil yang diperoleh sudah bisa dikatakan efektif, karena meskipun dari LAZ Al-Azhar tidak menargetkan secara spesifik besaran zakat yang diterima melalui *e-commerce* dan kendala sosialisasi terhadap masyarakat mengenai fitur pembayaran zakat di *e-commerce*, tetapi pihak LAZ Al-Azhar sudah merasa sangat terbantu dengan adanya fitur tersebut untuk menunjang target dari penyerapan zakat di LAZ Al-Azhar secara keseluruhan.

Pendapat diatas juga diperkuat dengan teori yang menyatakan bahwa Hasil adalah alat ukur terpenting untuk mengukur efisiensi kerja. Sumaatmadja (2006) dalam proses tidak membuang waktu dan tenaga, pengukuran efektivitas secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan. Dari sudut pandang ini, alat evaluasi efektivitas pada dasarnya bergantung pada waktu yang dihabiskan dalam implementasi, tenaga untuk implementasi, dan hasil yang diperoleh. Artinya, dengan menyesuaikan hasil yang diperoleh dari tujuan yang ditetapkan sebelum melakukan pekerjaan, Anda dapat melihat realisasi hasil akhir suatu kegiatan. Oleh karena itu, sebelum melakukan kegiatan harus ditentukan tujuan yang diharapkan. Jika tujuan tidak memenuhi tujuan yang diharapkan, itu berarti aktivitas tersebut tidak valid. Dalam hal ini pihak LAZ Al-Azhar mempunyai target zakat yang terkumpul tiap tahunnya dan penggunaan pembayaran zakat di *e-commerce* sangat membantu guna mencapai target tersebut.

Efektivitas Waktu Penggunaan Fitur Dalam Penyerapan Zakat di E-Commerce

Berdasarkan keterangan *muzakki* yang menggunakan fitur pembayaran zakat di *e-commerce* dan memilih LAZ Al-Azhar sebagai lembaga yang menerima dan menyalurkan zakat yang mereka bayarkan menyatakan bahwa

“Sangat memudahkan, hanya tinggal memiliki aplikasi (tokopedia) sudah langsung bisa menggunakan fitur pembayaran zakat & dapat memilih lembaga amil zakat sebagai penyalur dana sesuai dengan keinginan pembayar.” (Wawancara Bapak Naufal Prima Satria, *muzakki* yang membayarkan zakatnya di LAZ Al-Azhar melalui *e-commerce*. 20 Februari 2021)

Menurut keterangan dari Bapak Naufal Prima Satria selaku *muzakki*, penggunaan fitur pembayaran zakat di *e-commerce* sangat memudahkan karena hanya perlu membuka aplikasi *e-commerce* sehingga dari segi waktu bisa menjadi efisien karena tidak memakan

waktu yang banyak untuk datang ke tempat selain itu Bapak Muhammad Iqbal Ibrahim dan Bapak Cahya Nugeraha Robimadin juga mempunyai pendapat yang sama.

Bapak Mahrus Ali selaku Manager Public Funding LAZ Al-Azhar juga memiliki pendapat yang serupa karena menurut beliau adanya fitur tersebut memberikan pilihan baru untuk *muzakki* yang ingin membayarkan zakatnya dan tentunya pilihan tersebut memberikan efektivitas waktu karena hanya membutuhkan aplikasi *e-commerce* di *smartphone*.

Hasil observasi pada adanya fitur pembayaran zakat melalui *e-commerce* yaitu Tokopedia dengan tahapan pembayaran yang sangat mudah maka *muzakki* akan menghemat waktunya sehingga waktu yang dibutuhkan *muzakki* untuk membayar zakat lebih efektif.

Berdasarkan keterangan dari *muzakki* dan Bapak Mahrus Ali serta observasi yang kami lakukan dapat disimpulkan bahwasanya Penggunaan Fitur Pembayaran Zakat Di *E-Commerce* dalam segi efektivitas waktu dikatakan efektif karena *muzakki* merasakan manfaatnya berupa hanya tinggal membuka aplikasi via *smartphone*, dan Bapak Mahrus Ali mengatakan dengan adanya fitur tersebut menambah pilihan bagi *muzakki* untuk membayarkan zakatnya.

