JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Pemetaan fenomenologis efektivitas edukasi zakat fisik dan digital berbantuan Nvivo: Menuju model hibrida-progresif (o2o) bagi Generasi Z

Daud Pranjaya Daulay[1)*], Ramdani[2)]
[1, 2] Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: daudpranjaya.22040@mhs.unesa.ac.id[1)], ramdaniramdani@unesa.ac.id[2)]*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis perbandingan efektivitas program edukasi zakat *offline* dan *online* dalam membentuk minat berzakat Generasi Z, serta merumuskan strategi edukasi terintegrasi. Menggunakan desain kualitatif fenomenologi eksperimental di Asrama Mahasiswa Nusantara (AMN) Surabaya, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan instrumen pendukung *pre-test* dan *post-test* terhadap 16 informan (mahasiswa, mentor, dan praktisi BAZNAS). Analisis data menggunakan alat analisis CAQDAS NVivo 12 Pro (*Word Frequency*, *Cluster Analysis*, *Matrix Coding query*) kemudian diekstraksi ke dalam matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mempertahankan dikotomi (pemisahan) metode edukasi merupakan kekeliruan strategis. Metode *offline* mutlak berfungsi sebagai Akselerator Kepercayaan (*Trust Accelerator*) melalui otoritas ruang, meskipun rentan terhadap inefisiensi logistik. Sebaliknya, metode *online* sangat efektif secara kognitif, namun memicu fenomena ilusi kehadiran dan kekosongan spiritual (*Spiritual Void*) akibat distraksi *multitasking*. Sebagai resolusi, penelitian ini memformulasikan Model Edukasi Zakat Hibrida-Progresif (O2O: *Online to Offline to Online*) yang mensinergikan efisiensi jangkauan digital dengan kedalaman interaksi fisik guna mengoptimalkan potensi filantropi Generasi Z secara holistik.

Kata kunci: Edukasi Zakat, Fenomenologi, Generasi Z, Model O2O, NVivo

Abstract

This study aims to analyze the comparative effectiveness of offline and online zakat education programs in shaping Generation Z's interest in paying zakat, and to formulate an integrated educational strategy. Using an experimental phenomenological qualitative design at Asrama Mahasiswa Nusantara (AMN) Surabaya, data were collected through in-depth interviews, observation, documentation, and pre-test and post-test supporting instruments from 16 informants (students, a mentor, and a BAZNAS practitioner). Data analysis using CAQDAS NVivo 12 Pro tools (Word Frequency, Cluster Analysis, Matrix Coding) was then synthesized into a SWOT matrix. The results indicate that maintaining the dichotomy of educational methods is a strategic error. The offline method acts as a Trust Accelerator through spatial authority, despite its vulnerability to logistical inefficiencies. Conversely, the online method is highly effective cognitively but triggers the "Illusion of Presence" and a Spiritual Void due to multitasking distractions. As a resolution, this study proposes the Hybrid-Progressive Zakat Education Model (O2O: Online to Offline to Online), which combines the efficiency of digital reach with the depth of physical interaction to holistically optimize Generation Z's philanthropic potential.

Keywords: *Generation Z, NVivo, O2O Model, Phenomenology, Zakat Education*

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia saat ini menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat masif di tengah era digitalisasi global. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) 2024/2025, total belanja penduduk muslim dunia telah menembus angka USD 2,45 triliun, dengan ekosistem keuangan syariah ditaksir memiliki valuasi aset mencapai USD 4,93 triliun (Kawsar, 2025). Dalam lanskap ini, Indonesia memegang posisi strategis sebagai negara dengan ekosistem ekonomi Islam terbaik ketiga di dunia, ditopang oleh kekuatan demografis berupa 245,97 juta jiwa atau 87,08% populasi pemeluk agama Islam (Muhammad, 2024). Namun, status sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia tersebut menghadirkan sebuah paradoks besar pada sektor filantropi Islam. Terdapat kesenjangan (*gap*) yang sangat tajam antara potensi dan realisasi penghimpunan dana sosial keagamaan. Kementerian Agama Republik Indonesia mencatat bahwa dari total potensi zakat nasional yang mencapai Rp 327 triliun, realisasi pengumpulan oleh lembaga resmi pada tahun 2023 baru menyentuh angka Rp 33 triliun (Kemenag, 2024).

Kesenjangan yang sangat mencolok ini mengindikasikan bahwa optimalisasi dana filantropi belum berjalan maksimal akibat rendahnya tingkat literasi dan kesadaran masyarakat, terutama pada kelompok demografis muda (Cahyani et al., 2022). Saat ini, Indonesia tengah menghadapi bonus demografi yang didominasi oleh Generasi Z. Berdasarkan data Sensus Penduduk 2020, Generasi Z mendominasi 27,94% dari total penduduk Indonesia atau setara dengan 75,49 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021). Sebagai kelompok *digital natives* yang lahir dan tumbuh bersama teknologi, Generasi Z merupakan calon muzakki potensial di masa depan yang memiliki karakteristik, preferensi belajar, dan tingkat kepercayaan (*trust*) yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka menuntut transparansi, kepraktisan, dan pendekatan edukasi yang relevan dengan gaya hidup mereka.

Dalam upaya meningkatkan literasi dan minat berzakat Generasi Z, Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dihadapkan pada dilema strategis terkait pemilihan metode edukasi. Edukasi zakat secara *offline* (tatap muka) konvensional dinilai mampu membangun kedekatan emosional dan transmisi nilai spiritual secara organik, namun dianggap kurang efisien secara logistik dan tidak mampu menjangkau Generasi Z yang dinamis secara luas (Akyuni et al., 2024). Sebaliknya, pendekatan edukasi secara *online* (digital) menawarkan skalabilitas, efisiensi waktu, dan integrasi ekosistem cashless yang sangat digemari anak muda. Akan tetapi, metode *online* memiliki kerentanan yang tinggi terhadap masalah disinformasi, *multitasking* yang merusak fokus, serta hilangnya kesakralan interaksi ibadah yang dapat memicu krisis kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat (Kasri & Sosianti, 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu telah berupaya membedah dinamika literasi dan minat berzakat ini. Kelompok studi pertama berfokus pada pengaruh edukasi dan sosialisasi terhadap kepatuhan berzakat secara umum menggunakan pendekatan kuantitatif, yang membuktikan bahwa intensitas edukasi berbanding lurus dengan minat muzakki (Hikmah & Zahriyah, 2024; D. H. Putri et al., 2021; Rohmah, 2024). Kelompok studi kedua secara lebih spesifik menyoroti perilaku generasi muda (milenial dan Gen Z) terhadap adopsi platform zakat digital. Menggunakan model statistik seperti UTAUT dan PLS-SEM, studi-studi ini menemukan bahwa literasi, ekspektasi kemudahan, dan *trust* (kepercayaan) menjadi determinan utama yang memengaruhi minat berzakat *online* (Azizah et al., 2025; Cahyani et al., 2022; Kasri & Sosianti, 2023). Sementara itu, kelompok studi kualitatif lainnya cenderung memotret strategi *fundraising* lembaga amil zakat atau perilaku berzakat masyarakat di pedesaan pada era pasca-pandemi (A'yuni & Prasetiyo, 2024; Lestari et al., 2025; Sumardianto, 2022).

