



Madinah.JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterbitkan
28-Feb-2021	10-Mar-2021	1-Jun-2021
DOI: https://doi.org/10.58518/madinah.v8i1.1334		

ANALISIS SWOT DALAM PENGHIMPUNAN ZAKAT PADA GENERASI MILENIAL

Trisno Wardy Putra

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

E-mail: trisno.putra@uin-alauddin.ac.id

Muh. Nasri Katman,

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

E-mail: muh.nasri@uin-alauddin.ac.id

Andi Syathir Sofyan

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

E-mail: a.syathir@uin-alauddin.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penghimpunan zakat pada generasi milenial. Berdasarkan sensus penduduk tahun 2020, populasi generasi milenial mencapai 69,38 juta jiwa atau sekitar 25,87% dari total penduduk Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dengan tujuan utama untuk mengetahui situasi secara komprehensif. Berdasarkan asumsi penelitian, potensi zakat milenial sangat besar. Adapun analisis SWOT penghimpunan zakat generasi milenial perlu dilakukan penguatan literasi zakat, kajian keislaman, dan penyuluhan. Selain itu, dukungan pemerintah dan keteladanan orang tua juga menjadi faktor pendukung dalam peningkatan penghimpunan zakat milenial.

Kata Kunci: Pengumpulan Zakat; Generasi Milenial; SWOT

Abstract: *This study aims to explain the collection of zakat in the millennial generation. Based on the 2020 population census, the millennial generation population reached 69.38 million people or about 25.87% of the total population of Indonesia. The research method used is the SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis method with the main objective of knowing the situation comprehensively. Based on the research assumptions, the potential for millennial zakat is very large. As for the SWOT analysis of the millennial generation zakat collection, it is necessary to strengthen zakat literacy, Islamic studies, and counseling. In addition, government support and parental example are also one of the supporting factors in increasing millennial zakat collection.*

Keywords: Zakat Collection; Millennial Generation; SWOT



PENDAHULUAN

Perekonomian merupakan tulang punggung kehidupan masyarakat. Islam sangat melarang segala sesuatu yang dapat merusak kehidupan perekonomian bangsa. Islam juga melarang umatnya menumpuk uang atau menumpuk kekayaan, karena Islam tidak membenarkan penganutnya memperkaya dan mementingkan diri sendiri demi keuntungan pribadi, memperbudak, dan memeras si miskin karena perbuatan tersebut akan membuat orang kikir. Islam mendorong pemerataan pendapatan dan kemakmuran ekonomi dalam masyarakat. Dan diantara solusi Islam dalam upaya pemerataan pendapatan dan kemakmuran ekonomi masyarakat adalah dengan pemberdayaan ekonomi ummat melalui ibadah zakat, sedekah dan infak.¹ Nilai-nilai yang terkandung dalam kewajiban zakat adalah sama dengan salah satu tujuan nasional Negara Republik Indonesia yang diamanatkan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, yaitu memajukan kesejahteraan umum.²

Ekonomi Islam terbagi menjadi tiga instrumen, salah satunya adalah dana sosial. Dana sosial dalam Islam yang kita kenal terbagi menjadi empat, yaitu: Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf. Tujuan dana sosial adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang merata pada semua golongan. Hal ini guna menghilangkan jurang pemisah antara si kaya dan si miskin. Islam membuat instrumen zakat untuk menjamin keseimbangan pendapatan di masyarakat. Artinya tidak semua orang mampu berjuang dalam kancah ekonomi, karena beberapa dari mereka tidak mampu bekerja sehingga menjadi miskin. Pengeluaran dari zakat merupakan pengeluaran yang minimal untuk melakukan pemerataan pendapatan agar lebih merata.³

Zakat merupakan salah satu instrumen keuangan dalam perekonomian yang telah digunakan oleh pemerintahan Islam sejak zaman Nabi. Setelah lahirnya UU No.38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, dalam Undang-undang ini dimungkinkan untuk dikelola zakat tidak hanya oleh Badan Amil Zakat yang dikelola oleh pemerintah, tetapi zakat dapat dikelola oleh Lembaga swasta melalui Lembaga Amil Zakat. Muzakki dalam melakukan zakat merupakan langkah nyata untuk membangun sinergi sosial yang dapat dikembangkan dalam konteks kehidupan saat ini, misalnya orang kaya yang memiliki aset dapat menyalurkan zakatnya kepada Badan Amil Zakat atau Lembaga Amil Zakat untuk menjadi digunakan dengan sebaik mungkin.⁴

