

Efektivitas Layanan Pembayaran Digital Dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat : Studi Kasus Inisiatif Zakat Indonesia Dikota Palembang

Dilan Hasanah¹⁾, Zuul Fitriani Umari²⁾, Abubakar Sidik³⁾, Peny Cahaya Azwari⁴⁾

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan Indonesia

Email: dilanhasanah52@gmail.com¹, zuulfitriani_uin@radenfatah.ac.id², abubakar_uin@rafah.com³, penycahayaazwari_uin@radenfatah.ac.id⁴

Abstract: *This study aims to analyze the effectiveness of digital payment services in increasing zakat collection at Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Palembang. This research uses a qualitative descriptive method through interviews, observations, and documentation. The results show that digital payment services implemented by IZI Palembang are quite effective in increasing the amount of zakat collection, although the number of muzakki fluctuates. Bank transfers remain the most dominant payment method, while the use of QRIS and the ZakatPedia application is not yet stable. The main obstacles include limited digital content creativity and low social media interaction. Improvement efforts are carried out through the use of social media and cooperation with communities; however, these efforts still need to be optimized. Therefore, strengthening digital communication strategies and content management is necessary to enhance zakat collection*

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas layanan pembayaran digital dalam meningkatkan pengumpulan zakat pada Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Kota Palembang. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan pembayaran digital yang diterapkan oleh IZI Kota Palembang tergolong cukup efektif dalam meningkatkan nominal pengumpulan zakat, meskipun jumlah muzakki mengalami fluktuasi. Transfer bank masih menjadi metode pembayaran yang paling dominan, sementara penggunaan QRIS dan aplikasi ZakatPedia belum stabil. Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan kreativitas konten digital dan rendahnya interaksi di media sosial. Upaya peningkatan dilakukan melalui pemanfaatan media sosial dan kerja sama dengan komunitas, namun masih perlu dioptimalkan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan strategi komunikasi dan pengelolaan konten digital agar pengumpulan zakat semakin meningkat.*

Keywords : *Digital Zakat, Digital Payment, Effectiveness, Zakat Collection*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan zakat. Zakat digital merupakan mekanisme pembayaran zakat melalui platform teknologi seperti aplikasi, transfer bank, QRIS, dan media elektronik lainnya yang bertujuan mempermudah muzakki dalam menunaikan kewajibannya secara cepat, efektif, dan transparan (BAZNAS, 2020). Kehadiran sistem digital ini tidak hanya memberikan kemudahan dari sisi

teknis, tetapi juga meningkatkan akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan dana zakat, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

Zakat memiliki peran strategis dalam upaya pengentasan kemiskinan, khususnya melalui pendistribusian dana zakat yang bersifat produktif. Penyaluran zakat dalam bentuk modal usaha terbukti mampu meningkatkan pendapatan mustahik serta mendorong kemandirian ekonomi. Selain itu, pendampingan yang diberikan oleh lembaga pengelola zakat turut berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan usaha mustahik (Impact Analysis Of The Zakat, Infaq And Shadaqah Funds Distribution To The Poverty Level Of Mustahik By Using Cibest Method, Khairul Rijal Ahmad Zainuri Peny Cahaya Azwari).

Menurut Fatmawati dalam Khairul bahwa pembangunan manusia yang berkualitas membutuhkan sumber daya keuangan yang kuat untuk memastikan setiap tujuan yang direncanakan dapat tercapai. Zakat merupakan salah satu instrumen yang berperan penting dalam memperkuat umat Islam dan memastikan keadilan dan stabilitas sosial melalui pengurangan kesenjangan pendapatan di antara masyarakat (Meerangani, 2019 dalam Syachri, Zainal Berlian, Peny Cahaya Azwari et., 2023:2). Dalam konteks ekonomi Islam, zakat tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban ibadah, tetapi juga sebagai instrumen redistribusi pendapatan yang mendorong kesejahteraan sosial. Rahman (2021) menyatakan bahwa inovasi dalam pengelolaan zakat, termasuk digitalisasi, dapat memperluas akses masyarakat dan meningkatkan efektivitas penghimpunan dana.