Pendapat diatas juga diperkuat dengan teori yang dikemukakan oleh Sumaatmadja (2006) dalam proses tidak membuang waktu dan tenaga, pengukuran efektivitas secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan. Dari sudut pandang ini, alat evaluasi efektivitas pada dasarnya bergantung pada waktu yang dihabiskan dalam implementasi, tenaga untuk implementasi, dan hasil yang diperoleh. Artinya waktu sangat penting untuk menyelesaikan pekerjaan yang diharapkan. Apabila waktu untuk menyelesaikan pekerjaan tidak sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan, berarti kegiatan tersebut tidak valid.

Efektivitas Tenaga Penggunaan Fitur Dalam Penyerapan Zakat di *E-Commerce*

Sama seperti efektivitas waktu, berdasarkan hasil wawancara *muzakki* yang menggunakan fitur pembayaran zakat di *e-commerce* menyatakan bahwa

“Sangat memudahkan, karena pada zaman millennial ini banyak orang yang menggunakan e-commerce untuk belanja secara online, sehingga Ketika ada fitur pembayaran zakat di e-commerce kita hanya cukup mempunyai satu aplikasi untuk belanja sekaligus membayarkan zakat.” (Wawancara Bapak Muhammad Iqbal Ibrahim, *muzakki* yang membayarkan zakatnya di LAZ Al-Azhar melalui *e-commerce*. 21 Februari 2021)

Pendapat dari Bapak Muhammad Iqbal Ibrahim dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur pembayaran zakat di *e-commerce* sangat memudahkan karena hanya perlu membuka aplikasi *e-commerce* sehingga dari segi tenaga bisa menjadi efisien karena tidak memakan tenaga yang banyak untuk datang ke tempat dan Bapak Cahya Nugeraha Robimadin serta Bapak Naufal Prima Satria juga mempunyai pendapat yang serupa.

Selain itu, pendapat mengenai efektifitas penggunaan fitur pembayaran zakat di *e-commerce* diperkuat dengan pernyataan yang mirip dengan *muzakki* yaitu Bapak Mahrus Ali selaku Manager Public Funding LAZ Al-Azhar karena menurut beliau adanya fitur tersebut memberikan pilihan baru untuk *muzakki* yang ingin membayarkan zakatnya dan

tentunya pilihan tersebut memberikan efektivitas waktu karena hanya membutuhkan aplikasi *e-commerce* di *smartphone muzakki*.

Berdasarkan observasi yang kami lakukan dengan adanya fitur pembayaran zakat melalui *e-commerce* yaitu Tokopedia dengan tahapan pembayaran yang sangat mudah maka *muzakki* akan menghemat tenaganya tanpa perlu repot untuk datang ke tempat secara langsung, sehingga tenaga yang dibutuhkan *muzakki* untuk membayar zakat lebih efektif karena sangat minim.

Berdasarkan keterangan dari *Muzakki* dan Bapak Mahrus Ali serta hasil observasi dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Penggunaan Fitur Pembayaran Zakat Di *E-Commerce* dalam segi efektivitas tenaga bisa dikatakan efektif, karena baik berdasarkan keterangan dari Bapak Mahrus Ali, *Muzakki* dan observasi yang kami lakukan semuanya menyatakan bahwa tidak perlu repot untuk mengeluarkan tenaga lebih karena transaksi pembayaran sudah bisa dilakukan secara *seamless* melalui *smartphone* tanpa perlu datang di tempat.

Pendapat diatas juga diperkuat dengan teori yang dikemukakan oleh Sumaatmadja (2006) dalam proses tidak membuang waktu dan tenaga, pengukuran efektivitas secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan. Dari sudut pandang ini, alat evaluasi efektivitas pada dasarnya bergantung pada waktu yang dihabiskan dalam implementasi, tenaga untuk implementasi, dan hasil yang diperoleh. Tenaga yang dimaksud mengacu pada tenaga fisik dan pikiran individu dan kelompok yang terlibat dalam suatu aktivitas. Kekuasaan juga terkait dengan jumlah atau jumlah pekerja. Apabila jumlah pekerja sangat banyak dan hasil yang diperoleh tidak layak maka dapat dikatakan pekerjaan tersebut tidak efektif.