UU No.38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat sudah direvisi dengan UU No. 23 tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. disahkannya UU Pengelolaan Zakat tersebut Indonesia telah memasuki tahap institusionalisasi pengelolaan

¹Trisno Wardy Putra, dkk. *Maqasid Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan (Studi Kasus Baznas Kota Makassar)*, Tasamuh: Jurnal Studi Islam, Volume 12, Nomor 2, September 2020, 253-431

² Trisno Wardy Putra, *Struktur dan Pengendalian Internal Organisasi Pengelola Zakat*, Madinah: Jurnal Studi Islam, Volume 7 Nomor 2 Desember 2020, 152

³ Trisno Wardy Putra, *The Optimization Of Islamic Philanthropy To Develop Of SMEs At Dompot Dhuafa Republika Foundation*, Conference Proceeding, Jurnal Iqtisaduna, AICIEB 2019, 221-228

⁴ Eko Bakhtiar, *Analisis SWOT terhadap Strategi Pengembangan Baznas Kabupaten Mempawah dalam Penghimpunan Dana Zakat*, JIL: Journal of Islamic Law, Vol. 1, No. 1, 2020.



zakat dalam wilayah formal kenegaraan, meskipun masih sangat terbatas. Lembaga-lembaga pengelola zakat mulai berkembang, termasuk pendirian lembaga zakat yang dikelola oleh pemerintah, yaitu BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat) yang dikelola masyarakat dengan manajemen yang lebih baik dan modern. disahkannya UU Pengelolaan Zakat tersebut Indonesia telah memasuki tahap institusionalisasi pengelolaan zakat dalam wilayah formal kenegaraan, meskipun masih sangat terbatas. Lembaga-lembaga pengelola zakat mulai berkembang, termasuk pendirian lembaga zakat yang dikelola oleh pemerintah, yaitu BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat) yang dikelola masyarakat dengan manajemen yang lebih baik dan modern.⁵

Menurut Kasri dan Yuniar, Potensi zakat dari kelompok milenial pada tahun 2020 dapat dicerminkan dari potensi zakat pendapatan di kalangan mereka yang berusia 25-40 tahun. Dengan asumsi lebih dari 80 persen penduduk Indonesia beragama Islam, dan jumlah generasi milenial meningkat pada tahun 2020, maka potensi zakat akan sangat besar. Data ini menjadi tantangan bagi OPZ untuk mewujudkannya. Selain potensi zakat pendapatan, generasi milenial juga memiliki potensi yang sangat baik untuk menyalurkan dana syariah lainnya seperti infaq, wakaf, dan sedekah. Setidaknya potensi ini dapat diukur dari pencapaian Indonesia sebagai negara nomor satu dalam hal berdonasi menurut The World Giving Index (2019). Tentunya hal ini akan menjadi tantangan bagi OPZ untuk menangkap dan merealisasikan peluang generasi milenial dalam berdonasi.⁶

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk meneliti terkait penghimpunan zakat terkhususnya pada generasi milenial dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang, tantangan, kelemahan dan kekuatan penghimpunan zakat pada generasi milenial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan literasi zakat kepada masyarakat.

Pengertian Zakat

Zakat berasal dari bentukan kata zaka yang berarti 'suci', 'baik', 'berkah', 'tumbuh', dan 'berkembang'. Senada dengan Yusuf Qardhawi bahwa kata dasar zaka berarti bertambah dan tumbuh, sehingga bisa dikatakan bahwa ,tanaman itu zaka`, artinya tanaman itu tumbuh.⁷ Menurut terminologi syariat (istilah), zakat adalah nama bagi sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah untuk dikeluarkan zakat dan diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula. Kaitan antara makna secara bahasa dan istilah ini

⁵ Trisno Wardy Putra, *Manajemen Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Makassar*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Volume 2, Nomor 2, Oktober 2019 : 203-22

