

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 5, June 2024, Halaman 573-579
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.12170027)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12170027>

Strategi Lembaga Amil Zakat dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Muda

Fitri Amalia¹, Julina², Herlinda³

¹²³Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Email: framaliaa@gmail.com¹, herlindauin@gmail.com², julina@uin-suska.ac.id³

Abstrak

Lembaga Amil Zakat (LAZ) memainkan peran krusial dalam mengumpulkan dan menyalurkan zakat secara efektif dan efisien. Namun, di era digital yang berkembang pesat, LAZ menghadapi tantangan baru dalam menjangkau dan melibatkan generasi muda, yaitu generasi milenial dan Z, yang memiliki karakteristik dan preferensi berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh LAZ untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam pembayaran zakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan melibatkan 10 responden muztahik yang telah berhak membayar zakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat, serta program-program inovatif yang dapat menarik minat generasi milenial dan Z, menjadi kunci penting dalam strategi LAZ untuk menarik generasi muda. Tantangan yang dihadapi LAZ meliputi keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan, dan kurangnya pemahaman mendalam tentang preferensi dan perilaku generasi milenial dan Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi LAZ dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan relevan untuk meningkatkan partisipasi generasi muda

Kata kunci: LAZ, Gen Z, Milenial., Zakat.

Abstract

The Amil Zakat Institution (LAZ) plays a crucial role in collecting and distributing zakat effectively and efficiently. However, in the rapidly developing digital era, LAZ faces new challenges in reaching and involving the younger generation, namely the millennial and Z generations, who have different characteristics and preferences compared to previous generations. This research aims to identify and analyze strategies that can be implemented by LAZ to increase the participation of the younger generation in paying zakat. This research uses qualitative methods and involves 10 muztahik respondents who have the right to pay zakat. The research results show that the use of digital technology, transparency and accountability in zakat management, as well as innovative programs that can attract the interest of the millennial and Z generations, are important keys in LAZ's strategy to attract the younger generation. Challenges faced by LAZ include limited resources, resistance to change, and a lack of in-depth understanding of the preferences and behavior of the millennial and Z generations. This research is expected to provide insight and recommendations for LAZ in formulating more effective and relevant strategies to increase the participation of the younger generation

Keywords: LAZ, Gen Z, Millennials, Zakat.

Article Info

Received date: 30 May 2024

Revised date: 10 June 2024

Accepted date: 18 June 2024

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri bahwa pertumbuhan penduduk Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 277.534.122 juta jiwa pada pertengahan tahun. Jumlah penduduk Indonesia setara dengan 3,45% total penduduk dunia. Indonesia menempati peringkat nomor 4 dalam daftar negara (dan ketergantungan) berdasarkan jumlah penduduk (BPS 2023). Persentase penduduk miskin pada Maret 2023 sebesar 9,36 %, mengalami penurunan 0,21 % poin terhadap September 2022. Namun kembali meningkat pada bulan September 2023 yaitu pada persentase 9,57%. Pembentukan lembaga-lembaga dan badan amil zakat merupakan upaya pemerintah untuk penyelenggaraan zakat, baznas dan laz sendiri dibentuk oleh pemerintah untuk berkewajiban menyalurkan zakat kepada mustahik sesuai delapan golongan yang sesuai dengan syariat islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kapasitas hukum dan terintegrasi agar dapat dipertanggung jawabkan penyaluran serta penggunaannya.

Penggalangan Dana Zakat Infaq dan Shodaqoh (ZIS) merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk membantu meringankan dan mendukung pemerintah mengurangi tingkat kemiskinan. Kemiskinan, ketimpangan ekonomi, dan masalah distribusi pendapatan adalah tantangan ekonomi dan sosial. Kurangnya kepercayaan masyarakat dan sulitnya menggunakan jasa organisasi Amil Zakat menjadi penyebab utama rendahnya penghimpunan dana zakat, namun dana zakat masih jauh dari kapasitasnya saat ini. Penggunaan teknologi keuangan dalam penghimpunan dana zakat telah terbukti mampu menyerap potensi zakat dari kaum milenial.