Melalui penelusuran *State of the Art* tersebut, ditemukan sebuah celah kosong (*research gap*) yang sangat fundamental. Mayoritas riset terdahulu masih terjebak pada pengujian variabel edukasi secara makro-kuantitatif, dan memandang metode *offline* maupun *online* sekadar

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

sebagai alat transfer informasi (kognitif). Belum ada penelitian yang secara spesifik, komprehensif, dan empiris membedah pengalaman ruang batin (fenomenologis) Generasi Z saat menerima stimulus edukasi zakat melalui dua metode tersebut. Selain itu, belum ada kajian yang secara objektif mengomparasikan bagaimana kedua ruang (fisik dan digital) ini berimplikasi pada pembentukan minat konatif (afektif dan spiritual) mahasiswa dalam menyalurkan hartanya ke lembaga resmi.

Berangkat dari *gap* tersebut, penelitian ini hadir membawa kebaruan (*novelty*) dengan menerapkan desain Kualitatif Fenomenologi Eksperimental berbantuan perangkat lunak *Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software* (CAQDAS) NVivo 12 Pro. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan pemetaan visual (*Word Cloud, Matrix Coding,* dan *Cluster Analysis*) secara presisi terhadap pengalaman subjektif Generasi Z. Penelitian ini secara eksklusif berlokasi di Asrama Mahasiswa Nusantara (AMN) Surabaya, sebuah lokus unik yang merepresentasikan "Miniatur Indonesia" dengan keberagaman suku, budaya, dan latar belakang akademik dari berbagai perguruan tinggi negeri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan efektivitas program edukasi zakat *offline* dan *online* dalam membentuk minat berzakat Generasi Z, sekaligus merumuskan formulasi Model Edukasi Zakat Hibrida-Progresif (O2O) yang tepat sasaran demi mengoptimalkan ekosistem filantropi Islam di Indonesia.

Kajian Teori

Konseptualisasi Efektivitas dalam Syariah Islam (*Al-Fa'liyah*)

Secara konvensional, efektivitas sering kali hanya diukur dari sejauh mana keluaran (*output*) dan dampak (*outcome*) sebuah program mendekati tujuan organisasional yang telah dirumuskan (Anis et al., 2021). Namun, dalam perspektif ekonomi dan hukum Islam, efektivitas (*Al-Fa'liyah*) memiliki dimensi yang jauh lebih transendental. Efektivitas tidak hanya menitikberatkan pada hasil akhir secara material, melainkan mensyaratkan kesesuaian proses dengan prinsip syariah, nilai-nilai etika (*akhlaq*), dan kemurnian niat (*niyyah*) untuk menggapai rida Allah SWT (Muhadi, 2024).

Keberhasilan sebuah program edukasi atau dakwah dalam Islam ditopang oleh pilar-pilar fundamental, yaitu niat yang lurus, Ihsan (kualitas dan profesionalisme tertinggi dalam pelaksanaan), amanah, keadilan, dan orientasi pada maslahah umat (Damanuri & Rosyidah, 2024; Muhadi, 2024). Penekanan pada kualitas proses (Ihsan) ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S. At-Taubah ayat 105:

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ

> *Artinya: "Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan." (Q.S. At-Taubah: 105).*

Ayat tersebut memberikan legitimasi teologis yang mewajibkan umat Islam bekerja dengan standar integritas terbaik, karena setiap prosesnya senantiasa berada di bawah pengawasan-Nya. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, efektivitas program edukasi zakat dinilai dari kemampuannya menanamkan transparansi dan akuntabilitas yang dapat dirasakan langsung oleh hati nurani (*Hudurul Qalb*) Generasi Z, melampaui sekadar metrik kehadiran peserta secara kuantitatif.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Dinamika Strategi Edukasi Zakat: *Offline vs Online*

Edukasi pada hakikatnya bukan sekadar transfer informasi teknis, melainkan upaya sistematis untuk menanamkan nilai moral dan membentuk integritas perilaku (Sawaliyah & Azhar, 2025). Dalam ranah filantropi Islam, edukasi zakat bagi Generasi Z menghadapi dilema pendekatan strategi. Di satu sisi, pendekatan *offline* (tatap muka) sangat kuat dalam memfasilitasi diskusi terstruktur, transfer emosi, dan keteladanan visual langsung dari pemateri. Ruang fisik menciptakan "otoritas" yang memaksa atensi audiens, namun sering kali terkendala oleh inefisiensi logistik dan keterbatasan jangkauan.

Di sisi lain, integrasi teknologi digital (*online*) menawarkan revolusi aksesibilitas. Pembelajaran digital berbasis micro-learning sangat sejalan dengan preferensi kognitif Generasi Z yang dinamis dan menyukai kepraktisan (Akyuni et al., 2024; Khofifah et al., 2024). Meskipun menawarkan skalabilitas massal, edukasi *online* rentan terhadap *multitasking* destruktif, lemahnya pengawasan langsung, serta tingginya distraksi lingkungan yang dapat menggerus kedalaman esensi pesan agama yang disampaikan (M. L. Putri et al., 2021).

Konstruksi Psikologis Minat Berzakat Generasi Z

Minat (*intention*) berzakat tidak muncul dari ruang hampa, melainkan merupakan akumulasi dari proses internalisasi kognitif dan penetrasi afektif. Minat adalah prasyarat utama yang memotivasi lahirnya sebuah tindakan atau kepatuhan berzakat (Azwar, 2015). Secara spesifik, minat berzakat dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator utama: (1) keinginan aktif mencari tahu lebih lanjut, (2) keyakinan afektif terhadap urgensi zakat bagi penyucian jiwa dan pemerataan ekonomi, serta (3) niat kuat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi di masa depan (Cahyani et al., 2022).