⁶ Muhamad Daniyal Al Athar dan M. Nur Rianto Al Arif, *The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments*, International Journal of Islamic Business and Economic (IJIBEC), Juni 2021, 40-41

⁷ Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalah*, Yogyakarta: Graha, 2007, 153



berkaitan erat sekali, yaitu bahwa setiap harta yang sudah dikeluarkan zakatnya akan menjadi suci, bersih, baik, berkah tumbuh, dan berkembang (at-Taubah: 103 dan Ar-Rum: 39).⁸ Penghimpunan dana zakat adalah kegiatan mengumpulkan dana zakat dari para muzakki kepada organisasi pengelola zakat untuk disalurkan kepada yang berhak menerima (mustahik) sesuai dengan ukurannya masing-masing.⁹

Tujuan Zakat

Sebagai salah satu rukun Islam, tentu saja zakat mengandung tujuan. Adapun tujuannya dapat dilihat dari berbagai aspek, antara lain adalah dari aspek ibadah, sosial, dan ekonomi.¹⁰

1. Tujuan zakat dalam aspek ibadah adalah suatu bentuk penghambaan seorang insan kepada Allah selaku Pencipta, Pemilik, & Pengatur alam semesta beserta isinya melalui pengorbanan harta. Bagi setiap muslim, pengorbanan ini diwujudkan melalui zakat fitrah (yaitu zakat bagi setiap jiwa yang hidup). Sedangkan bagi setiap individu yang memiliki harta dalam jumlah yang cukup, maka disyariatkan untuk menunaikan zakat maal (zakat harta).
2. Tujuan zakat dalam aspek sosial adalah menjadi media distribusi kekayaan antara orang-orang yang berkelebihan harta dengan orang-orang yang kekurangan harta. Dalam kaitan ini, maka zakat mempunyai dimensi tujuan antara lain adalah: Mengatasi kelaparan dan rasa sakit; Mengatasi kesulitan tempat tinggal; Menyediakan atau membantu pendidikan masyarakat; Mengatasi kesulitan pada saat darurat atau mendesak (contohnya memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan dasar manusia lainnya pada saat terjadi bencana).
3. Tujuan zakat dalam aspek ekonomi adalah media sirkulasi kekayaan agar harta tidak berputar di kalangan orang-orang kaya saja. Zakat merupakan wahana distribusi kekayaan, agar komponen masyarakat yang dapat menikmati harta menjadi semakin luas. Zakat adalah instrumen pemerataan pendapatan ekonomi masyarakat pada masyarakat Muslim, agar kesenjangan ekonomi dapat dikurangi melalui penyampaian zakat kepada orang-orang miskin.

Hikmah dan Manfaat Zakat

Zakat adalah ibadah dalam bidang harta yang mengandung hikmah dan manfaat yang sangat besar dan mulia, baik yang berkaitan dengan orang yang berzakat (muzakki), penerimanya (mustahik) harta yang dikeluarkan zakatnya maupun bagi masyarakat keseluruhan. Menurut Hafiduddin, terdapat hikmah dan manfaat dari zakat, yaitu:¹¹

⁸ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*. Jakarta: Gema Insani, 1998, 13

⁹ Trisno Wardy Putra, *Penghimpunan Zakat, Infak dan Sedekah Di Badan Amil Zakat Nasional, LAA MAISYIR*, Volume 6, Nomor 2, Juli 2019: 246-260

¹⁰ Didin Hafidhuddin & Ahmad Juwaini, *Membangun Peradaban Zakat Meniti Jalan Gemilang Zakat*, Ciputat: Divisi Publikasi Institusi Manajemen Zakat, Cet. I, 2007, 3

¹¹ Erlindawati, *Motivasi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan*, *Iqtisahduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 2016, 194-195



Pertama, sebagai perwujudan keimanan kepada Allah SWT mensyukuri nikmat-Nya, menumbuhkan akhlak mulia dengan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, rakus dan materialistis, menumbuhkan ketenangan hidup, sekaligus membersihkan dan mengembangkan harta yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam surat At-Taubah ayat 103 dan surah ArRuum ayat 39. Dengan bersyukur harta dan nikmat yang dimiliki akan semakin bertambah dan berkembang.