Potensi penghimpunan zakat dan manfaat penyaluran zakat belum tercapai karena kinerja lembaga Amil Zakat belum maksimal. Penelitian Nur Jannah yang menunjukkan bahwa distribusi zakat berdampak kecil pada tingkat kemiskinan mendukung hal ini. Selain itu, pengelolaan pendayagunaan zakat masih belum efektif dan efisien yang turut menyebabkan rendahnya tingkat penerapan zakat. Dan salah satunya juga diakibatkan oleh perilaku muzakki yang kurang akan literasi zakatnya. Semakin tinggi literasi zakat seorang muzakki maka akan berdampak pada tingginya intensi dan perilaku milenial untuk membayar zakat jauh dari kapasitasnya saat ini.

Zakat merupakan salah satu dari lima rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap Muslim yang mampu. Fungsi utama zakat adalah sebagai instrumen redistribusi kekayaan untuk mengurangi kesenjangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lembaga Amil Zakat (LAZ) memainkan peran krusial dalam mengumpulkan dan menyalurkan zakat secara efektif dan efisien. Namun, di era digital yang berkembang pesat, LAZ menghadapi tantangan baru dalam menjangkau dan melibatkan generasi muda, yaitu generasi milenial dan Z, yang memiliki karakteristik dan preferensi berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Mengingat di era sekarang sudah menginjak era digital, bahkan jauh sebelum Indonesia digeluti oleh pemikiran atau sistem modern tersebut perkembangan teknologi juga sudah dijalankan. Munculnya dompet digital di masyarakat, khususnya di kalangan milenial, mencetuskan konsep *cashless society*, di mana masyarakat menggunakan aktivitas transaksi online daripada uang fisik untuk transaksi keuangan. Badan Amir Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amir Zakat (LAZ) berupaya melakukan digitalisasi pengumpulan zakat menggunakan platform digital dengan memanfaatkan tren masyarakat, khususnya kaum milenial yang lebih memilih bertransaksi secara online. Tren masyarakat khususnya kaum milenial yang lebih memilih bertransaksi secara online, Badan Amir Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) memanfaatkan tren tersebut untuk melebarkan sayap dalam upaya digitalisasi pengumpulan zakat melalui platform digital. , ini Menawarkan potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pengumpulan zakat dianggap penting untuk memanfaatkan inovasi teknologi digital dengan tujuan meningkatkan potensi zakat bagi generasi milenial.

Generasi milenial dan Z dikenal sebagai kelompok yang sangat terhubung dengan teknologi, memiliki kesadaran sosial yang tinggi, dan menuntut transparansi serta akuntabilitas dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam hal filantropi. Mereka lebih memilih menggunakan platform digital untuk berbagai aktivitas, termasuk berdonasi dan membayar zakat. Oleh karena itu, LAZ perlu mengadopsi strategi yang inovatif dan relevan untuk menarik minat dan partisipasi generasi muda dalam pembayaran zakat.

Beberapa penelitian dan survei menunjukkan bahwa generasi milenial dan Z memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi zakat. Namun, untuk mengoptimalkan potensi ini, LAZ perlu memahami preferensi, nilai-nilai, dan perilaku generasi muda. Penggunaan teknologi digital, seperti aplikasi mobile dan platform online, transparansi dalam pelaporan keuangan, serta program-program yang memiliki dampak nyata dan dapat dirasakan langsung oleh masyarakat, menjadi kunci penting dalam strategi LAZ untuk menarik generasi muda.

Namun, meskipun potensi besar ini ada, banyak LAZ masih menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan strategi yang efektif. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan, dan kurangnya pemahaman mendalam tentang preferensi dan perilaku generasi milenial dan Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh LAZ untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam pembayaran zakat.

Pendekatan penelitian ini mencakup analisis terhadap penggunaan teknologi digital oleh LAZ, transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat, serta program-program inovatif yang dapat

menarik minat generasi milenial dan Z. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi LAZ dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan relevan untuk meningkatkan partisipasi generasi muda.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu metode yang fokus dengan pengamatan yang mendalam. Oleh karena itu dalam penelitian ini dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan. Penyelidikan menyeluruh terhadap konteks status quo dan hubungan antara masyarakat, orang, kelompok, lembaga, dan masyarakat merupakan penelitian lapangan.