Di Indonesia, digitalisasi zakat berkembang sejak diperkenalkan oleh BAZNAS pada tahun 2016. Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Kota Palembang turut mengadopsi layanan pembayaran digital seperti transfer bank, QRIS, dan aplikasi ZakatPedia (IZI, 2022). Adopsi ini menunjukkan upaya lembaga zakat dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kemudahan transaksi. Meirani dan Pratiwi (2023) juga menunjukkan bahwa zakat digital di Indonesia mengalami tren positif dalam meningkatkan efisiensi dan jangkauan penghimpunan.

Namun, implementasi layanan digital belum sepenuhnya optimal. Tantangan yang dihadapi meliputi rendahnya interaksi media sosial, kurangnya kreativitas konten digital, keterbatasan literasi digital, serta perbedaan tingkat kepercayaan terhadap metode pembayaran (Kotler & Keller, 2016; Ningrum et al., 2021). Selain itu, sebagian muzakki masih lebih memilih metode konvensional atau transfer bank dibandingkan platform digital seperti QRIS. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pengelolaan zakat masih memerlukan strategi yang lebih inovatif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas layanan pembayaran digital dalam meningkatkan jumlah muzakki dan nominal zakat, serta mengidentifikasi kendala dan upaya optimalisasinya.

Untuk memudahkan masyarakat dalam menunaikan zakat, IZI Sumatera Selatan secara aktif menyebarluaskan informasi terkait nomor rekening zakat melalui berbagai grup pesan digital dan konten media sosial, termasuk WhatsApp. Informasi tersebut biasanya dicantumkan dalam kampanye digital, unggahan media sosial, serta materi promosi lainnya sehingga mempermudah masyarakat dalam mengetahui dan mengakses rekening resmi pembayaran zakat 5 ke IZI.4 Adapun jumlah zakat digital yang telah terkumpul di IZI Sumatera Selatan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah zakat digital terkumpul di IZI Sumatera Selatan tahun 2022-2024

Tahun	Jumlah Muzakki	Donasi Terkumpul
2022	768 Muzakki	1.053.395.559
2023	905 Muzakki	1.571.652.097
2024	273 muzakki	2.113.066.659

Sumber : dokumentasi internal IZI Sumatera Selatan, data pengumpulan zakat digital tahun 2022-2024

Hasil penghimpunan zakat disalurkan melalui berbagai program pemberdayaan dan bantuan antara lain program pembinaan penghafal Al Qur'an, pemberian beasiswa pendidikan bagi siswa dan mahasiswa kurang mampu, pemberdayaan usaha kecil melalui program UMKM, serta bantuan bagi anak yatim dan piatu. Dalam pelaksanaan penyaluran ini Lembaga IZI (Inisiatif Zakat Indonesia) dibantu oleh para relawan yang berperan dalam pendataan, verifikasi penerima manfaat, serta distribusi bantuan agar tepat sasaran. Aplikasi dan Platform digitalisasi pengelolaan zakat, termasuk yang didorong oleh BAZNAS Sumatera Selatan, bertujuan untuk meningkatkan optimalisasi penghimpunan dana zakat. Ini dapat berarti pengembangan aplikasi atau penggunaan platform digital untuk transaksi dan informasi zakat

METODE

Ditinjau dari jenis penelitian ini dilihat berdasarkan tempatnya, Penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Artinya apa yang diinginkan informan diungkapkan yaitu data berupa kata-kata, gambar bukan angka-angka. Sekalipun angka- angka itu hanya mendukung jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode deskriptif atau paparan peneliti, sedangkan data yang diperlukan diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, foto dan dokumentasi. penelitian ini yaitu secara langsung mengadakan pengamatan, peneliti terjun langsung untuk memperoleh informasi yang diperlukan. metode penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif. Hal ini sejalan dengan pendapat Moleong (2018) yang menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk memahami fenomena secara menyeluruh, baik dari segi perilaku, persepsi, maupun tindakan subjek penelitian. Dengan demikian,

metode ini dianggap tepat untuk mengkaji sejauh mana layanan pembayaran digital mampu meningkatkan jumlah dan nominal pengumpulan zakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Layanan Pembayaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Dan Nominal Pengumpulan Zakat : Studi Kasus Inisiatif Zakat Indonesia Dikota Palembang

Pengumpulan zakat digital merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk menggambarkan implementasi layanan pembayaran digital di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Sumatera Selatan. Indikator ini dipandang penting karena mampu menunjukkan sejauh mana pemanfaatan teknologi digital berkontribusi terhadap kemudahan akses masyarakat dalam menunaikan kewajiban zakat.