Kedua, zakat merupakan hak mustahik, maka zakat berfungsi untuk menolong, membantu dan membina mereka terutama fakir miskin ke arah kehidupan yang lebih baik dan lebih sejahtera, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan layak, dapat beribadah kepada Allah SWT, terhindar dari kekufuran, sekaligus menghilangkan sifat iri, dengki dan hasad yang mungkin timbul dari kalangan mereka ketika mereka melihat orang kaya yang memiliki harta cukup banyak.

Ketiga, sebagai pilar amal bersama (jama'i) antara orang-orang kaya yang berkecukupan hidupnya dan para mujahid yang seluruh waktunya digunakan untuk berjihad dijalan Allah SWT yang karena kesibukannya tersebut, ia tidak memiliki waktu dan kesempatan untuk terus berusaha dan ber-ikhtiar bagi kepentingan nafkah diri dan keluarganya.

Keempat, sebagai salah satu sumber dana bagi pembangunan sarana maupun prasarana yang harus dimiliki umat Islam, seperti sarana ibadah, pendidikan, kesehatan, sosial maupun ekonomi. Sekaligus sarana pengembangan kualitas sumberdaya maupun muslim. Hampir semua ulama sepakat bahwa orang yang menuntut ilmu berhak menerima zakat atas nama golongan fakir dan miskin maupun fisabilillah.

Kelima, untuk memasyarakatkan etika bisnis yang benar, sebab zakat itu bukanlah membersihkan harta yang kotor, akan tetapi mengeluarkan bagian dari hak orang lain dari harta kita yang kita usahakan dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan Allah SWT.

Keenam, dari sisi pembangunan kesejahteraan umat, zakat merupakan salah satu instrumen pemerataan pendapatan. Zakat yang dikelola dengan baik dimungkinkan membangun pertumbuhan ekonomi sekaligus pemerataan pendapatan, economic with equity.

Generasi Milenial

Menurut Yuswohady dalam artikel Millennial Trends (2016) Generasi milenial (Millennial Generation) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. 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 di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan.¹²

¹² Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, dkk, Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6, No.2, 2018, 241



Karakteristik Generasi Milenial

Sweeney menjelaskan 16 karakteristik generasi milenial yang berpengaruh terhadap pergeseran perilaku mereka. Untuk lebih jelasnya dapat saya jelaskan sebagai berikut:¹³

1. **More Choices; More Selectivity.** Mereka memiliki banyak preferensi pribadi, dengan banyak pilihan namun lebih selektif. Oleh karena mereka dimanjakan dengan berbagai pilihan maka mereka menjadi sangat pemilih khususnya dalam membeli produk dan menggunakan jasa. Mereka merasa bahwa pilihan yang berlimpah tersebut merupakan haknya;
2. **Experiential and Exploratory Learners.** Mereka cenderung lebih menyukai cara belajar yang eksploratif (*learning by doing*). Jadi mereka belajar dengan mengerjakan sesuatu, simulasi dan interaksi, kemudian menentukan pilihan yang terbaik sampai dengan detik-detik terakhir;
3. **Flexibility/Convenience.** Mereka bertindak secara fleksibel, sehingga menyukai fleksibilitas dalam segi waktu dan tempat. Dalam aktivitasnya senang terhubung terus-menerus menggunakan media sosial dimana pun dan kapan pun;
4. **Personalization and Customization.** Untuk memenuhi selera dengan cepat maka mereka senang berbelanja melalui online dengan menyukai produk atau jasa yang memiliki fitur personalisasi dan dapat disesuaikan dengan keinginan mereka. Bahkan ketika mereka menyukai sesuatu maka akan segera mencari produk tersebut di internet dan melakukan survei mengenai produk tersebut;
5. **Impatience.** Mereka memiliki sifat ketidaksabaran dalam menghadapi suatu persoalan. Jadi cenderung kurang sabar, sehingga tidak memiliki toleransi atas keterlambatan dalam pemenuhan kebutuhannya;
6. **Practical, Results Oriented.** Mereka berorientasi pada luaran, dengan cenderung berpikiran praktis dan berorientasi pada hasil. Artinya tidak tertarik pada prosesnya sehingga yang penting dari hasilnya dapat mempercepat pekerjaan mereka;
7. **Multitaskers.** Mereka memiliki kebiasaan multitasking sehingga dapat mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan pada waktu yang bersamaan;
8. **Digital Natives.** Mereka sangat mudah beradaptasi dengan teknologi komputer, internet, dan gadget. Oleh karena lahir di tengah pertumbuhan komputer dan internet yang sangat pesat maka dalam hal ini teknologi menjadi teman dalam kehidupannya;
9. **Gamers.** Mereka sangat menyukai permainan (*gamers*). Mereka rela menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk bermain video games;
10. **Nomadic Communication Style.** Mereka menyukai cara dan gaya berkomunikasi yang berpindah-pindah (*nomaden*), sehingga mereka memiliki teman banyak. Selanjutnya senang berkomunikasi menggunakan media sosial dengan prinsip instant messaging;