Teknik penelitian kualitatif yang luas dianggap sebagai penelitian lapangan dimana konsep yang mendasari penelitian semacam ini adalah bahwa peneliti melakukan perjalanan ke tempat kejadian dan melihat langsung fenomena yang terjadi. Dalam hal ini, peneliti akan meninjau lembaga-lembaga Amil Zakat yang berada di kota Pekanbaru.. pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi kepada narasumber. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah accidental sampling dimana yang dijadikan responden adalah 10 (sepuluh) muztahik yang telah berhak membayar zakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku

Teori perilaku beralaskan pada tahun 1980 digunakan untuk memprediksi niat individu untuk terlibat dalam perilaku pada waktu dan tempat tertentu. Teori ini menjelaskan semua perilaku dimana orang mempunyai kemampuan untuk melakukan pengendalian diri. Komponen kunci dari modei ini yaitu niat berperilaku, niat perilaku dipengaruhi oleh sikap tentang kemungkinan bahwa perilaku akan memiliki hasil yang diharapkan dan evaluasi subjektif dari risiko dan manfaat dari hasil tersebut. Sementara dalam theory of planned behavior(TPB) ditambahkan perilaku control untuk melihat tingkat kemudahan atas perilaku yang diinginkan. Secara sederhana, TPB adalah teori niat yang dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku.

Perilaku adalah respon atau reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Rahmi mengemukakan bahwa Perilaku ialah seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini. Penanaman perilaku keagamaan merupakan proses penanaman segala aktivitas seseorang yang berorientasi atas kesadaran tentang adanya Tuhan Yang Maha Esa dan melaksanakan ajarannya sesuai dengan agamanya, misalnya seperti sholat, puasa, zakat, sedekah, dan lainnya yang semata-mata hanya mengharap ridho-Nya. Menurut Nurul Aini, Perilaku merupakan operasionalisasi dan aktualisasi sikap seseorang atau suatu kelompok terhadap suatu kondisi, lingkungan masyarakat, alam, teknologi, atau organisasi.

Hal ini pada dasarnya dibentuk oleh kepribadian dan pengalaman. Perilaku memilih dan menyakini Lembaga dalam penyaluran zakat adalah kemampuan muzakki untuk mengandalkan lembaga yang terpilih. Perilaku muzakki memilih Lembaga amil zakat yang dipercayai sebagai pilihan utama dalam menyalurkan zakatnya serta diperrcaya mampu mengelola dana zakat dengan baik. Dari berbagi penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku adalah suatu tindakan atau aktivitas dari manusia baik yang dilihat maupun tidak dilihat oleh interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan. Dengan demikian, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsi akan memunculkan niat perilaku yang nantinya dapat membentuk perilaku. Variabel-variabel tersebut akan memberikan dampak atas niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Theory of planned behavior (TPB) dapat diaplikasikan dalam menjelaskan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan membayar zakat di era digital.

Generasi Milenial

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah Generasi milenial (Millenial Generation) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000 an. Generasi ini sering disebut juga sebagai Gen-Y, Net Generation, Generation We, Boomerang Generation, Peter Pan generation, dan lain-lain. Mereka disebut generasi milenial karena merekalah

generasi yang hidup dipergantian millennium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan. Definisi dari generasi itu sendiri adalah kelompok individu yang diklasifikasikan berdasarkan rentang tahun lahir, umur, kejadian atau peristiwa, maupun lokasi yang mempunyai pengaruh dalam fase pertumbuhan mereka.

Menurut hasil penelitian dari Walidah Generasi milenial lahir dan tumbuh dengan kecanggihan teknologi serta pesatnya perkembangan internet. Generasi ini memiliki kebiasaan menyukai hal-hal yang praktis dan instan, dalam sehari-harinya hampir semuanya menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, sms, instant messaging, dan media sosial seperti facebook, dan twitter, Instagram, dan lainnya. Generasi Y adalah generasi yang peka terhadap perubahan informasi, gaya hidup, dan ponsel. Sehingga dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming.

Zakat

Menurut kutipan Yusuf Qardawi dari kitab Mu'jam Wasit, kata "zakat" berasal dari akar bahasa Arab "az-zakah", yang berarti diberkati, tumbuh, bersih, suci, berkembang, dan baik. Dengan gabungan dua istilah ini, "syara" memiliki dua arti. Pertama, percaya bahwa zakat akan meningkatkan kemakmuran. Kedua, zakat adalah jiwa yang bersih dari realitas kemiskinan dan dosa.