Dalam ekosistem filantropi modern, pembentukan minat berzakat pada generasi muda sangat dipengaruhi oleh variabel mediasi berupa literasi dan kepercayaan (*trust*). Semakin tinggi literasi seseorang terkait tata kelola dan dampak sosial zakat, semakin kuat dorongan mereka untuk berzakat (Annahl et al., 2021; Febriandika et al., 2023). Lebih jauh, kepercayaan terhadap transparansi institusi pengelola zakat menjadi katalisator absolut (*trust accelerator*). Keyakinan bahwa dana dikelola secara profesional dan tepat sasaran menjadi faktor dominan yang membimbing niat berzakat Generasi Z, baik melalui instrumen konvensional maupun platform digital (*cashless*) (Ghaouri et al., 2023; Kurniawan & Kustiawan, 2024).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi Eksperimental (*Experimental Phenomenology*). Berbeda dengan penelitian perilaku yang berfokus pada tindakan fisik kasat mata atau kausalitas statistik yang kaku, pendekatan fenomenologi eksperimental berupaya membedah esensi pengalaman ruang batin subjek (kesadaran, persepsi, dan emosi) secara *real-time* ketika mereka diberikan variasi stimulus yang terstruktur (Ihde, 2012). Dalam konteks ini, variasi stimulus merujuk pada pemberian perlakuan (*treatment*) berupa program edukasi zakat menggunakan dua metode yang berbeda, yakni secara fisik (*offline*) dan virtual (*online*), guna mengeskplorasi secara mendalam bagaimana metode tersebut memengaruhi minat berzakat mahasiswa Generasi Z.

Fokus penelitian secara eksklusif ditetapkan di Asrama Mahasiswa Nusantara (AMN) Surabaya. Lokasi ini dipilih secara *purposive* karena merepresentasikan "Miniatur Indonesia", di mana para mahasiswa Generasi Z dari berbagai suku, daerah, dan disiplin ilmu dari empat Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang berbeda hidup dalam satu ekosistem terpadu. Subjek utama penelitian ini ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, yang melibatkan 14 mahasiswa aktif beragama Islam, 1 mentor keagamaan AMN Surabaya, dan 1 praktisi ahli dari BAZNAS. Untuk menghindari bias data dan memastikan komparasi yang berimbang,

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

subjek dibagi menjadi dua kelompok: mahasiswa Angkatan 2024 sebagai penerima edukasi *offline* dan Angkatan 2025 sebagai penerima edukasi *online*.

Pengumpulan data lapangan dilakukan secara komprehensif melalui empat teknik yang saling terintegrasi. Pertama, wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang difokuskan pada ekstraksi perasaan, tingkat kefokusan, dan dorongan minat pasca-edukasi. Penggalian informasi dihentikan setelah mencapai titik saturasi data (jenuh). Kedua, observasi partisipatif, di mana peneliti mengamati secara langsung respons gestur, atensi, serta fenomena *multitasking* selama sesi *offline* maupun *online* berlangsung. Ketiga, pemberian instrumen *pre-test* dan *post-test* yang tidak digunakan sebagai metrik statistik utama, melainkan sebagai instrumen pendukung untuk melacak transformasi kognitif dan proyeksi niat bertindak subjek. Keempat, dokumentasi berupa rekam jejak visual, *log* kehadiran, dan materi edukasi resmi. Guna menjamin keabsahan dan kredibilitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi teknik (mencocokkan wawancara dengan hasil post-test dan rekaman observasi) serta triangulasi sumber, yakni dengan memvalidasi pengakuan mahasiswa melalui sudut pandang Mentor Keagamaan AMN Surabaya dan Praktisi Ahli dari BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

Data heterogen yang terkumpul dari lapangan kemudian dianalisis menggunakan model analisis data kualitatif interaktif (Miles et al., 2014) yang diintegrasikan dengan perangkat lunak *Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software* (CAQDAS) NVivo 12 Pro. Penggunaan NVivo bertujuan untuk mendigitalisasi proses koding agar hasil komparasi lebih objektif, valid, dan matematis. Proses analisis dilakukan melalui tiga tahapan sistematis:

1. *Open Coding* (Pengkodean Terbuka): Mengekstraksi transkrip wawancara dan dokumen untuk menemukan kata kunci dominan menggunakan fitur *Word Frequency Query* dan memvisualisasikannya ke dalam *Word Cloud* serta *Treemap*.
2. *Axial Coding* (Pengkodean Aksial): Mengelompokkan kode dasar ke dalam hierarki tema utama (*Tree Nodes*) terkait Efektivitas Metode, Minat Berzakat, dan Strategi Edukasi. Tahap ini menggunakan fitur *Cluster Analysis* (berbasis *Word Similarity*) untuk menemukan hubungan logis dan mengonstruksi pemetaan kognitif subjek secara otomatis melalui dendogram.
3. *Selective Coding* (Pengkodean Selektif): Menarik benang merah untuk menjawab rumusan masalah dengan mengomparasikan intensitas respons antara kelompok *offline* dan *online* menggunakan *Matrix Coding Query*. Hasil komparasi matriks ini divisualisasikan dalam *Project Map* (diagram jejaring), yang kemudian diekstraksi ke dalam matriks analisis SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*) untuk memformulasikan Model Edukasi Zakat Hibrida-Progresif (O2O).

Hasil Temuan

Penelitian ini mengekstraksi data kualitatif yang bersumber dari *transkrip* wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta instrumen *pre-test* dan *post-test* menggunakan perangkat lunak NVivo 12 Pro. Melalui proses kodifikasi (*coding*), tanggapan dan pengalaman subjektif Generasi Z di Asrama Mahasiswa Nusantara (AMN) Surabaya dipetakan ke dalam beberapa visualisasi data matematis untuk mengukur efektivitas metode edukasi zakat secara objektif.

Pemetaan Kognitif dan Afektif Melalui *Word Cloud* dan *Treemap*

Langkah pertama dalam analisis ini adalah membedah volume data menggunakan fitur *Word Frequency Query*. Ekstraksi ini menghasilkan visualisasi *Word Cloud* dan *Treemap* yang memetakan kosa kata paling dominan diucapkan oleh seluruh informan.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Tabel 1. Top 30 Distribusi Frekuensi Kata (Sumber: Ekstraksi NVivo 12 Pro)

	Word Length	Word Count
zakat	5	774
online	6	262
edukasi	7	253
offline	7	227
program	7	164
materi	6	132
baznas	6	131
mahasiswa	9	100
membayar	8	86
literasi	8	81
sosialisasi	11	80
kepatuhan	9	75
fokus	5	68
pemateri	8	63
materinya	9	57
masyarakat	10	54
perasaan	8	53
minat	5	52
momen	5	50
ekonomi	7	46
islam	5	46
yakin	5	45
digital	7	41
berzakat	8	38
tertarik	8	38
lembaga	7	36
nyaman	6	29
ideal	5	20
emosional	9	17
jujur	5	14

Berdasarkan Tabel 1 dan Gambar 1, kata “zakat” menempati posisi puncak secara absolut (774 rujukan), membuktikan bahwa seluruh percakapan tetap terpusat pada substansi utama tanpa adanya bias topik. Temuan menarik secara fenomenologis terlihat pada frekuensi kata “*online*” (262 rujukan) yang sedikit lebih dominan dibandingkan kata “*offline*” (227 rujukan). Tingginya atensi terhadap ekosistem digital ini menegaskan identitas subjek sebagai *digital natives* yang mengutamakan kepraktisan.