¹³ Endang Fatwamati, *Gaya Hidup Pemustaka Milenial dalam Mengakses E-Journal*, Jakarta: CV. Sagung Seto, 2020, 88-90



11. Media/Format Agnostic. Mereka paling menikmati multimedia yang penuh interaktif, gambar berwarna, audio termasuk media teks. Hal ini seperti model pembelajaran multimedia yang dilakukan dengan vodcasting dan iPodcasting;
12. Collaboration & Intelligence. Mereka lebih menyukai kerja kolaboratif dan mengandalkan kecerdasan yang dimiliki, sehingga lebih efisien dari sisi waktu. Mereka tahu bagaimana dan kapan harus bekerja dengan orang lain secara lebih efektif;
13. Balanced Lives. Mereka tidak ingin bekerja 80 jam seminggu dengan mengorbankan kesehatan, waktu luang, dan bahkan untuk gaji yang lebih tinggi sekalipun. Berdasar motif untuk mengejar keseimbangan hidup, mereka menyukai kehidupan yang seimbang. Mereka cenderung tidak suka menghabiskan waktunya untuk bekerja hanya karena demi gaji yang besar saja. Mereka memiliki waktu untuk menyenangkan diri sendiri ataupun menikmati hidup, dan berharap mendapatkan penghasilan melebihi orang tua mereka;
14. Less Reading. Apabila dibandingkan dengan generasi sebelumnya, mereka memiliki kecenderungan kurang suka membaca buku teks, literatur tercetak, maupun surat kabar. Persaingan dan banyaknya pilihan hiburan ikut mendukung perilaku mereka yang lebih sering bermain daripada membaca buku;
15. Other Characteristics. Mereka sangat percaya diri karena mungkin pengaruh orang tuanya (Boomer) yang terus memberi tahu mereka bahwa akan berhasil dalam hal apapun yang mereka lakukan. Jadinya generasi milenial menjalani kehidupan yang lebih terstruktur dan dijiwai dengan nilai-nilai orang tuanya yang mengharap mereka menjadi unggul dan terbaik. Generasi milenial juga lebih cenderung memiliki teman dekat dari etnis yang berbeda dari diri mereka sendiri dan karena itu lebih toleran terhadap perbedaan budaya;
16. Different Personalities. Mereka memiliki kepribadian yang berbeda dalam beberapa hal secara signifikan dengan generasi sebelumnya. Misalnya lebih adaptif dan dewasa, lebih hangat dan ramah, lebih terbuka terhadap perubahan dan bereksperimen, kurang solid dan individualistis, dan lain sebagainya.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati yang dilakukan dalam rangka mendeskripsikan/ membahas hasil penelitian dengan pendekatan analisis konseptual dan teoretik, serta mengolah data dan menyajikan dalam bentuk yang sistematis, teratur dan terstruktur serta mempunyai makna. Alat analisis data menggunakan analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan suatu organisasi secara komprehensif. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang



spesifik dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.¹⁴

Menurut Rangkuti, Analisis SWOT dapat menunjukkan kinerja perusahaan dengan kombinasi antara faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut harus menjadi pertimbangan dalam membuat analisis SWOT. SWOT sendiri adalah singkatan dari strengths dan Weaknesses dari lingkungan internal perusahaan dengan opportunities dan Threats dari lingkungan eksternal perusahaan. Untuk mengetahui bagaimana kinerja perusahaan dengan metode analisis SWOT adalah menggunakan matrik dan diagram analisis SWOT. Dalam diagram analisis SWOT dibagi dalam 4 strategi yaitu:¹⁵

Kuadran 1: strategi SO yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang harus diterapkan pada kuadran ini adalah strategi agresif yang mendukung kebijakan pertumbuhan.