Yasin Ibrahim al-Syaikh menyebutkan zakat mensyaratkan pemurnian harta seseorang dengan pembagian yang adil dari sebagian kekayaan seseorang kepada yang membutuhkan. Yasin Ibrahim al-Syaikh mengklaim bahwa zakat mensyaratkan pemurnian harta seseorang dengan pembagian yang adil dari sebagian kekayaan seseorang kepada yang membutuhkan.

Zakat adalah salah satu rukun Islam dan wajib, sesuai dengan AlQur'an dan hadits sebagaimana yang telah dipahami. Tanggung jawab zakat ditekankan oleh agama bagi mereka yang hidup dalam masyarakat Muslim dan Islam. Menerima zakat mungkin memerlukan pembayaran melalui penjualan ternak, perdagangan aset, dan hal-hal lain. Zakat akan bermanfaat bagi mereka yang mengeluarkannya dalam beberapa cara, termasuk mencegah mereka dari merampas hak orang lain secara zalim, membebaskan mereka dari kemiskinan, mencegah mereka dari terlalu mencintai harta mereka, dan menerima doa dari orang kaya, yang akan mendorong perdamaian jiwa.

Era Digital

Generasi milenial khususnya hidup di era digital, yang tentunya akan berdampak pada cara hidup masyarakat. Termasuk mode pengumpulan informasi dan pembelajaran. Peningkatan aksesibilitas informasi memiliki efek samping yang berbahaya juga. Kemudahan menggunakan berbagai aplikasi dan teknologi untuk menyelesaikan semua tugas Anda justru menurunkan mobilitas, aktivitas fisik, kemalasan, bahkan bisa mengakibatkan obesitas, di antara penyakit lainnya. Selain itu, kriminalitas mudah diaktifkan, permainan internet merusak mentalitas generasi milenial, pelanggaran hak cipta sederhana, dll.

Perkembangan teknologi transmisi termasuk jaringan komputer juga telah memicu para pengguna internet dan penyiaran digital. Ditambah juga perkembangan handphone, yang tumbuh pesat menjadi penetrasi sosial memainkan peran besar dalam revolusi digital dengan memberikan hiburan dimana-mana, komunikasi, dan konektivitas online. Telah banyak perkembangan era digital yang dilakukan Indonesia termasuk platform digital yang dapat digunakan sebagai membayar zakat. Walaupun hampir satu dasawarsa Indonesia terlambat dalam mengadopsi teknologi informasi khususnya internet. Tetapi, budaya digital masyarakat Indonesia terlebih generasi milenial sangat cepat menerima perkembangan teknologi tersebut. Di lihat secara global Indonesia masuk dalam budaya digital yang dibutuhkan dalam mencapai pertumbuhan yang positif sesuai dengan kemajuan jaman itu sendiri.

Lembaga zakat memanfaatkan digital marketing sebagai satu aktivitas promosi sebuah Lembaga zakat yang memanfaatkan media digital sebagai media pengenalannya kepada masyarakat salah satunya dengan media internet atau media sosial sebagai tempat promosi atau beriklan perusahaan yang berkembang tentunya sangat memanfaatkan perkembangan zaman dan terus berinovatif sehingga target pengumpulan dana dan target peningkatan muzakki perusahaan semakin hari semakin meningkat. Dengan adanya teknologi zakat digital bukan berarti meninggalkan kebiasaan lama masyarakat untuk membayar zakat secara langsung melalui Lembaga justru dengan adanya digital saat ini untuk saling menguatkan agar pencapaian pengumpulan zakat lebih maksimal dan semakin bertambahnya muzakki terutama muzakki milenial.