Table 2 Perkembangan Pengumpulan Zakat Digital IZI Sumatera Selatan Tahun 2022-2024 Berdasarkan Metode Pembayaran

Tahun	Zakatpedia (Rp)	Qris (Rp)	Transfer Bank (Rp)	Jumlah Muzakki	Total Zakat Digital (Rp)
2022	24.042.047	56.325.502	973.031.009	273	1.053.395.559
2023	20.432.229	263.650.968	1.287.868.900	905	1.571.652.097
2024	32.776.786	215.494.771	1.864.795.102	768	2.113.066.659

Sumber : Dokumen Internal Izi Sumatera Selatan, Data Pengumpulan Zakat Digital Tahun 2022-2024

Berdasarkan data pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa pada tahun 2022 pengumpulan zakat digital di IZI Sumatera Selatan masih didominasi oleh metode pembayaran transfer bank dengan total penghimpunan sebesar Rp973.031.009. Sementara itu, penggunaan QRIS dan aplikasi ZakatPedia masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada tahap awal implementasi layanan pembayaran digital, sebagian besar muzakki masih memilih metode pembayaran yang telah lama digunakan dan dianggap paling aman serta terpercaya

Pada tahun 2023, jumlah muzakki yang menggunakan layanan pembayaran zakat digital mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu menjadi 905 orang. Peningkatan jumlah muzakki ini diikuti dengan kenaikan nominal zakat digital yang dihimpun, khususnya melalui metode pembayaran transfer bank dan QRIS. Meskipun demikian, berdasarkan data yang tersedia, peningkatan jumlah muzakki tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan nominal zakat yang merata pada setiap muzakki. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas layanan pembayaran digital tidak hanya ditentukan oleh banyaknya muzakki yang menggunakan layanan tersebut, tetapi juga oleh besaran zakat yang dibayarkan oleh masing-masing muzakki.

Memasuki tahun 2024, jumlah muzakki yang menunaikan zakat melalui layanan pembayaran digital justru mengalami penurunan menjadi 768 orang Total zakat digital pada tahun 2024 mencapai

Rp2.113.066.659, meningkat cukup signifikan dibandingkan tahun 2023 yang sebesar Rp1.571.652.097. Peningkatan nominal zakat digital pada tahun 2024 menunjukkan bahwa layanan pembayaran digital IZI Sumatera Selatan semakin efektif dalam menghimpun zakat dalam jumlah yang lebih besar. Fenomena ini mengindikasikan bahwa meskipun jumlah muzakki menurun, terdapat muzakki dengan tingkat kesadaran berzakat dan kemampuan ekonomi yang lebih tinggi sehingga mampu menunaikan zakat dalam nominal yang lebih besar. Dengan demikian, penurunan jumlah muzakki tidak secara langsung berdampak pada penurunan total zakat yang terkumpul.

Dari berbagai metode pembayaran yang ditawarkan dalam situs belanja online salah satunya adalah transfer bank. Ketersediaan mobile banking telah mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan untuk pembelian secara online. (Harahap 2018). Ada tiga alasan utama mengapa institusi klien membutuhkan layanan mobile banking, menurut temuan studi MARS Indonesia yang dirilis dalam “Market & Mobile Banking Customer Behavior 2008”, antara lain: (1) simpel karena kita tidak perlu repot datang ke bank/ATM (46,5%), (2) transaksi yang jauh menjadi lebih menghemat waktu dan mudah (32,7%), dan (3) memverifikasi saldo melalui handphone menjadi lebih sederhana (17,8%). (Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, Peny Cahaya Azwari, Adl Islamic Economic, Volume 4 Nomor 1 Mei 2023)

