

## **PERAN LEMBAGA AMIL ZAKAT DALAM MENINGKATKAN LITERASI ZAKAT PADA GENERASI MUDA**

**Rudi Rudiaman<sup>1</sup>, Muhammad Permadi<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Agama Islam Kuningan, Indonesia

[rudiaman90@gmail.com](mailto:rudiaman90@gmail.com)<sup>1</sup>

[muhammadpermadina@gmail.com](mailto:muhammadpermadina@gmail.com)<sup>2</sup>

### **Keywords**

*Zakat Literacy, Amil Zakat  
Institution, Young  
Generation*

### **Abstract**

*Zakat is one of the main instruments in Islamic economics that serves as a means of distributing wealth and alleviating poverty. However, the level of zakat literacy among the younger generation is still relatively low, which has the potential to hinder the optimization of zakat collection and distribution. This study aims to analyze the role of Zakat Institutions (LAZ) in increasing zakat literacy among the younger generation through educational approaches, the use of digital technology, and community involvement. The study uses a descriptive qualitative method with literature study techniques, observation of LAZ programs, and analysis of secondary data from official zakat institution reports. The results show that LAZ has implemented various strategies, such as educational campaigns through social media, training young zakat ambassadors, developing digital zakat applications, and collaborating with schools and youth communities. These strategies have proven effective in increasing young people's conceptual knowledge and practical involvement in zakat activities. This study concludes that LAZ has a strategic role in shaping a zakat-aware generation, not only as recipients of information but also as agents of zakat literacy in their communities. The research recommendations emphasize the importance of technology-based educational innovation, strengthening cross-institutional collaboration, and sustainable literacy programs so that the younger generation's zakat literacy will increase and contribute to the economic development of the Muslim community.*

### **Kata Kunci**

*Literasi Zakat, Lembaga  
Amil Zakat, Generasi Muda*

### **Abstrak**

Zakat merupakan salah satu instrumen utama dalam ekonomi Islam yang berfungsi sebagai sarana pemerataan kesejahteraan sekaligus pengentasan kemiskinan. Namun, tingkat literasi zakat di kalangan generasi muda masih tergolong rendah, sehingga berpotensi menghambat optimalisasi penghimpunan dan penyaluran zakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam meningkatkan literasi zakat pada generasi muda melalui pendekatan edukatif, pemanfaatan teknologi digital, dan keterlibatan komunitas. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik studi pustaka, observasi program LAZ, serta analisis data sekunder dari laporan resmi lembaga zakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZ telah menerapkan berbagai strategi, seperti kampanye edukasi melalui media sosial, pelatihan duta zakat muda, pengembangan aplikasi digital zakat, serta kolaborasi dengan sekolah dan komunitas remaja. Strategi ini terbukti efektif meningkatkan pengetahuan konseptual maupun keterlibatan praktis remaja dalam kegiatan zakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa LAZ memiliki peran strategis dalam membentuk generasi yang sadar zakat, tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai agen literasi zakat di lingkungannya. Rekomendasi penelitian menekankan pentingnya inovasi edukasi berbasis teknologi, penguatan kolaborasi lintas lembaga, serta program literasi yang berkesinambungan agar literasi zakat generasi muda semakin meningkat dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi umat.

*Corresponding Author:* Rudi Rudiaman

E-mail: [rudiaman90@gmail.com](mailto:rudiaman90@gmail.com)



## PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki dimensi ibadah sekaligus sosial ekonomi (Syafiq, 2016). Ia tidak hanya sebagai kewajiban spiritual, tetapi juga instrumen distribusi kekayaan untuk mengatasi ketimpangan sosial dalam masyarakat. Sebagai bagian penting dalam tatanan ekonomi Islam, zakat memiliki potensi besar dalam menciptakan keseimbangan dan keadilan sosial. Namun demikian, kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya generasi muda, mengenai zakat masih tergolong rendah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam optimalisasi penghimpunan dan penyaluran zakat.