Strategi

Strategi memiliki pengertian bermacam-macam, menurut Hunger dan Wheelen mereka menyatakan bahwa strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Menurut Stephanie K. Marrus yang dikutip dari Husein Umar menyatakan bahwa: strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan disertai penyusunan suatu acara bagaimana tujuan tersebut dapat dicapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah beberapa strategi lembaga amil zakat (LAZ) penting dari perkembangan perekonomian dalam meningkatkan partisipasi generasi milenial :

Teori manajemen strategi menekankan pentingnya perencanaan dan implementasi strategi yang efektif dalam mengelola dana zakat. Lembaga amil zakat harus memiliki pemahaman yang lebih baik tentang wilayah-wilayah yang berada di bawah garis kemiskinan yang membutuhkan zakat, serta siapa saja yang paling berhak atas dana zakat, infaq, dan sedekah. Teori fundraising menekankan pentingnya strategi dalam mengumpulkan dana zakat. Lembaga amil zakat harus memiliki strategi yang efektif untuk menggalang dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya. Teori perencanaan strategis menekankan pentingnya perencanaan yang jelas dan spesifik dalam mengelola dana zakat.

Lembaga amil zakat harus memiliki misi strategis yang sesuai dengan teori Muhammad Abdul Mukhyi dan memiliki tindakan strategis yang sesuai dengan pemaparan teori yang dikemukakan oleh Taufiqurokhman. Teori manajemen zakat menekankan pentingnya pengelolaan zakat yang sesuai dengan ketentuan agama Islam. Lembaga amil zakat harus memiliki kekuatan hukum formal dan mempunyai beberapa keuntungan, seperti menjamin kepastian dan disiplin membayar zakat. Teori manajemen strategi lembaga amil zakat infaq shadaqah menekankan pentingnya manajemen strategi yang diasumsikan dapat meningkatkan kepercayaan muzakki dan meningkatkan jumlah muzakki.

Penelitian ini dilakukan melalui metode kualitatif dengan wawancara mendalam dan survei kepada sejumlah responden dari generasi milenial dan Z di kota Pekanbaru. Berikut adalah temuan utama dari penelitian ini:

1. Preferensi Platform Digital

Lembaga Amil Zakat perlu beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital untuk memenuhi preferensi generasi milenial dan Z. Pengembangan aplikasi mobile dan platform online yang user-friendly akan mempermudah proses pembayaran zakat. Selain itu, integrasi dengan metode pembayaran digital seperti e-wallet dan mobile banking dapat meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi donatur muda. Teknologi blockchain juga bisa dipertimbangkan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat. Hasil penelitian ini yaitu :

- Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka lebih suka menggunakan aplikasi mobile dan platform online untuk melakukan donasi dan membayar zakat.
- Responden menilai kemudahan akses dan kenyamanan sebagai faktor utama dalam penggunaan platform digital.

2. Kebutuhan Transparansi dan Akuntabilitas

Transparansi dalam pengelolaan dana zakat adalah kunci untuk membangun kepercayaan dan loyalitas generasi muda. LAZ harus menyediakan laporan keuangan yang terperinci dan mudah diakses oleh publik. Penggunaan teknologi informasi, seperti dashboard online yang menampilkan penggunaan dana secara real-time, dapat meningkatkan kepercayaan dan memastikan bahwa dana zakat digunakan sesuai dengan tujuannya. Hasil penelitian ini yaitu :

- Transparansi dalam pelaporan penggunaan dana zakat menjadi salah satu isu yang sangat penting bagi generasi muda.
- Responden menginginkan laporan keuangan yang jelas, terperinci, dan mudah diakses untuk memastikan dana zakat digunakan dengan benar.

3. Program Pemberdayaan yang Nyata

Generasi milenial dan Z cenderung mendukung program yang memiliki dampak langsung dan berkelanjutan. LAZ harus fokus pada pengembangan program pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program yang melibatkan penerima manfaat secara langsung dan memberikan pelatihan serta bantuan yang berkelanjutan akan lebih menarik bagi generasi muda. Hasil penelitian ini yaitu :