Efektivitas *Muzakki* sebagai Penggunaan E-Commerce dalam Menunjang Penyerapan Zakat

Seperti halnya efektivitas waktu dan tenaga, berdasarkan keterangan dari *muzakki* menyatakan bahwa

“Untuk kelebihannya yaitu menghemat biaya dan waktu, Jika situasi pandemi seperti ini meminimalisir kontak fisik & bertemu banyak orang. (Wawancara Bapak Naufal Prima Satria, muzakki yang membayarkan zakatnya di LAZ Al-Azhar melalui e-commerce. 20 Februari 2021)

Dengan adanya fitur pembayaran zakat tersebut, *muzakki* yang membayarkan zakatnya hanya tinggal membuka aplikasi *e-commerce* di *smartphone* merka maka hasil yang diperoleh untuk pembayaran zakat bisa dilakukan secara efektif karena *muzakki* tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk membayar zakat, seperti biaya transport ketika *muzakki* yang ingin membayarkan zakatnya ke tempat LAZ Al-azhar.

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat yang serupa dari Bapak Mahrus Ali selaku Manager Public Funding LAZ Al-Azhar yang menyebutkan *muzakki* bisa membayarkan zakatnya secara *seamless* melalui aplikasi *e-commerce* sehingga *muzakki* tidak perlu datang ke tempat yang mana itu membuat kita tidak memerlukan biaya transport

“Untuk kelebihannya yaitu mempermudah muzakki yang membayarkan zakatnya di LAZ Al-Azhar secara seamless tidak perlu repot datang ke tempat untuk membayarkan zakatnya,” (Wawancara Bapak Mahrus Ali, Manager Public Funding LAZ Al-Azhar. 15 Februari 2021).

Berdasarkan observasi yang kami lakukan dengan adanya fitur pembayaran zakat melalui e-commerce yaitu Tokopedia dengan tahapan pembayaran yang sangat mudah maka muzakki akan menghemat tenaganya tanpa perlu repot untuk dating ke tempat secara langsung, sehingga tenaga yang dibutuhkan muzakki untuk membayar zakat lebih efektif karena sangat minim biaya pengeluaran lagi semisal biaya transport.

Berdasarkan keterangan dari *Muzakki* dan Bapak Mahrus Ali serta hasil observasi dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Penggunaan Fitur Pembayaran Zakat Di *E-Commerce* dalam segi efektivitas hasil yang diperoleh dikatakan efektif, karena *muzakki* yang mau membayarkan zakatnya tidak perlu mengeluarkan uang lagi untuk biaya transport demi datang ke tempat, sehingga pembayaran zakat tidak ditambah lagi oleh biaya – biaya lainnya.

Pendapat diatas juga diperkuat dengan teori dari Sumaatmadja (2006) dalam proses tidak membuang waktu dan tenaga, pengukuran efektivitas secara keseluruhan dapat dilihat dari hasil kegiatan yang memenuhi tujuan. Dari sudut pandang ini, alat evaluasi efektivitas pada dasarnya bergantung pada waktu yang dihabiskan dalam implementasi, tenaga untuk implementasi, dan hasil yang diperoleh. Artinya, dengan menyesuaikan hasil yang diperoleh dari tujuan yang ditetapkan sebelum melakukan pekerjaan, Anda dapat melihat realisasi hasil akhir suatu kegiatan. Oleh karena itu, sebelum melakukan kegiatan harus ditentukan tujuan yang diharapkan. Jika tujuan tidak memenuhi tujuan yang diharapkan, itu berarti aktivitas tersebut tidak valid. Dalam hal ini pihak *muzakki* mempunyai keuntungan dimana tidak adanya biaya tambahan seperti transport dikarenakan pembayaran zakat bisa langsung melalui *smartphone*,

