

Efektivitas Digitalisasi Pelayanan Baznas Kota Tangerang Melalui Aplikasi Tangerang Live dalam Kemudahan Pembayaran Zakat

¹Alysha Surya Kania ²Resti Gustiana

^{1,2}Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Pamulang, Indonesia

Email: ¹alyshasuryakania@gmail.com ²dosen02813@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan efektivitas digitalisasi pelayanan BAZNAS Kota Tangerang melalui fitur “Ayo Zakat” pada aplikasi Tangerang LIVE dalam memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk membayar zakat, sekaligus mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat penggunaannya. Penelitian ini menjawab bagaimana infrastruktur Super Apps daerah memberikan kemudahan transaksional serta hambatan adopsi teknologi yang dihadapi di lapangan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi bersama informan kunci dari Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang, BAZNAS Kota Tangerang, serta 13 informan masyarakat perwakilan tiap kecamatan di Kota Tangerang. Analisis dilakukan dengan menghubungkan data lapangan dengan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) dan Technology Organization Environment (TOE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi layanan melalui aplikasi Tangerang LIVE telah berjalan cukup efektif dari segi efisiensi teknis. Sistem pembayaran nontunai berbasis Web Service yang terhubung dengan payment gateway Midtrans memudahkan mobilitas masyarakat perkotaan, mempercepat penerbitan Bukti Setor Zakat (BSZ) resmi dalam 5–20 menit, serta meningkatkan jumlah muzakki digital dari sekitar 2.000–3.000 menjadi 3.000–4.000 orang per tahun. Namun demikian, efektivitas ini belum optimal secara sosiologis karena berhadapan dengan preferensi budaya masyarakat yang lebih memilih akad zakat secara langsung di masjid. Hambatan lain berasal dari keterbatasan jumlah staf pengelola serta kekhawatiran psikologis masyarakat terhadap keamanan data pribadi pada tahap registrasi KTP di awal proses.

Kata Kunci: Efektivitas, Digitalisasi Pelayanan, BAZNAS, Tangerang LIVE, Kemudahan Zakat.

Abstract

This study aims to analyze and describe the effectiveness of the digitalization of BAZNAS Tangerang City's services through the “Ayo Zakat” feature on the Tangerang LIVE application in facilitating zakat payments for the public, while identifying the supporting and inhibiting factors of its use. The research addresses how the regional Super App infrastructure provides transactional convenience and the technology-adoption obstacles encountered in the field. A descriptive qualitative method was employed, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation studies involving key informants from the Tangerang City Communication and Informatics Agency (Diskominfo), BAZNAS Tangerang City, and 13 community informants representing each district. The analysis links field data with the Technology Acceptance Model (TAM) and Technology Organization Environment (TOE) frameworks. The results show that service digitalization through Tangerang LIVE has operated effectively in terms of technical efficiency. The Web Service-based cashless payment system integrated with the Midtrans payment gateway facilitates urban mobility, accelerates the issuance of official Zakat Deposit Receipts (BSZ) within 5–20 minutes, and has increased the number of digital muzakki from around 2,000–3,000 to 3,000–4,000 annually. However, this effectiveness remains suboptimal from a sociological standpoint, as it conflicts with cultural preferences for performing the zakat pledge (akad) in person at the mosque. Further obstacles include limited administrative staff and public concern over the security of personal data during the initial ID (KTP) registration stage.

Keywords: Effectiveness, Service Digitalization, BAZNAS, Tangerang LIVE, Zakat Convenience.

PENDAHULUAN

Era digitalisasi telah mendorong pergeseran gaya hidup masyarakat ke ranah digital dalam berbagai aktivitas sosial, transaksi keuangan, hingga praktik keagamaan, termasuk cara penghimpunan dan pendistribusian zakat yang semula bersifat tatap muka kini bertransformasi menjadi ekosistem digital. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat lonjakan jumlah pengguna internet dari 171,17 juta orang pada 2018 menjadi 235,36 juta pengguna aktif dari total 287,89 juta penduduk pada 2026, dengan kelompok usia 15–19 tahun sebagai pengguna terbanyak (91%). Kondisi ini menjadi peluang sekaligus tantangan baru bagi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dalam menjangkau muzakki secara lebih luas.