Berdasarkan metode pembayaran, transfer bank masih menjadi metode yang paling dominan selama periode penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kepercayaan (amanah) masih menjadi faktor utama dalam pemilihan metode pembayaran zakat. Rasulullah SAW bersabda: “Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayaimu.” (HR. Abu Dawud).⁴² Dominasi transfer bank mengindikasikan bahwa muzakki menilai metode ini sebagai kanal pembayaran yang paling aman dan terpercaya. Dari segi metode pembayaran, hasil penelitian menunjukkan bahwa transfer bank masih menjadi metode yang paling dominan digunakan oleh muzakki. Tingginya penggunaan metode ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem perbankan masih sangat kuat. Hal ini juga didukung oleh penelitian (Tirtana and Permata Sari 2014, Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, Peny Cahaya Azwari et., 2023:6) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap mobile banking menjadi faktor utama dalam meningkatkan penggunaan layanan keuangan digital.

Menurut Davis, *perceived ease of use* adalah suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem/teknologi tersebut tidak diperlukan usaha apapun. Menurut Adam, Nelson dan Told *perceived usefulness* merupakan suatu keadaan dimana seseorang percaya terhadap penggunaan sistem/teknologi yang dapat memberikan manfaat bagi penggunanya (Muflihadi & Rubiyanti, 2016, Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja Uswatun

Hasanah¹, M Rusydi¹, Candra Zaky Maulana¹, Maftukhatushalikhah¹, Peny Cahaya Azwari¹ *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, dan Sains* Vol. 10 No. 1 (2021)

Sementara itu, penggunaan QRIS dan ZakatPedia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa layanan pembayaran digital yang diterapkan oleh IZI Sumatera Selatan tergolong cukup efektif dalam meningkatkan nominal pengumpulan zakat. Hal ini tercermin dari tren peningkatan total zakat digital yang berhasil dihimpun setiap tahunnya. Namun, dari sisi konsistensi peningkatan jumlah muzakki, efektivitas layanan pembayaran digital tersebut belum sepenuhnya optimal dan masih memerlukan strategi lanjutan, khususnya dalam meningkatkan adopsi masyarakat terhadap metode pembayaran digital selain transfer bank.

Kendala Yang Dihadapi IZI Sumatera Selatan Dalam Pengelolaan Layanan Pembayaran Digital Dan Upaya Dalam Peningkatan Efektivitas Pengumpulan Zakat.

Dalam pelaksanaan layanan pembayaran digital, IZI Sumatera Selatan melibatkan peran affiliate yang terbagi menjadi affiliate komunitas dan affiliate personal. Affiliate komunitas merupakan kelompok masyarakat atau komunitas mitra yang bekerja sama dengan IZI dalam menyebarkan informasi zakat digital, seperti nomor rekening, QRIS, dan aplikasi ZakatPedia. Sementara itu, affiliate personal merupakan individu, baik staf maupun relawan IZI, yang secara pribadi turut menyebarkan informasi layanan pembayaran zakat digital melalui media sosial dan jaringan komunikasi yang dimiliki.

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf affiliate IZI Sumatera Selatan, diketahui bahwa IZI telah bekerja sama dengan delapan kabupaten, yaitu OKU Timur, OKU Selatan, Muara Enim, Lahat, Musi Banyuasin, PALI, Empat Lawang, dan Ogan Ilir. Kerja sama ini bertujuan untuk memperluas jangkauan informasi zakat digital agar dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas. Komunitas mitra yang terlibat dalam mekanisme ini dikenal sebagai IZI Poin, yaitu komunitas resmi yang berperan sebagai perpanjangan tangan IZI dalam membantu penyebaran informasi zakat digital dan pelaksanaan kegiatan penghimpunan dana sesuai dengan ketentuan lembaga. Proses ini berdampak pada terbatasnya ruang gerak IZI daerah dan mitra komunitas dalam merespons momentum penggalangan zakat yang bersifat situasional dan cepat. Padahal, dalam ajaran Islam umat dianjurkan untuk menyegerakan amal kebaikan sebagaimana firman Allah SWT: 'Berlombalombalah kamu dalam kebaikan' (QS. Al-Baqarah [2]: 148).

