Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 9 No. 01 (2026), Hal. 61-78
E-ISSN: 3047-3829, P-ISSN: 2621-0622
https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v9i01.5179

STRATEGI BLUE OCEAN DALAM INOVASI ZIS DIGITAL UNTUK PENGUATAN EKONOMI UMAT

Arvan Sandika[1], Muhamad Zen[2], Fatmawati[3]

[1,2,3] Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
arvan.sandika25@mhs.uinjkt.ac.id

Kata Kunci:
Blue Ocean Strategy, Digitalisasi ZIS, Fintech Syariah, BAZNAS, Ekonomi Umat.

Abstrak

Transformasi digitalisasi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) mendorong lembaga filantropi Islam untuk menghadirkan inovasi layanan yang lebih efektif dan kompetitif. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam inovasi ZIS digital di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) guna memperkuat ekonomi umat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui studi dokumentasi dari laporan BAZNAS, publikasi resmi, regulasi zakat, dan artikel ilmiah terkait digitalisasi filantropi Islam. Analisis dilakukan menggunakan kerangka *Blue Ocean Strategy* melalui pendekatan *Eliminate*, *Reduce*, *Raise*, dan *Create* (ERRC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi ZIS digital melalui platform online, QRIS, dan integrasi fintech syariah mampu meningkatkan penghimpunan dana, transparansi, serta partisipasi muzaki, khususnya generasi muda. Novelty penelitian ini terletak pada penerapan *Blue Ocean Strategy* sebagai model diferensiasi layanan filantropi Islam digital yang menciptakan nilai baru melalui kemudahan akses, akuntabilitas real-time, dan perluasan pasar zakat digital. Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi ZIS digital berpotensi memperkuat inklusi keuangan syariah dan pemberdayaan ekonomi umat secara berkelanjutan.

Keywords:
Blue Ocean Strategy, ZIS Digitalization, Sharia Fintech, BAZNAS, Community Economy.

Abstract

The digital transformation of zakat, infak, and sadaqah (ZIS) encourages Islamic philanthropic institutions to present more effective and competitive service innovations. This study aims to analyze the implementation of the Blue Ocean Strategy in digital ZIS innovations at the National Zakat Agency (BAZNAS) to strengthen the community's economy. The study uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Data were obtained through documentation studies from BAZNAS reports, official publications, zakat regulations, and scientific articles related to the digitalization of Islamic philanthropy. The analysis was conducted using the Blue Ocean Strategy framework through the Eliminate, Reduce, Raise, and Create (ERRC) approach. The results show that digital ZIS innovations through online platforms, QRIS, and integration with sharia fintech can increase fund collection, transparency, and muzakis' participation, especially

Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 9 No. 01 (2026), Hal. 61-78
E-ISSN: 3047-3829, P-ISSN: 2621-0622
https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v9i01.5179

among the younger generation. The novelty of this research lies in the application of the Blue Ocean Strategy as a model for differentiating digital Islamic philanthropy services that create new value through ease of access, real-time accountability, and the expansion of the digital zakat market. This study emphasizes that digital ZIS innovation has the potential to strengthen sharia financial inclusion and sustainably empower the economic well-being of the community.

PENDAHULUAN

Manajemen zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Indonesia telah mengalami perubahan signifikan sebagai hasil dari perkembangan digital di sektor filantropi Islam. Lembaga zakat didorong untuk menawarkan layanan yang lebih cepat, lebih transparan, dan lebih sederhana bagi masyarakat umum untuk diakses berkat kemajuan teknologi keuangan, QRIS, mobile banking, dan platform kontribusi digital. Penggunaan transaksi digital yang semakin meningkat di Indonesia dan perubahan sikap publik terhadap lingkungan ekonomi digital turut memperkuat fenomena ini. Menurut studi sebelumnya, digitalisasi zakat meningkatkan efektivitas pengumpulan dana, efisiensi operasional, dan aksesibilitas layanan filantropi Islam.[1] Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek teknis digitalisasi zakat, efektivitas penghimpunan dana, serta penggunaan fintech syariah dalam pengelolaan zakat tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan pendekatan strategi bisnis inovatif seperti *Blue Ocean Strategy*.