Perpindahan pengumpulan zakat dari metode tatap muka menuju kanal digital dapat dipahami melalui kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang menekankan persepsi kemudahan dan kemanfaatan teknologi (Davis, 1989), serta kerangka Technology Organization Environment (TOE) yang menyoroti kesiapan teknologi, organisasi, dan lingkungan sosial budaya suatu lembaga dalam mengadopsi inovasi (Rogers, 1962). Lembaga seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dituntut beradaptasi dengan menghadirkan ekosistem digital, mulai dari platform internal hingga kerja sama lintas instansi, sejalan dengan temuan bahwa konsentrasi pengguna internet di wilayah perkotaan memperkuat efek jaringan dan mempercepat penghimpunan dana zakat (Aksay, 2025; Jamaludin, 2021).

Secara struktural, pengelolaan zakat nasional diatur melalui Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 yang memperkuat peran BAZNAS dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang sangat besar, namun realisasi pengumpulannya masih belum optimal dan cenderung stagnan meskipun infrastruktur digital telah terbangun. Teori manajemen amil modern menekankan bahwa digitalisasi seharusnya membuat proses penghimpunan

zakat lebih mudah, cepat, jujur, dan hemat biaya administrasi (Nasir dkk., 2024), tetapi dalam praktiknya masih ditemukan kesenjangan antara idealitas teori dengan kondisi di lapangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, lemahnya pengelolaan data, serta literasi digital muzakki yang beragam (Ahmed & Rahman, 2010).

Kesenjangan tersebut juga tampak pada pola perilaku muzakki. Ascarya dan Yumanita (2018) menemukan bahwa kebiasaan berzakat masyarakat masih dominan bersifat karitatif, desentralisasi, dan dilakukan secara langsung antarindividu. Kondisi ini menegaskan bahwa kemudahan teknologi tidak serta-merta menghilangkan preferensi sosial dan budaya masyarakat dalam menunaikan zakat (Arianta, 2024). Oleh karena itu, riset mengenai efektivitas layanan zakat digital perlu memperhatikan tidak hanya aspek teknis dan performa aplikasi, tetapi juga aspek transparansi, akuntabilitas, dan penerimaan sosial masyarakat terhadap kerja amal.

Kota Tangerang menjadi lokus penelitian yang relevan karena Pemerintah Kota Tangerang telah mengintegrasikan layanan pembayaran zakat ke dalam Super Apps “Tangerang LIVE” melalui fitur “Ayo Zakat” sejak tahun 2021, sebagai bagian dari layanan publik satu pintu yang menghubungkan basis data Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dengan BAZNAS Kota Tangerang. Studi-studi terdahulu banyak menyoroiti efektivitas sistem informasi manajemen zakat seperti SIMBA (Anuri, Jubaedah, & Hidayat, 2024; Fadhli, 2024) atau pengaruh literasi dan digitalisasi zakat terhadap efektivitas pengumpulan dana secara kuantitatif (Verdianti & Puja, 2023), tetapi penelitian yang secara khusus menelaah kemudahan penggunaan aplikasi layanan publik daerah berbasis Super Apps dalam konteks pembayaran zakat, sekaligus mengaitkannya dengan kerangka TAM dan TOE secara kualitatif, masih terbatas. Celah riset (research gap) inilah yang menjadi dasar kebaruan (novelty) penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam bagaimana aplikasi Tangerang LIVE

melalui fitur “Ayo Zakat” memberikan kemudahan bagi masyarakat Kota Tangerang dalam membayar zakat, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi kemudahan tersebut, baik dari sisi teknologi, organisasi, maupun lingkungan sosial budaya. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan wacana zakat digital di Indonesia, sekaligus kontribusi praktis bagi BAZNAS dan Diskominfo Kota Tangerang dalam menyempurnakan layanan zakat berbasis digital yang lebih inklusif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif (Sugiyono, 2019). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi terhadap 15 informan, terdiri atas 1 staf Diskominfo Kota Tangerang, 1 staf BAZNAS Kota Tangerang, serta 13 masyarakat (muzakki) yang mewakili setiap kecamatan di Kota Tangerang. Penelitian dilaksanakan di Kantor Diskominfo Kota Tangerang dan Kantor BAZNAS Kota Tangerang pada Juni–Juli 2026. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan klasifikasi dan kategorisasi data hasil wawancara, yang kemudian diinterpretasikan dengan mengacu pada kerangka berpikir penelitian serta kerangka TAM dan TOE. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber (membandingkan keterangan staf Diskominfo, staf BAZNAS, dan 13 informan masyarakat), triangulasi teknik (membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi), serta member check untuk mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perspektif Kelembagaan: Diskominfo dan BAZNAS Kota Tangerang