Generasi muda saat ini tumbuh dalam era yang penuh dengan dinamika sosial dan digitalisasi. Mereka memiliki akses informasi yang sangat luas, namun tidak semua informasi yang diterima mengandung nilai-nilai agama yang memadai (Istriyani & Widiani, 2016). Literasi keagamaan mereka, termasuk dalam hal zakat, kerap terpinggirkan oleh konten-konten yang lebih populer di media sosial. Padahal, memahami zakat sejak usia remaja sangat penting untuk membentuk karakter yang peduli, empatik, dan bertanggung jawab secara sosial (Astuti et al., 2023).

Data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menunjukkan bahwa tingkat literasi zakat di kalangan generasi muda masih berada di bawah 50%. Banyak dari mereka yang belum memahami jenis-jenis zakat, siapa yang wajib membayar zakat, dan siapa yang berhak menerimanya. Bahkan sebagian masih menganggap bahwa zakat hanya relevan bagi orang tua atau mereka yang sudah mapan secara ekonomi. Pandangan ini menunjukkan adanya kesenjangan edukatif yang harus dijumpai melalui pendekatan yang relevan dengan gaya hidup dan pola pikir generasi muda.

Di sinilah peran Lembaga Amil Zakat (LAZ) menjadi sangat penting. Sebagai institusi yang tidak hanya bertugas menghimpun dan menyalurkan zakat, LAZ juga berfungsi sebagai pusat edukasi publik tentang zakat. Dalam menghadapi generasi muda, LAZ dituntut untuk mampu menyusun strategi literasi zakat yang inovatif, interaktif, dan berbasis teknologi (Setiabudi, 2023). Edukasi konvensional saja tidak cukup. Harus ada pendekatan kreatif yang memanfaatkan media sosial, aplikasi mobile, dan konten digital yang disukai generasi muda.

Upaya LAZ dalam meningkatkan literasi zakat generasi muda tidak hanya berdampak pada pengetahuan, tetapi juga membangun kesadaran spiritual dan sosial mereka. Ketika remaja memahami bahwa zakat adalah cara nyata untuk membantu orang lain, mereka akan lebih terdorong untuk terlibat aktif, baik sebagai muzakki (pembayar zakat) di masa depan maupun sebagai agen perubahan sosial (Syahrullah, 2018). Pengenalan zakat sejak dini juga dapat mengubah pola pikir remaja tentang kekayaan, kepemilikan, dan tanggung jawab sosial.

Dalam konteks ini, lembaga zakat tidak lagi cukup hanya berperan sebagai penerima dana, tetapi harus menjadi motor penggerak edukasi zakat nasional. Kolaborasi dengan sekolah, kampus, organisasi pemuda, komunitas digital, dan tokoh muda Muslim harus diperluas. LAZ perlu melihat generasi muda bukan hanya sebagai objek edukasi, tetapi juga sebagai subjek aktif yang dapat menyampaikan pesan zakat kepada lingkungannya. Oleh karena itu, strategi literasi zakat yang dikembangkan harus bersifat partisipatif, inklusif, dan transformatif (Trizuwani, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana peran Lembaga Amil Zakat dalam meningkatkan literasi zakat pada generasi muda. Penelitian ini juga ingin menggali pendekatan-pendekatan apa saja yang dilakukan oleh LAZ, hambatan yang dihadapi, serta peluang yang dapat dikembangkan untuk membentuk generasi yang melekat zakat dan berkontribusi aktif dalam pembangunan ekonomi umat melalui zakat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam mengenai peran lembaga amil zakat dalam meningkatkan literasi zakat pada generasi muda. Fokus utama dari pendekatan ini adalah menggambarkan secara sistematis bagaimana strategi edukatif dan program-program LAZ mempengaruhi pengetahuan serta sikap remaja terhadap zakat.

Sumber data utama berasal dari studi pustaka (library research) terhadap berbagai publikasi ilmiah, laporan tahunan BAZNAS, dokumentasi program LAZ, serta artikel jurnal yang relevan. Selain itu, digunakan pula data sekunder berupa survei dan statistik yang dikeluarkan oleh lembaga resmi terkait zakat dan generasi muda. Analisis dilakukan dengan cara membaca secara kritis, mengklasifikasikan tema, dan menafsirkan makna dari data yang dikumpulkan.

Pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi terhadap program edukasi zakat yang diselenggarakan oleh beberapa lembaga amil zakat di Indonesia, baik yang bersifat offline maupun online. Data kemudian dianalisis menggunakan pendekatan tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola, strategi, dan hambatan yang muncul dalam implementasi program literasi zakat untuk generasi muda. Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi terhadap berbagai sumber.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Lembaga Amil Zakat (LAZ) memainkan peranan strategis dalam menguatkan pemahaman generasi muda tentang zakat sebagai salah satu rukun Islam. Zakat bukan hanya kewajiban ibadah, tetapi juga sarana distribusi kekayaan yang memiliki dampak langsung terhadap keadilan sosial (Pida & Zein, 2025). Remaja, sebagai calon pemimpin masa depan, memiliki tanggung jawab untuk memahami dan melaksanakan ajaran ini sejak dini. Sayangnya, banyak dari mereka belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai hukum, jenis, serta tata cara penyaluran zakat secara benar. Maka dari itu, pendekatan edukatif dari lembaga zakat menjadi kunci utama dalam meningkatkan literasi zakat di kalangan mereka.

Studi terbaru menunjukkan bahwa meskipun minat terhadap nilai-nilai Islam mulai meningkat di kalangan remaja, tetapi pemahaman mendalam mengenai zakat masih tergolong rendah. LAZ melalui program-program edukatif seperti kampanye zakat di sekolah, pelatihan remaja masjid, hingga penyuluhan daring, bertujuan untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan tersebut. Program ini dirancang dengan bahasa yang ringan dan sesuai dengan dunia remaja sehingga informasi lebih mudah dipahami dan diterima. Edukasi zakat yang bersifat partisipatif terbukti lebih efektif dalam membangun kesadaran serta keterlibatan aktif (Ritonga et al., 2025).

Penggunaan teknologi juga menjadi kekuatan besar dalam strategi edukasi zakat oleh lembaga zakat. Di era digital saat ini, generasi muda sangat terhubung dengan media sosial, sehingga LAZ pun memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan informasi zakat secara luas (Sofiyawati & Halimah, 2022). Konten-konten edukatif seperti infografis, video pendek, testimoni, hingga kuis interaktif menjadi alat yang ampuh dalam menarik perhatian. Melalui pendekatan digital ini, pemahaman zakat menjadi lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari remaja, sehingga mendorong terciptanya generasi yang sadar zakat.

Namun, rendahnya tingkat literasi zakat pada remaja juga tidak lepas dari minimnya keterlibatan langsung mereka dalam aktivitas pengumpulan dan distribusi zakat. Banyak di antara generasi muda yang masih menganggap zakat sebagai tanggung jawab orang tua atau institusi tertentu saja (Wani, 2019). LAZ kemudian berperan untuk mengubah persepsi tersebut dengan memberikan ruang partisipasi aktif, seperti program relawan zakat, pelatihan sebagai amil muda, dan pelibatan dalam proyek-proyek pemberdayaan zakat. Dengan begitu, mereka tidak hanya memahami zakat sebagai teori, tetapi juga sebagai praktik nyata yang menyentuh masyarakat.

Data yang dihimpun oleh lembaga terkait menunjukkan bahwa terdapat peningkatan partisipasi remaja dalam kegiatan zakat setelah mengikuti program-program LAZ. Misalnya, dalam rentang waktu dua tahun terakhir, terjadi peningkatan jumlah remaja yang menjadi donatur zakat digital melalui aplikasi yang terafiliasi dengan lembaga zakat. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan berbasis teknologi yang dilakukan oleh LAZ cukup berhasil dalam membentuk kesadaran berzakat sejak usia muda.

Selain edukasi dan digitalisasi, LAZ juga berkolaborasi dengan institusi pendidikan formal dan nonformal untuk menyisipkan kurikulum zakat dalam pembelajaran keislaman. Upaya ini dinilai efektif karena dapat memberikan pemahaman komprehensif sejak dini tentang fungsi zakat dalam tatanan sosial. Bahkan, di beberapa sekolah berbasis Islam, LAZ turut menginisiasi program tabungan zakat pelajar, di mana siswa menyisihkan sebagian kecil uang saku mereka untuk zakat (Pusparini, 2020). Kegiatan ini tidak hanya membentuk karakter dermawan, tetapi juga menumbuhkan budaya tanggung jawab sosial.