Namun, selain adaptasi teknologi, lembaga zakat harus mengembangkan diferensiasi layanan yang dapat membuka ruang pasar baru (ruang pasar tanpa persaingan) karena meningkatnya persaingan di antara platform donasi digital dan perubahan perilaku muzaki. Konsep *Blue Ocean Strategy* dari W. Chan Kim dan Renée Mauborgne menyoroti pentingnya inovasi nilai melalui pengembangan layanan baru yang menyimpang dari pola persaingan tradisional. Pendekatan ini menjadi relevan dalam konteks pengelolaan ZIS digital karena lembaga zakat harus menawarkan layanan yang tidak hanya efektif tetapi juga mampu meningkatkan pengalaman pengguna, transparansi, dan loyalitas muzaki digital. Namun, penelitian tentang penggunaan Strategi Blue Ocean dalam inovasi ZIS digital sebagai paradigma transformasi filantropi Islam berbasis teknologi masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan penelitian, yang menjadi dasar penting bagi penelitian ini.

Digitalisasi zakat sebagian besar telah diteliti dari sudut pandang efisiensi teknologi dan tata kelola lembaga zakat dalam studi sebelumnya. Misalnya, menggunakan metodologi tinjauan literatur yang sistematis, penelitian Makarim dan Hamzah (2024) menunjukkan potensi digitalisasi zakat dalam meningkatkan efisiensi pengumpulan dan pendistribusian dana ZIS.[2] Penggunaan QRIS, dompet digital, dan fintech syariah dapat meningkatkan efektivitas manajemen zakat, menurut penelitian oleh Siregar, Majid, dan Sugianto (2025).[3] Sementara itu, Anggraini dan Hilal (2025) menjelaskan bahwa transparansi pelayanan dan meningkatnya partisipasi muzakki digital dipengaruhi oleh manajemen penggalangan dana digital untuk zakat.[4] Namun, penelitian-penelitian ini belum secara khusus meneliti bagaimana digitalisasi ZIS dapat digunakan sebagai strategi diferensiasi untuk membuka pasar baru dan meningkatkan daya saing organisasi amal Islam dengan menggunakan metode *Blue Ocean Strategy*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan ekonomi lokal dengan mengintegrasikan teori strategi bisnis kreatif dengan digitalisasi filantropi

[1] Dina Fornia Makarim and Muhammad Zilal Hamzah, "Peran Dan Potensi Digitalisasi Manajemen Zakat: Sebuah Systematic Literature Review," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 463–71, https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12406.

[2] Makarim and Hamzah.

[3] Tetty Handayani Siregar, Shabri Abd. Majid, and Sugianto, "Efisiensi Syariah Dalam Era Digital: Tinjauan Sistematis Terhadap Pengelolaan Zakat Di Era QRIS Dan Fintech Islam," *Jurnal Sharia Economica* 4, no. 3 (2025): 270–85, https://doi.org/10.46773/jse.v4i3.2137.

[4] Febyviani Dwimutian Anggraini and Syamsul Hilal, "Manajemen Digital Fundraising Zakat," *Jurnal I-Philanthropy* 5, no. 1 (2025): 1–15, https://doi.org/10.19109/iphi.v5i1.28484.

Islam.

Urgensi akademik penelitian ini terletak pada pentingnya pengembangan model inovasi ZIS digital yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital dan perubahan perilaku masyarakat Muslim modern. Selain memiliki potensi besar dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, digitalisasi ZIS juga berperan strategis dalam memperkuat inklusi keuangan syariah, pemberdayaan UMKM mustahik, dan pembangunan ekonomi umat berbasis teknologi. Penelitian ini menawarkan *novelty* melalui analisis implementasi *Blue Ocean Strategy* menggunakan pendekatan *Eliminate*, *Reduce*, *Raise*, dan *Create* (ERRC) dalam inovasi layanan ZIS digital. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini tidak hanya membahas aspek digitalisasi teknis, tetapi juga menjelaskan bagaimana lembaga zakat menciptakan inovasi nilai, memperluas basis muzaki digital, dan membangun model filantropi Islam yang lebih inklusif, kompetitif, dan berkelanjutan di era transformasi digital.[5]

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (*library research*) untuk menganalisis penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam inovasi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) digital sangat berdampak terhadap penguatan ekonomi umat. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis konsep, strategi, dan transformasi digital dalam pengelolaan filantropi Islam berdasarkan berbagai sumber ilmiah dan data dokumentatif yang relevan. Sumber data primer dalam penelitian ini berupa laporan resmi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), regulasi zakat, publikasi lembaga zakat, serta dokumen terkait digitalisasi ZIS. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku akademik, artikel prosiding, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Blue Ocean Strategy*, fintech syariah, dan digitalisasi filantropi Islam. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan penelusuran literatur secara sistematis menggunakan database ilmiah seperti *Google Scholar*, *Crossref*, dan jurnal bereputasi.