Implementasi fitur “Ayo Zakat” pada aplikasi Tangerang LIVE menunjukkan adanya transformasi dalam pola penyelenggaraan pelayanan zakat, dari pelayanan yang sebelumnya cenderung terpisah menuju pelayanan

digital yang terintegrasi dalam satu ekosistem layanan publik. Integrasi antara Diskominfo dan BAZNAS tidak hanya menghasilkan fasilitas pembayaran zakat secara daring, tetapi juga menghubungkan proses perhitungan, pembayaran, verifikasi transaksi, hingga penerbitan Bukti Setor Zakat (BSZ) dalam satu rangkaian pelayanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa inovasi digital sektor publik tidak dapat dipahami hanya sebagai pengadaan aplikasi, tetapi sebagai perubahan proses pelayanan dan hubungan antarorganisasi. Penelitian mengenai transformasi digital pemerintah daerah menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi dipengaruhi oleh kesiapan teknologi, kapasitas organisasi, sumber daya manusia, serta lingkungan tempat inovasi tersebut diterapkan (Keban et al., 2024; Mo et al., 2025).

Dari aspek teknologi, penggunaan Web Service untuk menghubungkan basis data Diskominfo dan BAZNAS serta integrasi dengan payment gateway menunjukkan bahwa “Ayo Zakat” telah memiliki karakteristik sistem yang relatif terintegrasi. Sistem memungkinkan transaksi diproses secara otomatis dan real-time, sementara mekanisme *flagging* membantu memastikan status transaksi dapat diteruskan ke proses administrasi BAZNAS. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya peningkatan kualitas proses pelayanan karena teknologi digunakan untuk mengurangi proses manual dan mempercepat penyampaian layanan. Dalam kajian sistem informasi sektor publik, kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, dan manfaat yang dihasilkan merupakan komponen penting dalam menentukan keberhasilan implementasi sistem digital (Walean et al., 2025). Dengan demikian, efektivitas “Ayo Zakat” tidak hanya terletak pada kemampuan aplikasi melakukan transaksi, tetapi juga pada kemampuan sistem menghasilkan layanan yang cepat, akurat, dan dapat memberikan manfaat nyata kepada pengguna.

Keberadaan kalkulator zakat otomatis semakin memperkuat dimensi efisiensi tersebut. Fitur ini mengurangi kebutuhan pengguna untuk melakukan perhitungan secara manual sebelum membayar zakat. Demikian

pula, pilihan pembayaran melalui QRIS, Virtual Account, dan GoPay memberikan fleksibilitas kepada muzakki dalam memilih mekanisme transaksi yang sesuai dengan kebiasaan mereka. Penelitian mengenai transformasi digital pelayanan publik menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi pelayanan ketika teknologi tersebut mampu mengurangi tahapan birokrasi dan memberikan akses pelayanan yang lebih cepat kepada masyarakat (Zhang et al., 2022). Dalam konteks “Ayo Zakat”, efisiensi tersebut terlihat pada penyederhanaan alur pembayaran dan percepatan penerbitan BSZ.

Namun, dari perspektif Technology–Organization–Environment (TOE), kesiapan teknologi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan organisasi. Keterbatasan jumlah staf pengelola aplikasi yang juga memiliki tanggung jawab operasional lain menyebabkan pembaruan informasi dan konten tidak selalu dapat dilakukan secara cepat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menciptakan sistem yang secara teknis canggih, tetapi tetap memiliki keterbatasan apabila organisasi tidak memiliki kapasitas sumber daya manusia yang memadai. Studi mengenai transformasi digital pemerintahan menegaskan bahwa kesiapan SDM, kepemimpinan, struktur organisasi, dan kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan merupakan faktor penting dalam keberlanjutan inovasi digital (Keban et al., 2024). Oleh karena itu, persoalan yang ditemukan pada “Ayo Zakat” bukan menunjukkan kegagalan teknologi, melainkan memperlihatkan adanya ketidakseimbangan antara technological readiness dan organizational readiness.