Selain kendala struktural berupa proses persetujuan (ACC) konten dari IZI Pusat, temuan penelitian juga menunjukkan adanya permasalahan internal yang turut memengaruhi efektivitas pelaksanaan strategi digital di IZI Provinsi Sumatera Selatan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Bapak M. Faruq Al Faqih selaku Staf Affiliate Kantor Cabang IZI Provinsi Sumatera Selatan, yang

menjelaskan bahwa IZI telah memanfaatkan berbagai platform media digital, seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok, dalam menyebarkan informasi zakat digital. Informasi yang dibagikan meliputi QRIS, tautan ZakatPedia, nomor rekening, serta konten-konten yang berkaitan dengan ZIS yang disertai ajakan untuk berdonasi. Meskipun demikian, upaya pemanfaatan media digital tersebut belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah muzakki. Rendahnya respons audiens, yang terlihat dari minimnya jumlah like, komentar, dan interaksi lainnya, menunjukkan bahwa konten yang disajikan belum sepenuhnya mampu menarik perhatian pengguna media sosial. Selain itu, keterbatasan jumlah pengikut (followers) pada akun Instagram dan TikTok IZI Sumatera Selatan juga menjadi faktor yang membatasi jangkauan penyebaran konten, sehingga pesan zakat digital yang disampaikan belum tersebar secara luas.

Dalam perspektif manajemen zakat modern, Didin Hafidhuddin menegaskan bahwa pengelolaan zakat harus dilakukan secara profesional, adaptif, dan komunikatif agar potensi zakat dapat dihimpun secara optimal.⁴⁸ Sejalan dengan itu, Yusuf al-Qaradawi juga menyatakan bahwa zakat sebagai ibadah maliyah ijtimai'iyah terbuka terhadap pengembangan sarana dan metode pelaksanaannya selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.⁴⁹ Oleh karena itu, pemanfaatan media digital dan affiliate marketing dalam zakat merupakan inovasi yang sah dan relevan, namun harus diiringi dengan strategi komunikasi yang efektif.

Dari sisi penyajian, konten digital yang diproduksi oleh IZI Sumatera Selatan masih cenderung bersifat informatif dan formal. Penekanan konten lebih banyak pada penyampaian informasi teknis mengenai kanal pembayaran zakat tanpa diimbangi dengan pendekatan kreatif yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi pengguna media sosial. Kondisi ini berdampak pada rendahnya tingkat keterlibatan audiens serta terbatasnya jangkauan penyebaran informasi zakat digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh IZI Sumatera Selatan belum sepenuhnya diiringi dengan strategi konten yang adaptif dan berorientasi pada perilaku pengguna media sosial. Rendahnya engagement tidak hanya membatasi jangkauan konten, tetapi juga mengurangi potensi konten digital dalam membangun kesadaran, kepercayaan, dan minat masyarakat untuk menunaikan zakat melalui layanan digital.

Meskipun peran affiliate dan pemanfaatan media digital telah diterapkan di IZI Sumatera Selatan, efektivitas strategi konten digital dalam mendukung layanan zakat masih belum optimal. Hal ini terlihat dari keterbatasan jangkauan audiens yang belum merata, tingkat interaksi pengguna yang masih rendah, serta belum maksimalnya penyesuaian konten dengan karakteristik, preferensi, dan kebutuhan pengguna media sosial. Selain itu, pengelolaan konten yang belum terstruktur secara konsisten dan kurangnya inovasi dalam penyajian informasi juga turut memengaruhi rendahnya performa konten digital yang dihasilkan. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan yang lebih

komprehensif, khususnya dalam aspek manajemen konten, seperti perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten secara berkelanjutan. Di samping itu, strategi komunikasi digital juga perlu ditingkatkan dengan pendekatan yang lebih adaptif, kreatif, dan sesuai dengan tren media sosial agar mampu menarik perhatian serta meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan demikian, peran affiliate dalam mendukung strategi digital dapat berjalan lebih efektif dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap peningkatan jumlah muzakki dan pengumpulan zakat di IZI Sumatera Selatan.