Kuadran 2: strategi ST yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki guna mengatasi ancaman. Strategi yang diterapkan berupa strategi diversifikasi yaitu membuat produk yang serupa akan tetapi memiliki perbedaan dari segi lain.

Kuadran 3: strategi WO yaitu pemanfaatan peluang yang ada guna meminimalkan kelemahan. Strategi yang diterapkan pada kuadran ini adalah strategi defensif yaitu dengan meminimalkan kelemahan yang ada agar dapat merebut peluang yang besar tersebut. Kondisi pada kuadran ini sama seperti produk Apple yang meninjau kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri.

Kuadran 4: strategi WT yaitu kegiatan defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Akan tetapi organisasi yang berada dalam posisi ini risikonya sangat besar karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Hafidhuddin dan Ahmad, Penghimpunan dana atau sering disebut fundraising adalah kegiatan yang sangat penting bagi lembaga pengelolaan zakat, infaq dan sedekah. Apabila kegiatan fundraising tidak dilakukan oleh sebuah lembaga pengelola zakat, bisa dipastikan kegiatan tidak akan berjalan dengan lancar. Karena fundraising ini tidak identik dengan uang semata, melainkan ruang lingkungannya lebih luas dan mendalam. Istilah fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan atau tindakan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok dan organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.¹⁶ Potensi penghimpunan dana zakat pada generasi milenial begitu cukup besar. Tentunya

¹⁴ Diar Muzna Tangke, *Analisis Manajemen Strategi Baznas Kota Ambon*, Al-Intaj, Vo. VI No. 2 September 2020, 30

¹⁵ Muhammad Syaiful Imam Baidowi dan Said Abadi, *Analisis Swot Manajemen Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Nahdlatul Ulama (Lazisnu) Kabupaten Magetan*, Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2021: 257

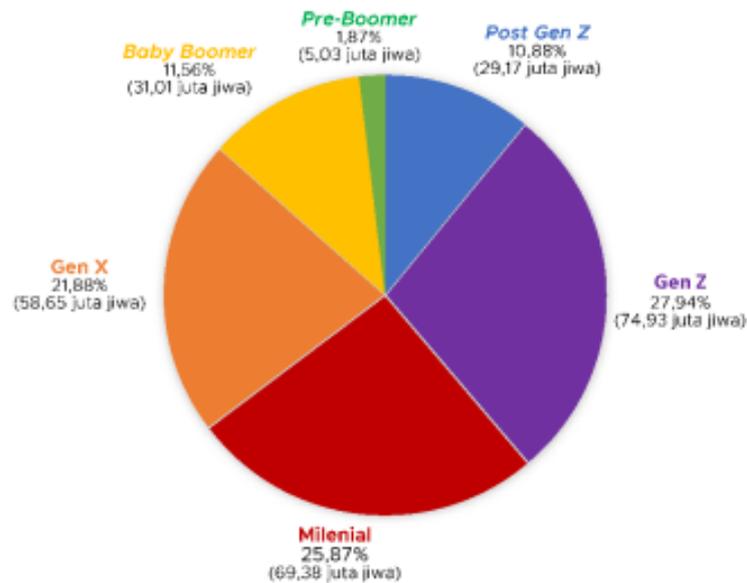
¹⁶ Mohd. Fikri Azhari, *Analisis Peran Generasi Milenial Pada Strategi Fundraising Dompot Dhuafa Di Kota Pekanbaru*, Al-Qolam: Jurnal Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat, Vol.3 No.2, 2019, 168



ini menjadi perhatian bagi organisasi pengelola zakat dalam memanfaatkan potensi zakat milenial. Untuk mencapai dari potensi zakat tersebut diperlukan analisis pendukung generasi milenial dalam berzakat, baik itu internal maupun eksternal melalui analisis SWOT.