Temuan tersebut juga memperlihatkan bahwa efektivitas layanan digital memiliki dua sisi. Pada satu sisi, otomatisasi mampu menghemat waktu dan tenaga pada proses transaksi. Pada sisi lain, semakin kompleks sistem digital yang digunakan, semakin besar pula kebutuhan terhadap tenaga yang memiliki kompetensi untuk melakukan pemeliharaan, pembaruan, pengawasan, dan pengelolaan informasi. Dengan demikian, efisiensi teknologi

tidak selalu identik dengan efisiensi organisasi. Sebuah aplikasi dapat memproses transaksi dalam hitungan menit, tetapi kualitas pelayanan secara keseluruhan dapat tetap menurun apabila informasi yang tersedia tidak diperbarui secara berkala. Perspektif ini memperkuat temuan penelitian terbaru bahwa transformasi digital pemerintah harus dipandang sebagai transformasi organisasi, bukan sekadar transformasi teknologi (Mo et al., 2025).

Pada aspek kelembagaan, kolaborasi antara Diskominfo dan BAZNAS juga menunjukkan pentingnya integrasi lintas organisasi. Diskominfo memiliki kompetensi dalam pengembangan infrastruktur dan sistem teknologi, sedangkan BAZNAS memiliki kewenangan substantif dalam pengelolaan zakat. Pembagian tersebut memungkinkan masing-masing lembaga berkontribusi sesuai dengan kompetensi dan kewenangannya. Dalam konteks pemerintahan digital, kolaborasi lintas lembaga menjadi penting karena layanan publik yang terintegrasi membutuhkan pertukaran data, koordinasi prosedur, serta kesamaan tujuan antarlembaga (Keban et al., 2024). Dengan demikian, “Ayo Zakat” dapat dipahami sebagai bentuk *co-production of public service*, yaitu pelayanan yang dihasilkan melalui kombinasi kapasitas teknologi pemerintah dan otoritas kelembagaan pengelola zakat.

Perspektif Masyarakat (Muzakki)

Dari perspektif masyarakat, hasil wawancara terhadap 13 informan memperlihatkan bahwa “Ayo Zakat” secara umum dipersepsikan sebagai layanan yang praktis, cepat, dan mampu menghemat waktu. Persepsi tersebut terutama muncul dari pengalaman pengguna yang dapat melakukan pembayaran tanpa harus mendatangi kantor BAZNAS atau lokasi pembayaran zakat secara langsung. Bagi pekerja dan mahasiswa dengan mobilitas tinggi, karakteristik tersebut memberikan manfaat yang signifikan karena pembayaran dapat dilakukan melalui perangkat digital tanpa terikat tempat dan waktu pelayanan konvensional.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif Technology Acceptance Model (TAM), khususnya pada aspek *perceived usefulness*. Pengguna akan cenderung menerima teknologi ketika teknologi tersebut dianggap memberikan manfaat nyata bagi aktivitas mereka. Dalam perkembangan penelitian digital government mutakhir, persepsi manfaat, kualitas pelayanan, kemudahan akses, dan pengalaman pengguna menjadi faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan layanan digital masyarakat (Zhang et al., 2022; Walean et al., 2025). Dalam kasus “Ayo Zakat”, manfaat tersebut tidak bersifat abstrak, tetapi dapat diamati melalui penghematan waktu, kemudahan menghitung zakat, fleksibilitas pembayaran, dan kecepatan memperoleh BSZ.

Kecepatan penerbitan BSZ dalam rentang 5–20 menit setelah transaksi berhasil menjadi salah satu indikator konkret keberhasilan digitalisasi pelayanan. Sebelumnya, proses pembayaran dan pembuktian administrasi berpotensi melibatkan tahapan yang lebih panjang, sedangkan sistem digital memungkinkan proses tersebut berlangsung secara otomatis. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi digital telah menciptakan *service acceleration*, yaitu percepatan proses pelayanan sebagai konsekuensi dari otomatisasi dan integrasi sistem. Dalam penelitian tentang transformasi digital pemerintahan, percepatan layanan dan pengurangan beban administratif merupakan salah satu manfaat utama digitalisasi ketika sistem dirancang berdasarkan kebutuhan pengguna (Mo et al., 2025).

Selain itu, keberadaan kalkulator zakat menunjukkan bahwa aplikasi tidak hanya menyediakan kanal pembayaran, tetapi juga memberikan bantuan dalam proses pengambilan keputusan pengguna. Muzakki tidak perlu melakukan perhitungan secara manual karena sistem menyediakan mekanisme perhitungan yang lebih sederhana. Dari perspektif TAM, karakteristik tersebut memperkuat *perceived usefulness* sekaligus *perceived ease of use*. Artinya, aplikasi memberikan manfaat sekaligus mengurangi kompleksitas penggunaan. Kedua aspek tersebut penting karena penerimaan

teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh apakah teknologi tersebut berguna, tetapi juga apakah teknologi tersebut dianggap mudah dipahami dan dioperasikan (Walean et al., 2025).