LAZ juga berkontribusi dalam membentuk tokoh-tokoh muda yang mampu menjadi agen literasi zakat di komunitasnya. Remaja masjid, organisasi pelajar Islam, dan komunitas daring kini mulai aktif dalam menyuarakan pentingnya zakat sebagai kewajiban sekaligus solusi ekonomi umat. Program pelatihan kepemimpinan zakat yang diselenggarakan oleh LAZ memungkinkan mereka untuk menjadi duta zakat di lingkungan masing-masing (Velayati et al., 2024). Keberadaan duta zakat muda ini menjadi langkah progresif dalam memperluas jangkauan dakwah zakat ke generasi sebaya.

Menariknya, tingkat kepedulian zakat di kalangan generasi muda juga berbanding lurus dengan tingkat religiusitas mereka. LAZ pun tidak hanya memberikan pemahaman teknis zakat, tetapi juga membangun spiritualitas dan kesadaran iman melalui pendekatan emosional dan naratif. Dalam beberapa kesempatan, LAZ menyampaikan kisah inspiratif tentang mustahik (penerima zakat) yang kehidupannya berubah setelah menerima bantuan zakat (Darmansyah et al., 2023). Cerita ini menyentuh sisi empati remaja dan membangkitkan keinginan mereka untuk turut berkontribusi.

Selain media sosial dan edukasi konvensional, LAZ juga mulai memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti webinar, podcast, dan siaran live untuk menjangkau remaja yang aktif secara digital (Wijoyo et al., 2021). Format ini memberikan kesempatan dialog dua arah, sehingga pertanyaan dan kebingungan remaja tentang zakat bisa langsung dijawab oleh praktisi dan ulama. Interaksi ini memperkuat pemahaman serta meningkatkan keterikatan emosional terhadap kewajiban zakat sebagai ibadah sosial.

Strategi lain yang dijalankan LAZ adalah dengan memetakan kebutuhan remaja sebagai target edukasi. Tidak semua remaja memiliki latar belakang yang sama; ada yang sudah familiar dengan konsep fiqh zakat, namun ada juga yang sama sekali belum tersentuh. Oleh karena itu, materi edukasi zakat dirancang bertingkat, mulai dari pengenalan dasar hingga pembahasan lanjutan seperti zakat saham, zakat penghasilan, dan zakat digital (Irmayanti, 2024). Segmentasi ini membuat proses edukasi menjadi lebih terarah dan efektif.

Kendala yang dihadapi LAZ dalam meningkatkan literasi zakat remaja antara lain adalah kurangnya sumber daya pengajar yang memahami pendekatan edukatif untuk anak muda, serta masih rendahnya anggaran program digitalisasi zakat. Namun demikian, kerja sama dengan lembaga keuangan syariah seperti BSI menjadi solusi yang cukup efektif, karena mereka turut menyediakan platform zakat digital serta dukungan logistik dan promosi program edukasi. Sinergi lintas lembaga ini membuka jalan untuk penyebaran literasi zakat yang lebih luas dan menyeluruh.

Secara keseluruhan, lembaga amil zakat memegang peran penting dalam membentuk generasi muda yang melek zakat dan sadar akan perannya dalam membangun ekonomi umat. Tidak cukup hanya menyampaikan kewajiban zakat, tetapi juga harus ditanamkan nilai-nilai keikhlasan, empati, dan tanggung jawab sosial melalui pendekatan yang komunikatif dan kontekstual. Dengan strategi edukasi yang berkelanjutan, didukung oleh teknologi dan kolaborasi lintas lembaga, maka generasi muda Indonesia dapat menjadi motor penggerak zakat di masa depan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa peran lembaga amil zakat sangat signifikan dalam meningkatkan literasi zakat di kalangan generasi muda. Melalui berbagai pendekatan edukatif yang inovatif dan pemanfaatan media digital, LAZ mampu menjangkau kelompok usia remaja secara lebih efektif dan menarik. Kegiatan literasi seperti kampanye di media sosial, pelibatan remaja dalam program zakat, serta kolaborasi dengan sekolah dan komunitas menjadi kunci dalam membangun pemahaman dan kesadaran mereka tentang pentingnya zakat.