Lebih jauh, analisis visual *Treemap* pada NVivo berhasil menangkap rekam jejak psikologis informan. Kata-kata operasional seperti “materi”, “BAZNAS”, dan “sosialisasi” (sebagai stimulus) secara spasial berdekatan dengan kotak kosa kata afektif dan konatif seperti “kepatuhan” (75 rujukan), “fokus” (68 rujukan), “minat” (52 rujukan), dan “emosional” (17 rujukan). Munculnya kosa kata beraliran emosi dan kendala ini membuktikan bahwa bagi Generasi Z, tumbuhnya minat berzakat bukan sekadar hasil dari transfer literasi yang kaku,

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

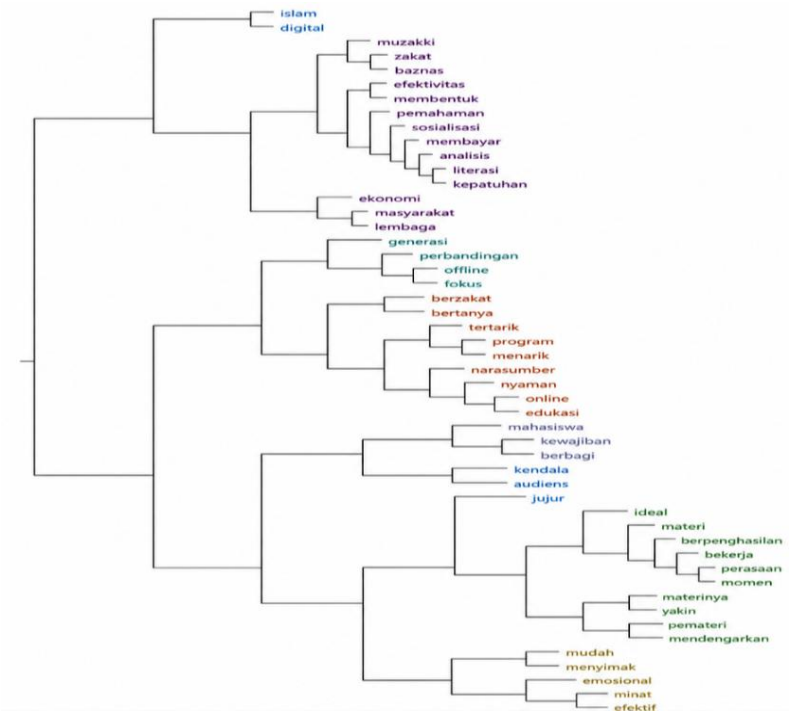
melainkan lahir dari pergolakan pengalaman ruang belajar yang memengaruhi rasa nyaman mereka.



Gambar 1. Visualisasi Word Cloud Frekuensi Kata (Sumber: Ekstraksi NVivo 12 Pro)

Konstruksi Pemikiran Generasi Z Melalui *Cluster Analysis*

Untuk melihat bagaimana mahasiswa Generasi Z mengonstruksikan hubungan logis antar konsep di dalam memori mereka, peneliti menggunakan fitur *Cluster Analysis* berbasis *Word Similarity*. Algoritma NVivo membagi pemetaan kognitif subjek ke dalam dua *cluster* (gugus) utama dalam bentuk dendrogram.



Gambar 2. Cluster Analysis Berdasarkan Kemiripan Kata (Sumber: Ekstraksi NVivo 12 Pro)

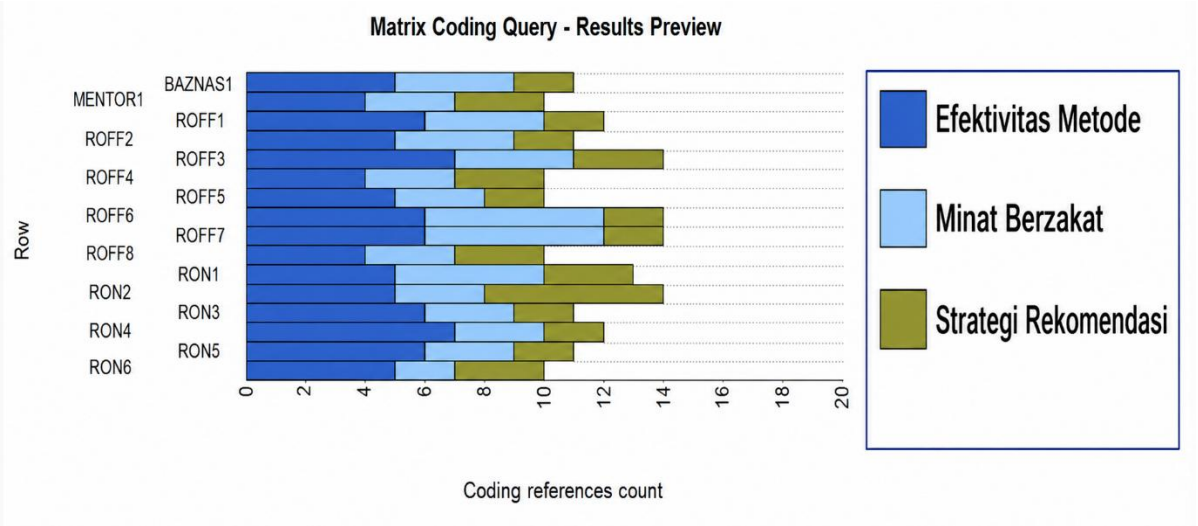
JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Cluster pertama (Konstruksi Makro Institusional) mengelompokkan kata “zakat”, “BAZNAS”, dan “muzakki” dalam satu ranting yang berdekatan dengan kata “efektivitas”, “literasi”, dan “ekonomi”. Gugus ini merepresentasikan kacamata objektif Generasi Z yang memandang edukasi zakat telah memecahkan dogma lama; zakat tidak lagi dipandang sebagai ritual ibadah personal semata, melainkan instrumen pemerataan sosial yang menuntut kepatuhan (*compliance*).

Cluster kedua (Dinamika Pengalaman Subjektif) merekam pergolakan psikologis subjek terhadap metode edukasi. Temuan paling krusial pada percabangan ini adalah terpisahnya dikotomi metode pembelajaran secara otomatis oleh sistem. Ranting kata “*Offline*” terhubung erat dengan kata “fokus” dan “generasi”, sementara ranting kata “*Online*” terhubung dengan kata “nyaman”. Hal ini menunjukkan bahwa metode virtual menawarkan ruang "nyaman" secara fisik, namun metode tatap muka diakui sebagai satu-satunya ruang yang mampu mengunci "fokus" audiens. Selain itu, akar terbawah dendrogram menghubungkan kosakata “perasaan” dan “yakin” dengan “pemateri”. Ini menjadi bukti empiris bahwa keyakinan (*trust*)Generasi Z sangat bergantung pada "momen" emosional yang diciptakan oleh persona pemateri, bukan sekadar kualitas *slide* presentasi.