Meskipun demikian, peningkatan jumlah muzakki digital dari sekitar 2.000-3.000 menjadi 3.000-4.000 orang per tahun perlu dibaca secara kritis. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan penggunaan kanal digital, tetapi belum cukup untuk menyatakan bahwa seluruh masyarakat telah menerima inovasi tersebut. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian informan bahkan baru mengetahui keberadaan “Ayo Zakat” ketika penelitian dilakukan. Fenomena tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara availability dan awareness. Sistem telah tersedia, tetapi informasi mengenai keberadaan dan manfaat sistem belum menjangkau seluruh calon pengguna.

Temuan ini relevan dengan perspektif difusi inovasi dalam penelitian digital mutakhir. Adopsi teknologi tidak hanya ditentukan oleh kualitas inovasi, tetapi juga oleh bagaimana informasi mengenai inovasi tersebut disebarluaskan kepada kelompok sasaran. Ketika masyarakat belum mengetahui keberadaan suatu inovasi, maka manfaat teknologi tersebut tidak akan secara otomatis menghasilkan penggunaan. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pengguna harus diikuti dengan strategi komunikasi publik yang lebih sistematis melalui kelurahan, kecamatan, masjid, komunitas keagamaan, media sosial pemerintah, dan kegiatan edukasi zakat.

Persoalan lain yang muncul adalah kepercayaan terhadap keamanan data pribadi. Kewajiban mengunggah foto KTP pada tahap awal registrasi menimbulkan kekhawatiran pada sebagian informan. Temuan ini menunjukkan bahwa penerimaan masyarakat terhadap layanan digital tidak hanya berkaitan dengan manfaat dan kemudahan, tetapi juga dengan persepsi mengenai keamanan dan kepercayaan. Dalam perkembangan digital government, *trust* menjadi salah satu faktor penting karena masyarakat harus menyerahkan data pribadi kepada sistem yang dikelola oleh organisasi

tertentu. Ketika mekanisme perlindungan data tidak dikomunikasikan secara jelas, pengguna dapat mengalami keraguan meskipun aplikasi memiliki fungsi yang bermanfaat (Keban et al., 2024).

Karena itu, digital trust menjadi elemen yang perlu diperkuat dalam pengembangan “Ayo Zakat”. Pemerintah dan BAZNAS tidak cukup hanya menyediakan sistem keamanan secara teknis, tetapi juga perlu memberikan informasi yang mudah dipahami mengenai tujuan pengumpulan data, mekanisme penyimpanan, perlindungan data, dan penggunaan informasi pengguna. Transparansi tersebut dapat meningkatkan rasa aman dan mengurangi hambatan psikologis masyarakat dalam menggunakan layanan digital.

Dimensi Sosial dan Religius: Batas Digitalisasi Zakat

Temuan yang paling menarik adalah adanya preferensi sebagian masyarakat untuk tetap membayar zakat secara langsung kepada amil masjid. Keputusan tersebut tidak selalu didasarkan pada ketidakmampuan menggunakan teknologi, tetapi berkaitan dengan nilai kepercayaan, hubungan sosial, interaksi langsung, dan pengalaman religius. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi dalam layanan zakat memiliki karakteristik yang berbeda dengan adopsi aplikasi transaksi komersial.

Zakat merupakan praktik yang memiliki dimensi ekonomi sekaligus spiritual dan sosial. Oleh karena itu, digitalisasi pembayaran zakat tidak serta-merta menghilangkan kebutuhan masyarakat terhadap relasi sosial dengan amil. Bagi sebagian muzakki, membayar zakat secara langsung memberikan rasa yakin bahwa zakat telah diterima oleh pihak yang dipercaya serta memberikan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung. Dengan demikian, pilihan pembayaran konvensional dapat dipahami sebagai bentuk social trust, bukan semata-mata sebagai resistensi terhadap teknologi.