Komposisi Pertumbuhan Penduduk Berdasarkan Generasi

Struktur penduduk dapat menjadi salah satu modal pembangunan ketika jumlah penduduk usia produktif sangat besar. Hasil SP2020 mencatat mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z dan Generasi Milenial. Proporsi Generasi Z sebanyak 27,94 persen dari total populasi dan Generasi Milenial sebanyak 25,87 persen dari total populasi Indonesia. Kedua generasi ini termasuk dalam usia produktif yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Dari sisi demografi, seluruh Generasi X dan Generasi Milenial merupakan penduduk yang berada pada kelompok usia produktif pada 2020. Sedangkan Generasi Z terdiri dari penduduk usia belum produktif dan produktif. Sekitar tujuh tahun lagi, seluruh Generasi Z akan berada pada kelompok penduduk usia produktif. Hal ini merupakan peluang dan tantangan bagi Indonesia, baik di masa sekarang maupun masa depan, karena generasi inilah yang berpotensi menjadi aktor dalam pembangunan yang akan menentukan masa depan Indonesia.¹⁷



Sumber pengklasifikasian : William H. Frey analysis of Census Bureau Population Estimates (25 June, 2020)

Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) angka sensus penduduk pada tahun 2020 penduduk generasi milenial sejumlah 69.380.000 jiwa. Jika di asumsikan sepersepuluh dari jumlah generasi milenial itu adalah muslim dan bekerja. Asumsi minimal nishab zakat yaitu, se-gram Rp. 500.000 x 85 (gram) = Rp. 42.500.000,-. Misalkan gajinya 5.000.000,- per bulan maka total pertahunnya Rp. 60.000.000,- dan tersimpan dalam satu tahun sebesar Rp. 45.000.000,-. Harta ini

¹⁷ BPS, *Hasil Sensus Penduduk 2020*, Berita Resmi Statistik No.7/01/Th.XXIV, 21 Januari 2021, 4.



sudah melebihi nishab dan wajib zakat Rp. 45.000.000,- x 2,5% = sebesar Rp. 1.125.000,- per tahun. Jadi, potensi zakat yang terhimpun dari milenial dalam satu tahun sejumlah Rp. 1.125.000,- x 6.938.000 = Rp. 7.805.250.000.000,-.

Dari data diatas potensi zakat generasi milenial memiliki potensi sangat besar. Maka peran organisasi pengelolaan zakat dalam menguatkan sosialisasi zakat kepada generasi milenial sangat dibutuhkan untuk meningkatkan penghimpunan zakat. Jika penghimpunan zakat ini dapat dihimpun dengan maksimal, maka pendistribusian program-program pemberdayaan masyarakat dapat berjalan dengan baik.

Tabel 1

Analisis SWOT Penghimpunan Zakat Generasi Milenial Berzakat

MATRIKS SWOT	Strengths (S) 1. Angka penduduk generasi milenial tinggi 2. Memiliki jaringan yang luas 3. Komunitas Berbagi	Weaknesses (W) 1. Pola hidup konsumtif 2. Pemahaman agama yang kurang 3. Kurang memanfaatkan waktu dengan baik
Opportunities (O) 1. Mayoritas Muslim 2. Potensi zakat milenial 3. Adanya Gerakan hijrah	Strategy (SO) 1. Penguatan literasi zakat 2. Mengikutkan generasi milenial dalam program pendistribusian zakat 3. Menjalin kerjasama dengan komunitas generasi milenial	Strategy (WO) 1. Meningkatkan sosialisasi kepada generasi milenial tentang keutamaan zakat 2. Merekrut generasi milenial dalam komunitas hijrah/berbagi
Threats (T) 1. Hidup materialistik 2. Pemahaman menyimpang 3. Tidak ada dukungan orang tua	Strategy (ST) 1. Meningkatkan kesadaran dan kecintaan zakat kepada generasi milenial 2. Membuat konten yang kreatif untuk menarik generasi milenial 3. Memberikan pemahaman kepada orang tua tentang pentingnya berzakat	Strategy (WT) 1. Penguatan kebijakan dari pemerintah tentang kewajiban berzakat 2. Pembuatan program Gerakan zakat milenial 3. Memanfaatkan perkembangan teknologi seperti media sosial dalam menyiarkan zakat 4. Perlu ada teladan yang baik dari orang tua kepada anaknya