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif karena informasi yang dikumpulkan dan dianalisis bersifat verbal dan naratif, bukan numerik. Selain itu, strategi kualitatif digunakan karena penelitian ini tidak memerlukan pendekatan kuantitatif karena pengolahan data tidak melibatkan analisis dan perhitungan statistik.[6] Metodologi *Eliminate*, *Reduce*, *Raise*, dan *Create* (ERRC) digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana Strategi *Blue Ocean* diterapkan dalam inovasi ZIS digital. Mengidentifikasi masalah, mengumpulkan literatur, mengklasifikasikan data sesuai dengan tema studi, menganalisis hasil secara kritis, dan menyusun sintesis antara teori dan data empiris adalah langkah pertama dalam proses penelitian. Untuk mencapai data yang konsisten dan objektif, teknik triangulasi sumber digunakan untuk membandingkan data dari berbagai jurnal, publikasi, laporan resmi, dan penelitian sebelumnya. Selain itu, agar temuan penelitian sah secara ilmiah, penelitian ini hanya menggunakan sumber ilmiah yang terkini, relevan, dan terkemuka.

---

[5] Fredi Setyono, Haikal Firmansah, and Anas Pratama, "Transformasi Zakat Digital : Strategi Akselerasi Pengentasan Kemiskinan Di Era Society 5.0," *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2026): 101–15, https://doi.org/https://doi.org/10.61132/anggaran.v4i1.2207.

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* (Bandung: Alfabeta, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Transformasi Digital ZIS di Indonesia

Manajemen zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Indonesia telah mengalami revolusi digital yang menunjukkan perubahan besar dari metode filantropi tradisional ke ekosistem layanan berbasis teknologi digital. Selain bersifat administratif, langkah ini mencerminkan perubahan strategi institusional untuk menghasilkan nilai baru bagi masyarakat. Dari sudut pandang *Blue Ocean Strategy* karya W. Chan Kim dan Renée Mauborgne, digitalisasi ZIS dapat diartikan sebagai upaya institusi zakat untuk menjauh dari kompetisi tradisional (*red ocean*) dan menuju pengembangan ruang pasar baru melalui layanan digital inovatif. Adopsi platform zakat daring, QRIS, perbankan seluler, dan *integrasi fintech* syariah menunjukkan bahwa lembaga zakat mulai mengembangkan pengalaman layanan yang cepat, adaptif, dan mudah diakses oleh komunitas digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya adaptasi teknologi tetapi juga strategi diferensiasi untuk meningkatkan basis muzakki dan memperbaiki daya saing lembaga filantropi Islam di era ekonomi digital. Situasi ini menunjukkan bahwa transformasi digital adalah strategi diferensiasi untuk meningkatkan basis muzakki dan meningkatkan daya saing lembaga filantropi Islam di era ekonomi digital, bukan hanya adaptasi teknologi semata.[7]

Ketika pandemi COVID-19 telah secara signifikan mempercepat perkembangan digitalisasi dalam filantropi Islam di Indonesia. Organisasi seperti Badan Amil Zakat Nasional telah mulai membangun ekosistem digital melalui aplikasi pembayaran zakat, layanan *e-wallet*, media sosial, dan kemitraan dengan platform fintech syariah. Dalam konteks *Blue Ocean Strategy*, langkah ini mencerminkan strategi create dan raise, yang melibatkan pengembangan model layanan baru sambil secara bersamaan meningkatkan nilai layanan bagi pengguna. Melalui aplikasi pembayaran zakat, layanan *e-wallet*, media sosial, dan kemitraan dengan platform fintech syariah, organisasi seperti Badan Amil Zakat Nasional telah mulai menciptakan ekosistem digital. Langkah ini mewakili strategi create dan raise dalam konteks *Blue Ocean Strategy*, yang mencakup pengembangan model layanan baru sambil secara bersamaan meningkatkan nilai layanan bagi pengguna. Polanya interaksi publik dengan lembaga zakat, yang sebelumnya terbatas pada transaksi tatap muka, telah berhasil diubah oleh digitalisasi menjadi layanan berbasis teknologi yang tersedia kapan saja. Analisis ini menunjukkan bagaimana inovasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga membuka pasar baru dari generasi muda dan komunitas perkotaan yang sebelumnya tidak dapat dijangkau oleh metode zakat tradisional. Akibatnya, fokus manajemen zakat telah berpindah dari pendekatan administratif menjadi pendekatan yang berpusat pada pengalaman pengguna dan konektivitas digital sebagai hasil dari transformasi digital ZIS.[8]