Fenomena tersebut memperlihatkan keterbatasan jika penerimaan teknologi hanya dianalisis menggunakan TAM. TAM sangat membantu menjelaskan persepsi manfaat dan kemudahan, tetapi belum sepenuhnya

menjelaskan mengapa seseorang yang telah mengakui manfaat teknologi tetap memilih tidak menggunakannya. Untuk menjelaskan fenomena tersebut, faktor lingkungan sosial, budaya, kepercayaan, dan norma masyarakat perlu dimasukkan. Kerangka TOE memberikan ruang untuk menjelaskan aspek tersebut melalui dimensi *environment*, sedangkan penelitian digital government terbaru menunjukkan bahwa konteks sosial dan kelembagaan dapat memengaruhi keberhasilan transformasi digital sama kuatnya dengan faktor teknologi (Keban et al., 2024; Mo et al., 2025).

Ketiadaan panduan doa atau niat zakat dalam aplikasi juga menjadi temuan penting. Meskipun secara teknis tidak menghambat transaksi, absennya unsur tersebut dapat mengurangi pengalaman spiritual pengguna. Hal ini memperlihatkan bahwa desain layanan zakat digital seharusnya tidak hanya berorientasi pada *transactional efficiency*, tetapi juga memperhatikan religious user experience. Aplikasi zakat idealnya mampu menjembatani dua kebutuhan sekaligus: kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang cepat dan kebutuhan mereka terhadap pengalaman ibadah yang memiliki makna spiritual.

Dengan demikian, pengembangan “Ayo Zakat” tidak seharusnya diarahkan untuk menggantikan seluruh mekanisme zakat konvensional. Strategi yang lebih tepat adalah membangun model layanan hibrida, yaitu mengintegrasikan kanal digital dengan jaringan amil dan lembaga keagamaan di tingkat masyarakat. Kanal digital dapat digunakan untuk pembayaran, perhitungan, dokumentasi, dan transparansi, sementara jaringan amil tetap dipertahankan sebagai ruang membangun kepercayaan dan hubungan sosial. Pendekatan semacam ini lebih sesuai dengan karakter masyarakat karena tidak memaksakan digitalisasi secara penuh, tetapi mengombinasikan keunggulan teknologi dengan kekuatan sosial yang telah ada.

Sintesis TAM–TOE terhadap Efektivitas “Ayo Zakat”

Berdasarkan keseluruhan temuan, efektivitas “Ayo Zakat” dapat dipetakan melalui hubungan antara Technology Acceptance Model (TAM) dan

Technology–Organization–Environment (TOE). Pada dimensi TAM, aplikasi menunjukkan tingkat *perceived usefulness* yang cukup kuat karena mampu menghemat waktu, menyediakan kalkulator zakat, mempercepat penerbitan BSZ, dan memberikan pilihan pembayaran yang fleksibel. *Perceived ease of use* juga terlihat dari proses transaksi yang relatif sederhana dan otomatis.

Sementara itu, TOE memberikan penjelasan yang lebih luas mengenai faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi. Pada dimensi technology, “Ayo Zakat” telah memiliki infrastruktur dan integrasi sistem yang mendukung pelayanan digital. Pada dimensi organization, masih terdapat persoalan keterbatasan SDM, pembaruan konten, dan kapasitas pengelolaan sistem. Sedangkan pada dimensi environment, terdapat persoalan sosialisasi, keamanan data, kepercayaan masyarakat, dan budaya pembayaran zakat secara langsung melalui amil masjid. Penelitian mutakhir mengenai adopsi teknologi pemerintahan menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut harus berjalan secara simultan agar transformasi digital dapat menghasilkan manfaat yang berkelanjutan (Keban et al., 2024; Mo et al., 2025).

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas “Ayo Zakat” bersifat multidimensional. Efektivitas tidak cukup diukur melalui jumlah transaksi atau jumlah pengguna digital, tetapi harus dilihat melalui empat indikator utama, yaitu efisiensi proses, kualitas layanan, kesiapan kelembagaan, dan penerimaan sosial masyarakat. Dari sisi efisiensi dan kualitas proses, “Ayo Zakat” menunjukkan capaian yang relatif baik. Namun, dari sisi kesiapan organisasi dan penerimaan sosial, masih terdapat ruang perbaikan.