Generasi muda tidak hanya harus dilihat sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang dapat menyebarkan nilai-nilai zakat di lingkungan mereka. Pemahaman yang baik tentang zakat dapat membentuk karakter yang peduli, bertanggung jawab, dan memiliki kesadaran sosial yang tinggi. Oleh karena itu, LAZ perlu terus memperkuat peran edukatifnya, menyesuaikan strategi dengan perkembangan zaman, dan melibatkan generasi muda dalam perencanaan serta pelaksanaan program zakat.

Dengan upaya yang berkelanjutan dan kolaboratif, diharapkan lahir generasi Muslim yang tidak hanya memahami zakat sebagai kewajiban, tetapi juga menjadikannya sebagai bagian integral dari gaya hidup islami dan kontribusi sosial. Literasi zakat yang tinggi pada generasi muda akan menjadi fondasi penting bagi pembangunan ekonomi umat berbasis keadilan dan keberkahan.

## BIBLIOGRAFI

- Astuti, M., Herlina, H., Ibrahim, I., Prasilia, H., Sintia, D., & Wulandari, T. (2023). Pentingnya pendidikan karakter dalam dunia pendidikan. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(1), 141–151.
- Darmansyah, D., Kisworo, B., & Umam Khudori, K. (2023). *Analisis Sistem Pendistribusian Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional Rejang Lebong*. Institut Agama Islam Negeri Curup.

- Irmayanti, N. (2024). *Identifikasi Elemen-elemen Mikro Kapabilitas Dinamis pada Social Enterprise (Studi Kasus pada LAZISMU, LAZIS UNISIA dan BMT At-Ta'awun)*. Universitas Islam Indonesia.
- Istriyani, R., & Widiani, N. H. (2016). Etika Komunikasi Islam Vs Hoax Di Dunia Maya. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2).
- Pida, D. F., & Zein, A. W. (2025). Peran Zakat dalam Membangun Ekonomi Berkelanjutan: Tinjauan Aksiologi Filsafat Ekonomi Islam. *Polyscopia*, 2(1), 52–59.
- Pusparini, M. D. (2020). *Kontribusi Lembaga Filantropi Islam Berbasis Zakat Infak Sedekah dalam Mendukung Sustainable Development Goals (Studi pada Dompot Dhuafa Yogyakarta)*.
- Ritonga, R., Putri, B. T., & Rambe, L. (2025). Penyuluhan Optimalisasi Manajemen Pemasaran Syariah Dan Potensi Zakat Pada Pabrik Tahu Dan Tempe. *Al-Umm: Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 2(2), 12–20.
- Setiabudi, M. B. (2023). *Peran Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam Membangun Identitas Merek Berbasis Instagram*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ....
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64.
- Syafiq, A. (2016). Zakat ibadah sosial untuk meningkatkan ketaqwaan dan kesejahteraan sosial. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 2(2), 380–400.
- Syahrullah, M. A. (2018). *Strategi fundraising dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*. Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah.
- Trizuwani, S. (2025). Lembaga Dakwah, Tujuan, Fungsi serta Perannya Terhadap Umat Islam. *MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1), 1–23.
- Velayati, A. V., Badriyah, N., Rahmawati, M., Bariyah, C., & Haryanto, R. (2024). Strategi Pengembangan SDM LAZ PERSADA Cabang Pamekasan dalam Menghadapi Tantangan Digitalisasi Era Society 5.0. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 4(02), 113–124.
- Wani, M. (2019). Pemuda Dalam Al-Qur'an Dan As-Sunnah: Pemuda Islam Yang Berkualitas Tidak Lepas Dari Pendidikan Orang Tua Yang Totalitas. *Al-Dzikra: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an Dan Al-Hadits*, 13(1), 71–94.
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.