Intensitas Pengalaman Subjektif Melalui *Matrix Coding Query*

Evaluasi komparatif antara kelompok *offline* dan *online* ditarik menggunakan *Matrix Coding Query* yang menghasilkan grafik *stacked bar chart* (diagram batang bertumpuk). Grafik ini membandingkan intensitas rujukan (*coding references count*) dari 16 informan terhadap tiga *Parent Code* utama: Efektivitas Metode, Minat Berzakat, dan Strategi & Rekomendasi.



Gambar 3. Grafik Matrix Coding Query Komparasi Informan (Sumber: Ekstraksi NVivo 12 Pro)

Visualisasi *Matrix Coding* pada Gambar 3 memberikan tiga temuan utama. Pertama, pada tema Efektivitas Metode (batang biru tua), seluruh informan memiliki pondasi rujukan yang padat dan setara. Hal ini membuktikan bahwa naluri pertama Generasi Z saat menerima edukasi adalah secara kritis mengevaluasi kekuatan dan kelemahan lingkungan belajar mereka (seperti distraksi gadget di sesi *online* atau keterlambatan jadwal di sesi *offline*).

Kedua, pada tema Minat Berzakat (batang biru muda), terjadi lonjakan intensitas yang sangat tajam pada informan kelompok edukasi *offline* (seperti informan ROFF6 dan ROFF7 yang mencapai 6 rujukan), dibandingkan dengan rata-rata kelompok *online* (3 rujukan). Meskipun kelompok *online* menunjukkan daya serap memori kognitif (menghafal materi) yang baik,

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

ruang fisik (*offline*) terbukti memfasilitasi "akselerasi kepercayaan" (*trust acceleration*). Kontak mata dan penyampaian kisah nyata dari pemateri merubah sekadar literasi pasif menjadi pembentukan niat konatif yang utuh.

Ketiga, pada tema Strategi dan Rekomendasi (batang hijau), terdapat anomali rujukan yang tinggi dari pihak mahasiswa (seperti informan RON2). Hal ini menyuarakan penolakan kolektif Generasi Z terhadap dikotomi (pemisahan) metode edukasi. Kelompok *online* menyadari adanya ancaman *multitasking* dan hilangnya kesakralan ibadah, sementara kelompok *offline* menyadari keterbatasan efisiensi jangkauan. Melalui matriks ini, subjek penelitian secara implisit menuntut integrasi kedua metode ke dalam sebuah rumusan strategi yang adaptif.

Pembahasan

Interpretasi terhadap temuan fenomenologis berbasis ekstraksi NVivo 12 Pro mengungkap realitas yang kompleks terkait efektivitas edukasi zakat bagi Generasi Z. Temuan ini mematahkan asumsi bahwa digitalisasi adalah solusi tunggal mutlak. Sebaliknya, evaluasi terhadap kedua metode (fisik dan digital) memunculkan paradoks psikologis yang menuntut formulasi strategi baru yang terintegrasi.

Paradoks Edukasi Zakat *Offline*: Otoritas Ruang dan Pelanggaran Prinsip *Ihsan*

Lonjakan intensitas minat berzakat yang sangat tajam pada kelompok *offline* membuktikan keunggulan absolut dari metode tatap muka, yakni terciptanya "Otoritas Ruang". Kehadiran fisik, kontak mata, dan gestur pemateri terbukti mampu meredam ego *digital natives* untuk patuh dan fokus (*Ambient Learning*). Secara psikologis, ruang fisik bertindak sebagai "Akselerator Kepercayaan" (*Trust Accelerator*). Pemaparan kisah transformasi mustahik menjadi muzakki secara langsung mampu meruntuhkan dinding skeptisisme Generasi Z terhadap birokrasi lembaga zakat.

Keberhasilan transmisi emosional dan tumbuhnya kepercayaan (*trust*) secara instan di ruang offline ini sejalan dengan kaidah epistemologi dakwah yang termaktub dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 sebagai berikut:

ٱدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكْمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ ۖ وَجَٰدِلْهُم بِٱلَّتِى هِىَ أَحْسَنُ

> *Artinya: "Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik." (Q.S. An-Nahl: 125).*

Dalam tinjauan tafsir, kata ٱلْحِكْمَةِ direpresentasikan sebagai pendekatan logis-rasional, sementara ٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ adalah pengajaran yang menyentuh relung hati (*Qur'an Kemenag*, n.d.). Realitas fenomenologis di lapangan membuktikan bahwa Generasi Z sangat resisten terhadap pendekatan dogmatis yang kaku atau doktrin ancaman siksa. Sebaliknya, metode *offline* sukses mengunci atensi mereka karena pemateri BAZNAS menggunakan retorika *hikmah* (seperti analogi "umat Islam tanpa zakat ibarat sapu lidi tanpa batang") dipadukan dengan *mau'izhah* berupa paparan transparansi transformasi mustahik menjadi muzakki. Pendekatan ini terbukti lebih ampuh menyentuh ruang batin (*affective depth*) Generasi Z, meruntuhkan skeptisisme birokrasi, dan membangun *trust accelerator* (akselerasi kepercayaan) secara organik.

Meskipun demikian, metode *offline* memiliki kelemahan esensial berupa friksi logistik. Keterlambatan jadwal (molor) dan benturan aktivitas akademik memicu *multitasking* terselubung dan rusaknya suasana hati (*mood*) audiens. Dalam konsep efektivitas syariah (*Al-Fa'liyah*), inefisiensi manajerial ini merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip *Ihsan* (profesionalisme dan kualitas terbaik). Sebagaimana peringatan tegas Allah SWT dalam Q.S. At-Taubah ayat 105:

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ

Artinya: "Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."" (Q.S. At-Taubah: 105).

Ayat ini memberikan justifikasi teologis bahwa setiap pekerjaan—termasuk manajemen penyelenggaraan majelis ilmu atau edukasi zakat—selalu berada di bawah pengawasan Ilahiah (Muhadi, 2024). Kedisiplinan waktu bukan sekadar etika profesional profan, melainkan manifestasi dari ibadah dan amanah. Oleh karena itu, edukasi *offline* tidak dapat mencapai persentase efektivitas mutlak bagi Generasi Z jika penyelenggara mengabaikan ritme kesibukan akademik mereka, karena pesan agama sebaik apa pun akan gagal diserap apabila wadah penyampaiannya mencederai integritas logistik.

Paradoks Edukasi Zakat *Online*: Ilusi Kehadiran dan *Spiritual Void*

Eksplorasi terhadap metode edukasi *online* melalui *Zoom Meeting* memvalidasi tesis kelenturan digital. Secara kognitif, Generasi Z menunjukkan daya serap memori (retensi) yang sangat presisi dalam memahami materi tata kelola 3A (Aman Syar'i, Regulasi, NKRI) dan persentase nishab. Keberhasilan kognitif ini mengonfirmasi temuan (Cahyani et al., 2022; Kasri & Sosianti, 2023) dalam model UTAUT, di mana ekspektasi kemudahan (*effort expectancy*) dan fleksibilitas platform sangat memengaruhi adopsi layanan zakat digital.