Temuan tersebut menghasilkan argumentasi bahwa digitalisasi layanan zakat tidak identik dengan penggantian praktik zakat konvensional, melainkan merupakan proses negosiasi antara efisiensi teknologi dan nilai sosial-keagamaan masyarakat. Inilah yang menjadi poin penting dari penelitian ini. Teknologi dapat mempercepat pembayaran, tetapi kepercayaan tetap menjadi fondasi; teknologi dapat mengotomatisasi administrasi, tetapi

nilai spiritual tetap harus dipertahankan; dan aplikasi dapat menyediakan akses yang luas, tetapi sosialisasi serta pendampingan tetap diperlukan.

Oleh karena itu, fitur “Ayo Zakat” dapat dikategorikan cukup efektif secara teknis dan operasional, tetapi belum sepenuhnya optimal secara kelembagaan dan sosial-kultural. Ke depan, optimalisasi layanan perlu diarahkan pada empat strategi utama: (1) penguatan kapasitas SDM pengelola aplikasi, (2) peningkatan sosialisasi dan literasi zakat digital, (3) penguatan transparansi keamanan data dan digital trust, serta (4) integrasi unsur spiritual dan jaringan amil dalam ekosistem layanan digital. Strategi tersebut akan membuat transformasi digital tidak berhenti pada penciptaan aplikasi, tetapi berkembang menjadi transformasi pelayanan zakat yang efisien, inklusif, terpercaya, dan tetap berakar pada nilai sosial-keagamaan masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi fitur “Ayo Zakat” pada aplikasi Tangerang LIVE telah menunjukkan efektivitas yang cukup baik dalam meningkatkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi pelayanan zakat digital di Kota Tangerang. Integrasi Web Service antara Diskominfo dan BAZNAS dengan payment gateway Midtrans, kalkulator zakat otomatis, serta pilihan pembayaran melalui QRIS, Virtual Account, dan GoPay mampu menyederhanakan proses pembayaran zakat dan mengurangi beban administratif muzakki. Mekanisme *flagging* otomatis juga memungkinkan penerbitan Bukti Setor Zakat (BSZ) dalam waktu relatif singkat, yaitu sekitar 5–20 menit setelah transaksi berhasil. Dari perspektif Technology Acceptance Model (TAM), kondisi tersebut menunjukkan bahwa fitur “Ayo Zakat” memiliki *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang cukup kuat, terutama bagi masyarakat dengan mobilitas tinggi. Peningkatan jumlah muzakki digital dari sekitar 2.000–3.000 menjadi 3.000–4.000 orang per tahun semakin menunjukkan adanya kecenderungan positif terhadap penggunaan kanal zakat digital.

Namun, efektivitas “Ayo Zakat” belum dapat dikategorikan optimal karena keberhasilan teknologi belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan organisasi dan penerimaan sosial masyarakat. Dalam perspektif Technology-Organization-Environment (TOE), dimensi teknologi telah relatif memadai melalui integrasi sistem dan otomatisasi pelayanan, sedangkan dimensi organisasi masih menghadapi keterbatasan jumlah staf pengelola, perangkapan tugas, serta keterlambatan pembaruan informasi. Pada dimensi lingkungan, masih ditemukan rendahnya pengetahuan sebagian masyarakat mengenai keberadaan fitur, kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi akibat proses registrasi menggunakan KTP, serta preferensi sebagian muzakki untuk tetap membayar zakat secara langsung melalui amil masjid. Preferensi tersebut menunjukkan bahwa keputusan menggunakan layanan zakat tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan efisiensi dan kemudahan teknologi, tetapi juga oleh kepercayaan, relasi sosial, pengalaman keagamaan, dan budaya masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi pelayanan zakat tidak dapat diukur hanya berdasarkan kecanggihan teknologi atau peningkatan jumlah transaksi digital, tetapi harus dilihat secara multidimensional melalui keterpaduan aspek teknologi, organisasi, dan lingkungan sosial budaya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa “Ayo Zakat” telah efektif sebagai instrumen digitalisasi proses pembayaran dan administrasi zakat, tetapi masih memerlukan penguatan pada aspek digital trust, sosialisasi, kapasitas sumber daya manusia, dan pengalaman spiritual pengguna. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang paling relevan bukan menggantikan pelayanan zakat konvensional secara penuh, melainkan menerapkan model pelayanan hybrid yang mengintegrasikan kanal digital dengan jaringan amil masjid dan lembaga keagamaan di tingkat masyarakat. Model tersebut memungkinkan efisiensi dan transparansi teknologi tetap dipertahankan sekaligus menjaga unsur kepercayaan, kedekatan sosial, dan nilai religius dalam praktik zakat. Dengan