Pertumbuhan pembayaran zakat digital di Indonesia menunjukkan meningkatnya

[7] Sugianto Tetty Handayani Siregar, Shabri Abd Majid, "Efisiensi Syariah Dalam Era Digital : Tinjauan Sistematis Terhadap Pengelolaan Zakat Di Era Qris Dan Fintech Islam," *Jurnal Sharia Economica* 4, no. 3 (2025): 112–22, https://doi.org/https://doi.org/10.46773/jse.v4i1.

[8] Haryani Santo Hartono, "Indonesia's National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq, and Shadaqah (ZIS)," *Muslim Business and Economic Review* 1, no. 2 (2022): 183–204, https://doi.org/https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.67.

keinginan masyarakat akan layanan yang berguna, terbuka, dan instan. Menurut temuan analisis, QRIS, aplikasi zakat digital, dan integrasi pembayaran melalui perbankan seluler dapat mempercepat transaksi sekaligus meningkatkan tanggung jawab pengelolaan dana ZIS. Teknologi digital memungkinkan organisasi zakat menurunkan biaya layanan sekaligus meningkatkan kualitas layanan, menurut teori inovasi nilai. Hal ini berbeda dengan pendekatan zakat tradisional, yang biasanya membutuhkan prosedur administrasi yang lebih panjang dan akses layanan yang terbatas secara geografis. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa meskipun digitalisasi mempermudah pelaporan, notifikasi transaksi, dan transparansi langsung dalam distribusi uang, hal ini berpotensi untuk meningkatkan loyalitas donatur. Keadaan ini menunjukkan bahwa strategi ZIS digital berhasil menghasilkan nilai tambah yang sulit dicapai oleh metode filantropi konvensional, memperkuat posisi lembaga zakat dalam ekosistem ekonomi syariah digital.[9]

Selain meningkatkan efektivitas penghimpunan dana, teknologi digital juga berkontribusi terhadap penguatan tata kelola zakat yang lebih transparan dan akuntabel. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan sistem digital seperti SIMBA, dashboard pelaporan online, dan integrasi data mustahik membantu lembaga zakat meningkatkan efisiensi distribusi dana dan meminimalkan potensi kesalahan administrasi. Dalam kerangka *Blue Ocean Strategy*, kondisi ini menunjukkan implementasi strategi *eliminate* dan *reduce*, yaitu mengurangi birokrasi yang tidak efisien dan menghilangkan hambatan akses layanan. Sintesis antara teori inovasi nilai dan praktik digitalisasi ZIS menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai instrumen penciptaan kepercayaan publik (*public trust*). Kepercayaan tersebut menjadi faktor strategis karena keberhasilan lembaga zakat sangat dipengaruhi oleh persepsi transparansi dan profesionalisme pengelolaan dana umat. Oleh sebab itu, digitalisasi ZIS memiliki implikasi luas terhadap penguatan legitimasi sosial lembaga filantropi Islam di tengah meningkatnya kompetisi platform donasi digital.[10]

Meskipun demikian, penelitian menemukan bahwa implementasi digitalisasi ZIS masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural. Rendahnya literasi digital masyarakat, kesenjangan akses internet, serta kekhawatiran terhadap keamanan data menjadi hambatan utama dalam optimalisasi layanan zakat digital. Dalam perspektif analisis kritis, kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi digital belum sepenuhnya inklusif karena masih terdapat kelompok masyarakat yang belum mampu mengakses layanan berbasis teknologi. Selain itu, sebagian masyarakat masih memiliki preferensi terhadap pembayaran zakat secara langsung karena dianggap lebih sesuai dengan nilai spiritual dan kepercayaan personal. Tantangan lainnya berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia dan kemampuan lembaga zakat dalam mengelola transformasi digital secara berkelanjutan. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi *Blue Ocean Strategy* dalam inovasi ZIS digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan lembaga membangun edukasi digital, tata kelola data, dan strategi