Namun, di balik efisiensi kognitif tersebut, pendekatan fenomenologi menemukan anomali yang sangat berbahaya bagi ekosistem filantropi Islam, yakni terjadinya ilusi kehadiran di ruang maya. Tingginya angka *off-cam* dan kolom *chat* yang pasif membuktikan bahwa presensi kuantitatif di *Zoom Meeting* tidak berbanding lurus dengan presensi atensi. *Multitasking* destruktif ini pada hakikatnya mereduksi etika esensial pencarian ilmu yang diamanahkan dalam Q.S. Al-Isra ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِۦ عِلْمٌۚ إِنَّ ٱلسَّمْعَ وَٱلْبَصَرَ وَٱلْفُؤَادَ كُلُّ أُوْلَٰٓئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْـُٔولًا

Artinya: "Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya." (Q.S. Al-Isra: 36).

Dalam tafsirnya, ayat ini menuntut integrasi penuh antara ٱلسَّمْعَ (pendengaran), ٱلْبَصَرَ (penglihatan), dan ٱلْفُؤَادَ (hati/fokus batin) dalam menerima informasi. Terbaginya fokus Generasi Z akibat distraksi gawai mengakibatkan hilangnya *Hudurul Qalb* (kehadiran hati). Hal inilah yang secara empiris memicu fenomena *Spiritual Void* (Kekosongan Spiritual). Meskipun mahasiswa secara kognitif mampu menghafal syarat zakat, ketiadaan fusi antara fisik dan jiwa di ruang virtual membuat edukasi zakat terasa hampa, tanpa ada resonansi spiritual yang mengikat.

Kedua, terputusnya transmisi emosional melahirkan "Kekosongan Spiritual" (*Spiritual Void*). Transaksi zakat dan sedekah (*Micro-Philanthropy*) secara virtual melalui kode QR dianggap praktis, namun dirasakan "hampa" oleh Generasi Z. Lebih jauh lagi, hilangnya kesakralan interaksi fisik (seperti jabat tangan akad dan doa langsung dari amil) mereduksi ibadah zakat menjadi sekadar transaksi materialistik berbentuk pindah saldo antar-gawai. Terlebih lagi, instrumen *online* tidak hanya rentan terhadap disinformasi donasi bodong, tetapi juga sangat berisiko menjebak Generasi Z pada budaya pamer (*flexing*) di media sosial demi validasi algoritma (*likes* atau *shares*). Praktik pamer digital ini secara langsung mengancam

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

kemurnian niat (*niyyah*), sebuah kebatilan yang secara tegas diharamkan dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 264:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تُبْطِلُوا۟ صَدَقَٰتِكُم بِٱلْمَنِّ وَٱلْأَذَىٰ كَٱلَّذِى يُنفِقُ مَالَهُۥ رِئَآءَ ٱلنَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِٱللَّهِ وَٱلْيَوْمِ ٱلْءَاخِرِ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, jangan membatalkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena riya' (pamer) kepada manusia, sedangkan dia tidak beriman kepada Allah dan hari Akhir." (Q.S. Al-Baqarah: 264).

Peringatan teologis ini menegaskan bahwa disrupsi ekosistem zakat *cashless* (seperti fasilitas QRIS) harus diawasi dengan proteksi akidah yang ketat. Kemudahan teknologi donasi digital dapat berbalik menjadi bumerang moral jika edukasi yang diberikan gagal merawat keikhlasan batin. Di sinilah letak urgensi edukasi *offline* untuk menyeimbangkan efisiensi *online* dengan pemurnian niat.

Pemetaan Strategis (SWOT) dan Formulasi Model Hibrida-Progresif (O2O)

Penolakan subjek terhadap dikotomi (pemisahan) metode *offline* dan *online* menuntut adanya resolusi strategis. Sintesis hasil triangulasi dan ekstraksi NVivo dipetakan ke dalam matriks komparatif SWOT untuk merumuskan landasan solusi yang adaptif.

Tabel 2. Matriks SWOT Komparatif Edukasi Zakat Offline dan Online (Sumber: Olahan Penulis, 2026)

No.	Indikator SWOT	Edukasi Zakat *OFFLINE* (Tatap Muka)	Edukasi Zakat *ONLINE* (Zoom)
1	**Kekuatan (*Strengths*)**	1. Memiliki "Otoritas Ruang" yang mampu menekan ego personal Gen Z untuk patuh dan fokus 2. Transmisi emosi dan pembentukan *Trust* (kepercayaan) terjadi dengan sangat cepat 3. Terciptanya *Ambient Learning* dan diskusi sebaya secara organik	1. Fleksibilitas akses ruang dan waktu yang ramah dan relevan bagi gaya hidup *digital natives* 2. Kekuatan daya tarik visualisasi materi (PPT) yang lebih dominan dan responsif 3. Efisiensi biaya dan kemudahan jangkauan mobilisasi audiens massal
2	**Kelemahan (*Weaknesses*)**	1. Rentan terhadap kendala logistik (jadwal *molor*, bentrok kegiatan kampus, dll) 2. Menimbulkan kelelahan fisik partisipan sebelum acara dimulai 3. *Multitasking* tetap terjadi secara sembunyi-sembunyi akibat jadwal akademik yang bertabrakan	1. Terjadinya fenomena Ilusi Kehadiran (*off-cam*) dan Ilusi Keaktifan (interaksi melalui fitur *chat* mati) 2. Melahirkan *Spiritual Void* (rasa kehampaan nilai ibadah pada transaksi secara *online*) 3. Terkendala karena adanya *Post-Pandemic Zoom Fatigue*
3	**Peluang (*Opportunities*)**	1. Tingginya modal rasa empati sosial Gen Z yang siap diwujudkan menjadi niat nyata ketika menyimak kisah Mustahik menjadi Muzakki 2. Ekosistem *Cashless* (QRIS & Layanan Jempol Zakat) memfasilitasi terjadinya *Micro-Philanthropy*	1. Ekosistem *Cashless* (QRIS & Layanan Jempol Zakat) memfasilitasi terjadinya *Micro-Philanthropy* (infaq/ sedekah receh digital berskala kecil) 2. Kesiapan Gen Z untuk bertransformasi menjadi Corong

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

		3. Kebutuhan Gen Z akan ruang interaksi dan validasi sosial secara langsung dari praktisi/ahli terkait	Literasi yang melakukan dakwah melalui media sosial
4	**Ancaman (*Threats*)**	1. Tingginya sikap skeptis dan resistensi kognitif Gen Z terhadap metode dakwah yang kaku dan dogmatis (doktrin menakut-nakuti) 2. Dinamika kepadatan jadwal akademik mahasiswa dari empat PTN yang berbeda	1. Ancaman distorsi ilmu agama akibat hilangnya fokus dan kendala sinyal 2. Tingginya disinformasi (penipuan donasi bodong) di internet yang dapat merusak kepercayaan (*trust*) 3. Ancaman budaya *Flexing* (riya') yang merusak kemurnian niat (*niyyah*)