pendekatan tersebut, “Ayo Zakat” berpotensi berkembang dari sekadar platform pembayaran zakat digital menjadi ekosistem pelayanan zakat publik yang efisien, inklusif, terpercaya, dan responsif terhadap karakter sosial-keagamaan masyarakat Kota Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, H., & Rahman, A. (2010). Institutional issues in zakat management: The case of amil institutions.
- Aksay, M. (2025). Efektivitas: Economics and digital business review: Pengaruh digitalisasi zakat terhadap pengumpulan zakat pada BAZNAS Kota Makassar.
- Anuri, J., Jubaedah, S., & Hidayat. (2024). Efektivitas penerapan aplikasi Sistem Informasi Manajemen BAZNAS (SIMBA) pada pelaporan dana zakat, infak, dan sedekah BAZNAS Kabupaten Banyumas. *Jurnal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 1(4).
- Arianta, C. O. M. (2024). Transformasi digital, media sosial dan pergeseran budaya terhadap penerimaan sosial praktik zakat digital. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Ascarya, & Yumanita, D. (2018). Determinan dan strategi peningkatan zakat di Indonesia.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fadhli, A. (2024). Manajemen pengelolaan zakat di era teknologi digital. *Mazda Media*.
- Gustanto, E. S., dkk. (2023). *Zakatnomics: Pengelolaan zakat dari good to great*. Samudra Biru.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*.
- Hilalludin, H., & Winarni, D. (2025). Perspektif masyarakat terhadap fenomena balita yang ditinggal bekerja: studi kasus di dusun Nganyang RT 04 dalam tinjauan nilai-nilai Islam. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 2(1), 106-115.

- Jamaludin, N. (2021). Efektivitas digitalisasi penghimpunan dana zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang.
- Keban Yeremias, T., Cahyadi, D., & Djunaedi, A. (2024). Modelling e-government maturity determinants at the local level in Indonesia using Technology-Organization-Environment framework. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 28(1), 17–34. <https://doi.org/10.22146/jsp.81803>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen pemasaran (Ed. 12, Jil. 2). Indeks.
- Mo, F., Zhang, X., & Feng, C. (2025). Improving open government data performance of local governments: A configurational analysis based on TOE framework. *Journal of Integrated Design and Process Science*, 28(2), 86–105. <https://doi.org/10.3233/JID-230037>
- Nasir, M., dkk. (2024). Good amil governance, digitalization, and zakat performance. *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 13(1).
- Nurfadilah. (2023). Efektivitas pelayanan publik berbasis digital: Tinjauan konsep Mahmudi.
- Pettalongi, A. (2025). Digitalisasi organisasi dan transformasi pelayanan publik.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2024). Outlook zakat Indonesia 2025. Puskas BAZNAS.
- Rahmadani, A. (2025). Transformasi manajemen pelayanan publik berbasis digital di era disrupsi. PT Bukuloka Literasi Bangsa.
- Rogers, E. M. (1962). Diffusion of innovations. Free Press.
- Said, G. H. N., & Hilalludin, H. (2025). Integrasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam kurikulum: Pendidikan ekonomi di sekolah menengah. *TAKAFUL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 43-52.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sumaryadi, I. N. (2005). Efektivitas implementasi kebijakan otonomi daerah. Citra Utama.
- Suprianta, D. (2024). Inovasi dan efektivitas program publik di era masyarakat 5.0. PT Litbang Pustaka.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran jasa: Edisi terbaru. Penerbit Andi.

- Verdianti, & Puja. (2023). Pengaruh penggunaan literasi zakat terhadap efektivitas dalam pengumpulan zakat pada BAZNAS Kalbar. *Jurnal IAIN Pontianak*, 1(1).
- Wahyudin, M. I., Hilalludin, H., & Haironi, A. (2024). Peran Dosen Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta (STITMA). *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(3), 130-136.
- Walean, R. H., & Supit, N. C. C. (2023). Analisis penerapan sistem informasi PPDB online dengan menggunakan model kesuksesan DeLone dan McLean. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 9–24. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2>
- Zhang, X., et al. (2022). Exploring driving factors of digital transformation among local governments: Foundations for smart city construction in China. *Sustainability*, 14.
- Zohri, M. H., & Hilalludin, H. (2025). Ekonomi Islam Masa Kini: Antara Regulasi, Gaya Hidup, dan Teknologi Sosial. *TAKAFUL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 31-42.