Berdasarkan matriks SWOT diatas, peneliti mengusulkan strategi SO, WO, ST, dan WT untuk mengutamakan penguatan literasi zakat kepada generasi milenial melalui penyuluhan, kajian keislaman, maupun media sosial. Selain itu perlu ada keikutsertaan generasi milenial dalam pelaksanaan program pendistribusian zakat, agar mereka bisa melihat secara langsung kesulitan yang dialami masyarakat. Harapannya dengan ikutsertaan generasi milenial dalam pendistribusian zakat bisa meningkat rasa kepedulian kepada sesama sehingga ada ketertarikan bagi mereka untuk menyalurkan zakatnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan peneliti terkait penghimpunan zakat pada generasi milenial, maka dapat disimpulkan bahwa: Potensi zakat generasi Milenial sangat besar dan jika dihimpun dengan maksimal akan memberikan dampak yang positif bagi pemberdayaan mustahik. Peningkatan literasi zakat kepada generasi milenial sangat dibutuhkan dalam memberikan pemahaman kepada mereka terkait keutamaan berzakat. Kolaborasi antara organisasi pengelolaan zakat dan komunitas milenial dalam mengimplementasikan program-program zakat perlu terjalin dengan baik. Hal ini guna memberikan motivasi bagi generasi milenial untuk berzakat.

BIBLIOGRAFI

- Al Athar, Muhamad Daniyal dan M. Nur Rianto Al Arif, *The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments*, International Journal of Islamic Business and Economic (IJIBEC), Juni 2021
- Azhari, Mohd. Fikri, *Analisis Peran Generasi Milenial Pada Strategi Fundraising Dompot Dhuafa Di Kota Pekanbaru*, Al-Qolam: Jurnal Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat, Vol.3 No.2, 2019
- Baidowi, Muhammad Syaiful Imam dan Said Abadi, *Analisis Swot Manajemen Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Nahdlatul Ulama (Lazisnu) Kabupaten Magetan*, Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2021
- Bakhtiar, Eko, (2020), *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Baznas Kabupaten Mempawah dalam Penghimpunan Dana Zakat*, JIL: Journal of Islamic Law, Vol. 1, No. 1, 2020
- BPS, *Hasil Sensus Penduduk 2020*, Berita Resmi Statistik No.7/01/Th.XXIV, 21 Januari 2021
- Erlindawati, *Motivasi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan*, Iqtisahduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 1, 2016
- Fatwamati, Endang, *Gaya Hidup Pemustaka Milenial dalam Mengakses E-Journal*, Jakarta: CV. Sagung Seto, 2020.
- Hafidhuddin, Didin, *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*. Jakarta: Gema Insani, 1998.



- Hafidhuddin, Didin & Ahmad Juwaini, *Membangun Peradaban Zakat Meniti Jalan Gemilang Zakat*, Ciputat: Divisi Publikasi Institusi Manajemen Zakat, Cet. I, 2007.
- Hidayatullah, Syarif, Abdul Waris, dkk, *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6, No.2, 2018
- Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalah*, Yogyakarta: Graha, 2007.
- Putra, Trisno Wardy, (2019), *The Optimization Of Islamic Philanthropy To Develop Of SMEs At Dompot Dhuafa Republika Foundation*, Conference Proceeding, Jurnal Iqtisaduna, AICIEB, 2019.
- Putra, Trisno Wardy, (2019), *Manajemen Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Makassar*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Volume 2, Nomor 2, Oktober 2019
- Putra, Trisno Wardy, *Penghimpunan Zakat, Infak dan Sedekah Di Badan Amil Zakat Nasional*, LAA MAISYIR, Volume 6, Nomor 2, Juli 2019
- Putra, Trisno Wardy, dkk. (2020), *Maqasid Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan (Studi Kasus Baznas Kota Makassar)*, Tasamuh: Jurnal Studi Islam, Volume 12, Nomor 2, September 2020
- Putra, Trisno Wardy, *Struktur dan Pengendalian Internal Organisasi Pengelola Zakat*, Madinah: Jurnal Studi Islam, Volume 7 Nomor 2 Desember 2020
- Tangke, Diar Muzna, (2020), *Analisis Manajemen Strategi Baznas Kota Ambon*, Al-Intaj, Vo. VI No. 2 September 2020