[9] & Khusnudin Islamiyah Maimuna, Eko Suprayitno, "Digitalisasi Pembayaran Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Penghimpunan Dan Pengelolaan Zakat.," *OIKOS:Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 9, no. 2 (2025): 1007–20.

[10] Tetty Handayani Siregar, Shabri Abd Majid, "Efisiensi Syariah Dalam Era Digital : Tinjauan Sistematis Terhadap Pengelolaan Zakat Di Era Qris Dan Fintech Islam."

komunikasi publik yang adaptif terhadap perubahan perilaku masyarakat.

2. Analisis Penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam Inovasi Digital

Tujuan dari *Blue Ocean Strategy* adalah untuk menciptakan ruang pasar baru yang tidak diperebutkan sehingga bisnis dapat berkembang tanpa harus berhadapan dengan pesaing. Alih-alih terjerat dalam perang persaingan yang brutal, strategi ini berupaya membuka prospek pasar baru dengan nilai kreatif (dikenal sebagai *Red Ocean*). Konsep ini diperkenalkan oleh W. Chan Kim dan Renée Mauborgne melalui buku *"Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant"* yang pertama kali diterbitkan pada tahun 2005.[11] Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, W. Chan Kim dan Renee Mauborgne adalah orang pertama yang mengusulkan rencana *Blue Ocean. Blue Ocean Strategy* menekankan bahwa bisnis tidak boleh mengalahkan pesaing dengan menggunakan taktik langsung. Dengan kata lain *Blue Ocean Strategy* adalah cara untuk keluar dari kesulitan *Red Ocean.* Persaingan ketat untuk pangsa pasar yang sama dengan pesaing adalah yang mendefinisikan skenario *Red Ocean.* Persaingan yang intens dan saling melemahkan dimungkinkan oleh hal ini.[12]

Penggunaan Strategi Blue Ocean dalam pengembangan zakat, infaq, dan sadaqah (ZIS) digital menunjukkan pergeseran strategis dalam cara filantropi Islam dikelola di era ekonomi digital. W. Chan Kim dan Renée Mauborgne mengembangkan konsep Strategi *Blue Ocean*, yang menekankan pentingnya penggunaan inovasi nilai untuk menciptakan ruang pasar baru (ruang pasar tanpa persaingan) guna membebaskan organisasi dari persaingan berat tradisional.[13] Strategi ini diterapkan dalam konteks pengelolaan ZIS melalui digitalisasi layanan zakat, yang menggabungkan media sosial, aplikasi pembayaran digital, QRIS, dan teknologi keuangan syariah sebagai metode penghimpunan dana masyarakat. Perubahan ini menunjukkan bahwa organisasi zakat bekerja untuk memberikan pengalaman layanan baru yang lebih cepat, lebih adaptif, lebih transparan bagi masyarakat umum selain meningkatkan jumlah dana yang terkumpul. Akibatnya, digitalisasi ZIS menjadi strategi diferensiasi yang memungkinkan organisasi zakat menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan model amal Islam yang lebih cocok dengan perubahan perilaku di dunia digital.[14]

Melalui inovasi nilai, strategi Blue Ocean dalam manajemen ZIS digital memungkinkan lembaga zakat untuk beralih dari persaingan tradisional (red ocean) ke pengembangan ruang pasar baru. Menurut QS. At-Taubah ayat 60 :

سَبِيْلِ وَفِيْ وَالْغٰرِمِيْنَ الرِّقَابِ وَفِى قُلُوْبُهُمْ وَالْمُؤَلَّفَةِ عَلَيْهَا وَالْعٰمِلِيْنَ وَالْمَسٰكِيْنِ لِلْفُقَرَاۤءِ الصَّدَقٰتُ اِنَّمَا

٦٠ حَكِيْمٌ عَلِيْمٌ وَاللّٰهُ اللّٰهِۗ مِّنَ ةًۗفَرِيْضَ السَّبِيْلِۗ وَابْنِ اللّٰهِ

Artinya: Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para

[11] B U Y T H E Book, *Blue Ocean Strategy : How to Create Uncontested Market*, 2015.