KESIMPULAN

Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Sumatera Selatan dapat disimpulkan telah menerapkan layanan pembayaran digital yang cukup efektif dalam meningkatkan nominal pengumpulan zakat. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan total zakat digital selama periode 2022–2024, meskipun jumlah muzakki mengalami fluktuasi, khususnya penurunan pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa layanan pembayaran digital mampu menjangkau muzakki dengan tingkat kesadaran berzakat dan kemampuan ekonomi yang lebih tinggi. Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Sumatera Selatan dalam meningkatkan jumlah muzakki melalui layanan pembayaran digital masih belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari pertumbuhan jumlah muzakki yang belum stabil, belum meratanya penggunaan metode pembayaran berbasis aplikasi seperti QRIS dan ZakatPedia, serta masih dominannya transfer bank. Selain itu, kondisi ini juga dipengaruhi oleh kendala internal, seperti keterlambatan persetujuan konten dari IZI Pusat serta rendahnya kualitas dan interaksi konten digital di mediasosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Abidin, and Pertiwi Utami. *“The Regulation of Zakat Digital Technology in Creating Community Welfare Impact on Economic Development.”*
- Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues* 23, no. 5 (2020): 1–9. barnawi dkk. “No Titlepedoman Penulisan Skripsi,” 2010, 42.
- Basid, Abdul, and Nur Faizin. “Reintepretasi Ayat-Ayat Ahkam Tentang Zakat.” *AL YASINI: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum Dan Pendidikan* 06, no. 36 (2021): 10–22.
- Chadjib Halik, Abdul, Murtiadi Awaluddin, Mashuri Masri, and Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Hidayatullah Depok. “Membangun Kepercayaan Masyarakat Terhadap Sistem Pembayaran Zakat Digital: Studi Kasus Pada Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Di Indonesia.” *Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 5 (2024): 5315 26.
- Jamaludin, Nur, and Siti Aminah. “Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang.”

- Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)* 2, no. 2 (2021): 180–208. 2021.2.2.180-208. Manfaat, D A N, and Sosial Ekonomi. “ZAKAT ONLINE DAN
- Pemberdayaan Mustahik: Tinjauan Agama Dan Manfaat Sosial Ekonomi Nadine Aulia Putri” 20, no. 1 (2025): 1964–72.
- Meirani, Nadia, and Rizka Estisia Pratiwi. “Perkembangan Digital Zakat Di Indonesia : Analisa Bibliometrik.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*
- Peluang Media Digital: Strategi Meningkatkan Fundraising Zakat Di Lembaga Taman Zakat Indonesia Bakhrul Huda.” *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)* 3, no. 1 (2021): 45–62.
- Zakat- *Journal of Islamic Studies* 6, no. 2 (2021): 53–63. <https://www.idntimes.com/business/economy/vanny-rahman/potensi-di-indonesia-mencapai-satu>, Refleksi, Abad Muhammadiyah Mencerdaskan Bangsa, and Tentang Hak Cipta. No Title, n.d.
- Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method.” *International Conference of 2018.118. Zakat*, no. 23 (2019).
- Yati, Fauzi, and Putri Rahmani. “Efektifitas Pelaksanaan Zakat... |133 Turast: *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Efektivitas Pelaksanaan*
- Zakat Secara Online (Studi Badan Amil Zakat Nasional Kota Padang)” 10, no. 2 (2022): 133–50.
- Syachrill, Zainal Berlian, Peny Cahaya Azwari Efektivitas Penyaluran Zakat Program Beasiswa Pendidikan Terhadap Pengembangan Mutu Pendidikan di Kabupaten Muara Enim edukasi Islami: *Jurnal Pendidikan Islam*, VOL: 12/NO: 04 November 2023 P-ISSN: 2252-8970
- Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, Peny Cahaya Azwari pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang *Islamic Economic*, Volume 4 Nomor 1 Mei 2023
- M Rusydi¹, Candra Zaky Maulana¹, Maftukhatushalikhah¹, Peny Cahaya Azwari, Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja Uswatun Hasanah¹, *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, dan Sains* 2021.
- Ahmad Zainuri Peny Cahaya Azwari, Fikri , Impact Analysis Of The Zakat, Infaq And Shadaqah Funds Distribution To The Poverty Level Of Mustahik By Using Cibest Method, Khairul Rijal: *Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya* Volume 5, Nomor 1, Juni 2020