Sebagai kulminasi dari analisis matriks SWOT tersebut, penelitian ini memformulasikan Model Edukasi Zakat Hibrida-Progresif (O2O: *Online to Offline to Online*). Model ini mengintegrasikan skalabilitas teknologi dengan kesakralan majelis fisik melalui tiga fase yang terstruktur:

1. Fase 1: *Digital Awareness* (Hulu - *Online*): Menggunakan ekosistem media sosial dan konten visual pendek (*micro-learning*) sebagai kail (*hook*) untuk mencuri atensi awal dan menyosialisasikan urgensi zakat produktif secara massal.
2. Fase 2: *Spiritual Deepening* (Inti - *Offline*): Menarik Generasi Z ke dalam ruang fisik yang disiplin (*Ihsan*) untuk mengunci fokus, meruntuhkan skeptisisme melalui interaksi tatap muka dengan amil/praktisi, dan memurnikan niat (*niyyah*).
3. Fase 3: *Digital Action & Amplification* (Hilir - *Online*): Mengembalikan Generasi Z ke habitat digitalnya untuk mengeksekusi niat ibadah melalui transaksi *cashless* (Zakat/Infaq via dompet digital) sekaligus mentransformasi mereka menjadi "Corong Literasi" atau Da'i Digital yang mengamplifikasi kampanye lembaga zakat (OPZ) ke dalam lingkaran pergaulan mereka secara organik.

Secara teologis, formulasi Model Edukasi Hibrida-Progresif (O2O) ini bukanlah sekadar kompromi manajerial, melainkan wujud nyata dari upaya menegakkan tata kelola dakwah dan filantropi yang terstruktur kokoh (*bunyanun marshush*). Hal ini bersesuaian dengan apa yang dicintai oleh Allah SWT dalam Q.S. As-Saff ayat 4:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَّرْصُوصٌ

Artinya: "Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam satu barisan, seakan-akan mereka suatu bangunan yang tersusun kukuh." (Q.S. As-Saff: 4).

Dalam konteks filantropi Islam modern, بُنْيَانٌ مَّرْصُوصٌ (bangunan yang tersusun kukuh) adalah metafora absolut bagi sebuah sistem edukasi yang komprehensif, tidak berjalan secara sporadis, dan menolak dikotomi. Model O2O mengeliminasi kelemahan tunggal dengan menggabungkan keunggulan daya jangkau digital (sebagai *awareness* dan aksi) dengan kedalaman spiritual ruang fisik (sebagai pengunci *trust*). Model ini menjembatani celah antara potensi filantropi dan realisasi dengan memposisikan Generasi Z bukan lagi sebagai objek dakwah yang pasif, melainkan sebagai fondasi peradaban zakat yang cerdas secara rasional dan tulus secara spiritual.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pemetaan fenomenologis dengan bantuan Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software (CAQDAS) NVivo 12 Pro, penelitian ini menyimpulkan bahwa pemisahan

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

metode edukasi zakat secara offline dan online bagi Generasi Z merupakan pendekatan yang kurang tepat karena keduanya memiliki efektivitas yang saling melengkapi. Metode offline atau tatap muka berperan sebagai akselerator kepercayaan (Trust Accelerator) melalui interaksi langsung, kontak mata, dan transmisi emosional dari pemateri yang mampu membangun kedekatan serta mengurangi skeptisisme Generasi Z terhadap lembaga pengelola zakat. Namun, metode ini masih menghadapi kendala efisiensi logistik yang dapat mengganggu kenyamanan dan kedisiplinan peserta. Sementara itu, metode online memiliki keunggulan dalam aspek kognitif dan administratif karena menawarkan fleksibilitas serta jangkauan yang lebih luas sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai digital natives. Meskipun demikian, pembelajaran virtual berpotensi menimbulkan gangguan fokus akibat multitasking, kelelahan digital, serta berkurangnya kedalaman spiritual karena terbatasnya interaksi langsung dan kehadiran hati (Hudurul Qalb).

Sebagai solusi atas perbedaan karakteristik tersebut, penelitian ini merumuskan Model Edukasi Zakat Hibrida-Progresif dengan pendekatan O2O (Online to Offline to Online). Model ini terdiri atas tiga tahapan, yaitu Digital Awareness melalui pemanfaatan media sosial untuk membangun kesadaran awal, Spiritual Deepening melalui kegiatan tatap muka untuk memperkuat pemahaman dan kepercayaan, serta Digital Action & Amplification melalui pemanfaatan ekosistem digital untuk mendorong praktik Micro-Philanthropy dan membentuk Generasi Z sebagai Da'i Digital. Implementasi model ini diharapkan mampu mengintegrasikan aspek rasional, sosial, dan spiritual dalam edukasi zakat sehingga Generasi Z tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam menyebarluaskan literasi zakat dan meningkatkan partisipasi filantropi Islam.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar BAZNAS dan LAZ mengadopsi Model Edukasi Hibrida-Progresif dengan mengembangkan pendekatan edukasi yang lebih komunikatif dan berorientasi pada pemecahan masalah, seperti transparansi proses transformasi mustahik menjadi muzakki, serta memperbaiki manajemen logistik kegiatan tatap muka. Bagi pihak akademik dan pengelola Asrama Mahasiswa Nusantara (AMN) Surabaya, diperlukan sinkronisasi jadwal edukasi keagamaan dengan aktivitas akademik mahasiswa serta penguatan ruang diskusi peer-to-peer untuk mendukung internalisasi nilai. Sementara itu, mahasiswa Generasi Z diharapkan dapat bertransformasi dari peserta edukasi yang pasif menjadi penggerak literasi zakat melalui praktik Micro-Philanthropy, seperti sedekah dan infak digital menggunakan QRIS, dengan tetap menjaga kemurnian niat dan menghindari budaya flexing. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai metode edukasi online asinkronus melalui platform video pendek seperti TikTok, Reels, dan Shorts, serta menguji Model O2O menggunakan pendekatan kuantitatif, seperti Structural Equation Modeling (SEM), untuk mengetahui hubungannya dengan peningkatan penghimpunan dana ZISWAF secara lebih luas.