[12] Kartika, "Menerapkan Blue Ocean Strategy Bagi Bisnis Anda," *Mekari Jurnal*, 2025, https://www.jurnal.id/id/blog/blue-ocean-strategy/.

[13] W. Chan Kim and Renée Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*, Expanded E (Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2015).

[14] Haryani Santo Hartono, "Indonesia's National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq, and Shadaqah (ZIS)."

amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana (QS. At-Taubah [9] 60).

Surah At-Taubah ayat 103:

سَمِيْعٌ وَاللّٰهُ لَّهُمْ ۗ سَكَنٌ صَلٰوتَكَ اِنَّ عَلَيْهِمْ ۗ وَصَلِّ بِهَا وَتُزَكِّيْهِمْ تُطَهِّرُهُمْ صَدَقَةً اَمْوَالِهِمْ مِنْ خُذْ

١٠٣ عَلِيْمٌ

Artinya: "Ambillah zakat dari harta mereka (guna) mensucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui" (QS. At-Taubah [9] 103).

Jadi manajemen zakat yang kompeten dan fokus dapat dikombinasikan dengan teknologi modern untuk meningkatkan jangkauan distribusi, efisiensi, dan transparansi. Akibatnya, digitalisasi ZIS menjadi strategi transformasional sekaligus alat operasional untuk meningkatkan dampak ekonomi masyarakat secara berkelanjutan dan inklusif. Manajemen proyek pemberdayaan ekonomi mustahik kini sangat bergantung pada strategi pemasaran di era digitalisasi dan persaingan global yang semakin ketat. Pemasaran produk mustahik, akses pasar, dan daya saing bisnis semuanya akan meningkat dengan rencana pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh yang dibuat untuk mencapai tujuan bisnis tertentu dengan memanfaatkan peluang pasar. Pendekatan ini dapat melibatkan pemasaran digital, promosi media sosial, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, dan peningkatan branding produk dalam konteks pemberdayaan ekonomi mustahik.[15]

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Blue Ocean Strategy* dalam inovasi ZIS digital dilakukan melalui penciptaan layanan yang berbeda dari sistem zakat konvensional. Sebelumnya, pengelolaan zakat lebih berorientasi pada pelayanan administratif manual dan transaksi tatap muka yang memiliki keterbatasan dalam aksesibilitas, efisiensi, serta jangkauan penghimpunan dana. Namun, perkembangan teknologi digital mendorong lembaga zakat untuk mengembangkan inovasi berbasis aplikasi digital dan fintech syariah yang memungkinkan masyarakat melakukan pembayaran zakat secara daring kapan saja dan di mana saja. Dalam perspektif teori inovasi, langkah ini menunjukkan adanya perubahan model layanan dari *product-oriented service* menuju *user-centered service*, yaitu layanan yang berfokus pada kebutuhan dan kenyamanan pengguna. Analisis ini memperlihatkan bahwa strategi digitalisasi berhasil menciptakan pasar baru dari kelompok masyarakat urban dan generasi muda yang sebelumnya belum optimal dijangkau oleh sistem zakat tradisional. Oleh karena itu, penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam ZIS digital tidak hanya menghasilkan efisiensi layanan, tetapi juga menciptakan nilai baru berupa kemudahan akses, transparansi, dan fleksibilitas transaksi zakat.

3. Dampak Inovasi ZIS Digital terhadap Ekonomi Umat.

Dalam sistem ekonomi Islam, zakat, sedekah, dan hadiah (ZIS) adalah alat penting

[15] Robaiyadi, Zen Muhammad, Fatmawati, "Strategi Marketing Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Di Rumah Zakat Sumsel Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi," *JURNAL Al-A'amal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 1–6.

untuk mengurangi kemiskinan dan mendistribusikan kembali kekayaan. Penggunaan platform digital telah secara signifikan mengubah manajemen ZIS seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Era ekonomi digital, di mana orang-orang lebih terbiasa melakukan transaksi dengan cepat, mudah, dan transparan menggunakan perangkat elektronik, telah menjadikan digitalisasi ZIS sebagai kenyataan yang tak terpisahkan. Untuk memaksimalkan pengumpulan dan distribusi ZIS, pergeseran ini menawarkan organisasi pengelola zakat baik peluang maupun tantangan.[16]

a. Peningkatan penghimpunan dana zakat secara signifikan.