4. KESIMPULAN

Berdasarkan perolehan dari riset yang dilakukan di LAZ Al-Azhar karena kerjasamanya dengan *e-commerce*, *muzakki* yang membayarkan zakatnya melalui *e-commerce* dan memilih LAZ Al-Azhar sebagai Lembaga yang menghimpun dan menyalurkan zakatnya, dan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan yaitu penggunaan e-commerce dalam menunjang penyerapan zakat di LAZ Al-Azhar bisa dikatakan efektif dikarenakan dari segi waktu *muzakki* yang mau membayarkan zakatnya di LAZ Al-Azhar tidak perlu dating di tempat pembayaran. Dari segi tenaga juga dikatakan efektif karena pihak LAZ Al-Azhar tidak perlu datang ke tempat muzakki untuk mengambil zakat dan dari muzakki juga tidak perlu membuang tenaga untuk datang ke tempat dan membayarkan zakatnya karena bisa dilakukan secara seamless melalui aplikasi *e-commerce* dan dari segi hasil yang diperoleh LAZ Al-Azhar sudah merasa sangat terbantu dengan adanya kerjasama dengan pihak e-commerce guna memenuhi target penyerapan zakat di LAZ Al-Azhar secara keseluruhan meskipun LAZ Al-Azhar tidak menargetkan secara spesifik berapa target untuk penghimpunan zakat melalui e-commerce

Penggunaan fitur dalam penyerapan zakat di e-commerce juga dinilai sudah efektif dikarenakan dari segi waktu *muzakki* Sangat hanya tinggal memiliki aplikasi (tokopedia) sudah langsung bisa menggunakan fitur pembayaran zakat & dapat memilih lembaga amil zakat sebagai penyalur dana sesuai dengan keinginan pembayar. Dari segi tenaga, dengan adanya fitur pembayaran zakat di e-commerce kita hanya cukup mempunyai satu aplikasi untuk belanja sekaligus membayarkan zakat. Dan dari hasil yang diperoleh, penggunaan fitur pembayaran zakat melalui aplikasi *e-commerce* menghemat biaya dan waktu, Jika situasi pandemi seperti ini meminimalisir kontak fisik & bertemu banyak orang, selain itu

muzakki tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk membayar zakat, seperti biaya transport ketika muzakki yang ingin membayarkan zakatnya ke tempat LAZ Al-azhar.

Berdasarkan hasil dari penelitian juga didapati penyerapan zakat melalui e-commerce ini masih belum maksimal, maka terdapat banyak pekerjaan rumah bagi LAZ Al-Azhar dan juga pihak e-commerce dengan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai adanya fitur pembayaran zakat. Tentunya edukasi tersebut tidak hanya dilaksanakan oleh pihak LAZ Al-Azhar, tetapi dari pihak e-commerce juga sangat diperlukan sehingga harapannya nanti muzakkidan pengguna e-commerce yang belum mengetahui tentang adanya fitur pembayaran zakat dapat membayarkannya melalui aplikasi e-commerce.

5. REFERENSI

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2019). Berita resmi statistik. *Bps.Go.Id*, 27, 1–52.
- Amarodin, M. (2020). Modernisasi Penghimpunan Dana Zakat Di Era Industri 4.0. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 07(01), 65–79.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2018). *Statistik Zakat Nasional 2018*. 68–70.
- Baznas. (2019). Statistik Zakat Nasional 2019 (National Zakat Statistics 2019). *Baznas*, 1–110.
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2017). Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 1(1), 14.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Pustaka Pelajar.
- J.Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2013). *www.kemenag.com*. 2013.
- Mardiasmo. (2004). *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah* (Vol. 4).
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Miles, B. M. & M. H. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru* (Vol. 1, Issue 2). UIP.
- Nursid Sumaatmadja. (2006). Metodologi Pengajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS). In *Alumni*.
- Ramanov. (2020, April 2). *Tata Cara Membayar Zakat di Tokopedia Salam*.
- Sakka, A. R., & Qulub, L. (2019). *Al-Azhar Journal of Islamic Economics Efektivitas Penerapan Zakat Online terhadap Peningkatan*. 1, 66–83.
- Statista .(2019). Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 1.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.