- Generasi milenial dan Z tertarik pada program-program zakat yang memiliki dampak nyata dan dapat langsung dirasakan oleh masyarakat.
 - Program pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan menjadi prioritas utama bagi responden.
4. Komunikasi dan Edukasi
- Edukasi dan komunikasi yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi generasi muda dalam pembayaran zakat. LAZ harus memanfaatkan media sosial dan kampanye digital untuk menyebarkan informasi tentang pentingnya zakat dan dampaknya. Konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan nilai-nilai dan minat generasi muda akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan. Hasil penelitian ini yaitu :
- Responden menginginkan lebih banyak informasi dan edukasi mengenai pentingnya zakat dan peran LAZ.
 - Media sosial dan kampanye digital dianggap sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang zakat.
5. Keterlibatan dan Partisipasi Aktif:
- Mengajak generasi muda untuk terlibat lebih aktif dalam kegiatan LAZ dapat meningkatkan partisipasi mereka. LAZ bisa membentuk tim relawan muda, mengadakan workshop dan seminar tentang zakat, serta berkolaborasi dengan komunitas dan organisasi pemuda. Keterlibatan aktif ini tidak hanya akan meningkatkan kesadaran tetapi juga memberikan rasa kepemilikan dan tanggung jawab di kalangan generasi muda.
- Generasi muda menunjukkan minat untuk terlibat lebih aktif dalam kegiatan LAZ, termasuk dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan program zakat.
 - Kolaborasi dengan komunitas dan organisasi pemuda diakui sebagai strategi yang potensial untuk meningkatkan partisipasi.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan partisipasi generasi muda, LAZ harus mengadopsi strategi yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi generasi milenial dan Z. Penggunaan teknologi digital, transparansi, program pemberdayaan yang nyata, edukasi yang efektif, dan keterlibatan aktif adalah faktor-faktor kunci yang harus diperhatikan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, LAZ dapat meningkatkan partisipasi generasi muda dalam pembayaran zakat, sehingga memperluas dampak sosial dan ekonomi yang positif di masyarakat.

REFERENSI

- Ali Nuruddin Mhd. (2006). *Zakat sebagai Instrumen Kebijakan Fiskal* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persad
- Ali Ridho. (2014). ZAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Al-'Adl*, 39(1), 1–24.
- Anisa Masdawani Putri, 2020. *Strategi Fundraising Di Laz* (Lembaga Amil Zakat) Swadaya Ummah Pekanbaru.
- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital pada Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 54–66. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p54-6>
- Annisa Zetira, N. F. (2021). OPTIMALISASI PENGHIMPUNAN ZAKAT DIGITAL DI MASA PANDEMI. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 8 No. 2 September 2021, 8(2), 228–237.
- Athar, M. D. Al. (2021). Intensi Generasi Milenial Dalam Membayar Zakat Melalui Digital Payment. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 1–74.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. www.freepik.com

- Cahyani, U. E., Aviva, I. Y., & Manilet, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 5(1), 39–58. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v5i1.1331>
- Danuri, M. (2019). Development and transformation of digital technology. *Infokam*, XV(II), 116–123
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). Adopsi Teori Perilaku Berencana dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai. *Among Makarti*, 14(1), 78–92. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.201>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Husaini Usman et.al. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial*. PT. Bumi Aksara.
- Madiistriyatno, H. & D. H. (2019). *Generasi Milenial Dalam Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity Quotient (AQ) (Cetakan I)*. Indigo Media.
- Notoatmodjo Soekidjo. (2010). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nurjanah, F., . K., & . J. (2019). The Impact of Economic Growth and Distribution of Zakat Funds on Poverty (Survey in the Third District of West Java Province Period 2011-2016). *KnE Social Sciences*, 3(13), 55. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4195>
- Nurul Aini, Z., Budi Cantika Yuli, S., & Hakim, R. (2018). Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Transaksi Non-Tunai di Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Surabaya. *IQTISHODIA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 39–57.
- Prabowo, Y. J., & Siti, M. (2019). The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 59–69.
- Rosita, R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Grabfood. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 95. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.348>
- Tri Icha Prasasti, (2022). *Manajemen Strategi Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (Lazisnu) Pringsewu Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzzaki*.
- Walidah, I. Al. (2018). Tabayyun di Era Generasi Millenial. *Jurnal Living Hadis*, 2(2), 317. <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1359>
- Yasin Ibrahim al-Syaikh. (2018). *Kitab Zakat Hukum Tata Cara dan Sejarah*. Marja
- Yasmiartha, M. A. W. V. (2020). Pengaruh Fenomena Cashless society terhadap Gaya Hidup Mahasiswa di Jakarta. *Edukasi IPS*, 3(2), 10–15
- Sidik Rohiwan, (2024). *MANAJEMEN STRATEGI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT DALAM MENINGKATKAN DANA ZAKAT INFAQ SHADAQAH (Studi Deskriptif Di Lazismu Banyumas)*,