Referensi

A'yuni, I. K., & Prasetiyo, L. (2024). Perilaku Masyarakat Dalam Mengeluarkan Zakat Mal: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi. Intizar, 30(2), 1619–1620. Https://Doi.Org/10.19109/Intizar.V30i2.25513

Akyuni, Q., Nurainiah, & Zulfadli. (2024). View Of Comparative Study Of Islamic Education Models In Public And Private Universities. Https://Journal.Uinsi.Ac.Id/Index.Php/Syamil/Article/View/9889/3082

Anis, I., Usman, J., & Arafah Rahmawati, S. (2021). Efektivitas Program Pelayanan Kolaborasi Kab Gowa. Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik, Vol. 2, N, 1105–1116. Https://Journal.Unismuh.Ac.Id/Index.Php/Kimap/Article/View/5429

Annahl, F., Akbar, M., Anshory, A., Chamani, A., Aulia, & Mahdiah. (2021). Why Do Muzaki Pay Zakat Through Institutions? The Theory Of Planned Behaviour Application. Journal

Of Islamic Monetary Economics And Finance, 7(1), 203–226. Https://Doi.Org/10.21098/Jimf.V7i0.1313

Azizah, L. P. N., Priyono, T. H., & Mahardiyanto, A. (2025). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Religiusitas Dan Motivasi Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Platform Digital Yang Bekerja Sama Dengan Baznas. Ijabah, 3(2), 108–122. Https://Doi.Org/10.19184/Ijabah.V3i2.5884

Azwar. (2015). Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya / Saifuddin Azwar. Https://Lib.Ui.Ac.Id/Detail?Id=20113067&Lokasi=Lokal

Badan Pusat Statistik. (2021). BERITA RESMI STATISTIK Hasil Sensus Penduduk 2020. Https://Www.Bps.Go.Id/Id/Pressrelease/2021/01/21/1854/Hasil-Sensus-Penduduk--Sp2020--Pada-September-2020-Mencatat-Jumlah-Penduduk-Sebesar-270-20-Juta-

Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant Of Behavioral Intention To Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role Of Knowledge Of Zakat. ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf, 9(1), 1–16. Https://Journal.Iainkudus.Ac.Id/Index.Php/Ziswaf/Article/View/13330

Damanuri, A., & Rosyidah, E. (2024). Kontekstualisasi Filsafat Ekonomi Islam Dalam Sdgs. SYNTAX IDEA, 15(1), 37–48. Https://Jurnal.Syntax-Idea.Co.Id/Index.Php/Syntax-Idea/Article/View/3441

Febriandika, N. R., Hakimi, F., Ashfahany, A. El, & Yayuli, Y. (2023). What Drives Muslims' Zakat Compliance Behavior In The Profession? Evidence On Indonesia. Journal Of Organizational Behavior Research, 137–157. Https://Odad.Org/Article/What-Drives-Muslims39-Zakat-Compliance-Behavior-In-The-Profession-Evidence-In-Indonesia-Systlm4aus5j686

Ghaouri, M. H., Kassim, S., Othman, A. H. A., & Zakariyah, H. (2023). Behavioural Intention Of Zakat Participants Towards The Zakat Fund In Morocco. ISRA International Journal Of Islamic Finance, 15(1), 36–53. Https://Doi.Org/10.55188/Ijif.V15i1.484

Hikmah, F., & Zahriyah, A. (2024). View Of Pengaruh Edukasi, Kualitas Pelayanan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Daerah (LAZDA) Rizki Jember. Https://Ejurnal.Uij.Ac.Id/Index.Php/Jebi/Article/View/3193/2013

Ihde, D. (2012). Experimental Phenomenology, Second Edition: Multistabilities. Experimental Phenomenology, Second Edition. Https://Doi.Org/10.1515/9781438442877

Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). View Of Determinants Of The Intention To Pay Zakat Online: The Case Of Indonesia. Https://Jimf-Bi.Org/JIMF/Article/View/1664/937

Kawsar, N. H. (2025). State Of The Global Islamic Economy 2025 - Dinarstandard. Https://Www.Dinarstandard.Com/Insights/Sgier-2024-25

Kemenag. (2024). Kemenag Targetkan Pengumpulan Zakat Nasional Naik 10% Pada 2025. Https://Kemenag.Go.Id/. Https://Kemenag.Go.Id/Nasional/Kemenag-Targetkan-Pengumpulan-Zakat-Nasional-Naik-10-Pada-2025-Xivc4

Khofifah, K., Nur Rahma Putri, Fitotul Jannah, & Nita Yuli Astuti. (2024). Peran Teknologi Dalam Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran Pendidikan Islam. Jurnal Pendidikan Islam Al-Affan, 4(2), 218–223. Https://Doi.Org/10.69775/Jpia.V4i2.215

Kurniawan, R., & Kustiawan, U. (2024). E-Service Quality In Online Zakat And Its Impact On Muzaki Behavior. International Journal Of Zakat, 9(1), 2024–2071. Https://Ijazbaznas.Com/Index.Php/Journal/Article/View/505/175

Lestari, O., Isnaini, D., & Sumarni, Y. (2025). Strategi Fundraising Dana Zakat Melalui Sosialisasi Dan Edukasi Berbasis Digital Qris (Studi Baznas Provinsi Bengkulu). BUDGETING : Journal Of Business, Management And Accounting, 6(2), 2715–1913. Https://Journal.Ipm2kpe.Or.Id/Index.Php/BUDGETING/Article/View/14449/9734

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook. Scientific Research Publishing. Https://Www.Scirp.Org/Reference/Referencespapers?Referenceid=1977773

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Muhadi. (2024). Konsep Islam Tentang Efektivitas Pelaksanaan Suatu Pekerjaan. Misbahul Ulum, 2, 306–312. Https://Jurnal.Insanprimamu.Ac.Id/Index.Php/Misbahul/Article/View/443

Muhammad, N. (2024). Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada Semester I 2024. Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Demografi/Statistik/66b45dd8e5dd0/Mayoritas-Penduduk-Indonesia-Beragama-Islam-Pada-Semester-I-2024

Putri, D. H., Siswanto, I., & Siagian, S. Y. (2021). Pengaruh Sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat. 1–13. Https://Ejournal.Stai-Tbh.Ac.Id/Al-Muqayyad/Article/View/342

Putri, M. L., Venti, M., Rahmawati, Y. A., & Oktian, Fajar Nugroho, S.Pd, M. P. (2021). Efektivitas Pembelajaran Daring (Online) Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Tik Di Sd Anugrah Tanjungpandan. 2, 306–312. Https://Prosiding.Esaunggul.Ac.Id/Index.Php/Snip/Article/View/164

Qur'an Kemenag. (N.D.). Retrieved July 21, 2026, From Https://Quran.Kemenag.Go.Id/

Rohmah, R. . (2024). Pengaruh Literasi Zakat Dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Membayar Zakat. 3. Https://Garuda.Kemdiktisaintek.Go.Id/Documents/Detail/5357928

Sawaliyah, Y., & Azhar, A. (2025). Exploration Of Character Education Programs And Their Contribution To The Moral Formation Of Junior High School Students. Eduprof : Islamic Education Journal, 7(2), 535–554. Https://Doi.Org/10.47453/Eduprof.V7i2.409

Sumardianto, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Dakwah Dalam Zakat BAZNAS Pada Awal Pandemi Covid-19. Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah), 22(2), 188–207. Https://Doi.Org/10.15575/Anida.V22i2.20317