Implementasi inovasi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) digital menunjukkan dampak signifikan terhadap penguatan ekonomi umat melalui peningkatan efektivitas penghimpunan dana zakat. Dalam perspektif *Blue Ocean Strategy*, digitalisasi ZIS menjadi bentuk inovasi nilai (*value innovation*) yang memungkinkan lembaga zakat menciptakan ruang pasar baru melalui layanan berbasis teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi zakat online, QRIS, *mobile banking*, dan integrasi fintech syariah berhasil meningkatkan kemudahan transaksi sehingga mendorong pertumbuhan jumlah muzakki digital. Dengan penggunaan taktik ini, organisasi zakat kini dapat menjangkau komunitas yang sebelumnya tidak dapat dilayani oleh sistem tradisional karena keterbatasan administratif dan geografis. Analisis menunjukkan bahwa peningkatan penggalangan dana dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi serta meningkatnya akuntabilitas dan transparansi layanan digital, yang memperkuat kepercayaan publik terhadap organisasi zakat. Dalam situasi ini, zakat berubah dari kegiatan amal konvensional menjadi ekosistem sosial dan ekonomi yang didorong oleh teknologi melalui penggunaan strategis inovasi digital.[17]

b. Perluasan jangkauan muzaki, terutama generasi muda.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi ZIS digital berhasil memperluas jangkauan muzaki, khususnya pada kelompok generasi muda dan masyarakat urban yang memiliki tingkat penggunaan teknologi tinggi. Dalam teori *Diffusion of Innovations* yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers, adopsi teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, kecepatan, dan kompatibilitas layanan terhadap kebutuhan pengguna.[18] Integrasi zakat dengan aplikasi digital dan media sosial menciptakan pola filantropi baru yang lebih fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern. Hasil analisis menunjukkan bahwa generasi muda lebih tertarik menggunakan layanan zakat digital karena proses transaksi dapat dilakukan secara cepat serta dilengkapi fitur pelaporan real-time.[19] Kondisi ini memperlihatkan bahwa implementasi *Blue Ocean Strategy* berhasil menciptakan pasar baru melalui diferensiasi layanan digital yang sebelumnya belum dimanfaatkan secara optimal oleh lembaga zakat konvensional. Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa perluasan muzaki digital masih menghadapi tantangan berupa kesenjangan literasi digital dan rendahnya pemahaman sebagian masyarakat

[16] Sahroh, "Digitalisasi ZIS: Peluang Dan Tantangan Di Era Ekonomi Digital" (Surabaya, 2026), https://kotasurabaya.baznas.go.id/artikel/show/digitalisasi-zis-peluang-dan-tantangan-di-era-ekonomi-digital/35367.

[17] Haryani Santo Hartono, "Indonesia's National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq, and Shadaqah (ZIS)."

[18] Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th Edition (New York, NY: Free Press, 2003).

[19] Moch Andika Dwiputra and J. Juliana, "Zakat Digitalization: Transformation of Zakat Management through Sharia Fintech" (Bandung, Indonesia, 2025).

terhadap penggunaan fintech syariah.

c. Optimalisasi program pemberdayaan mustahik.

Selain berdampak pada penghimpunan dana, inovasi ZIS digital juga berkontribusi terhadap optimalisasi program pemberdayaan mustahik. Penggunaan sistem digital memungkinkan lembaga zakat melakukan pemetaan data mustahik secara lebih akurat sehingga distribusi bantuan dapat dilakukan secara tepat sasaran. Dalam perspektif *Blue Ocean Strategy*, inovasi ini mencerminkan upaya peningkatan nilai layanan (*raise*) melalui efektivitas tata kelola dan transparansi distribusi dana. Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mempermudah monitoring program bantuan produktif seperti modal usaha mikro, pelatihan kewirausahaan, dan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Sintesis antara teori tata kelola zakat dan praktik digitalisasi memperlihatkan bahwa teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi administrasi, tetapi juga memperkuat dampak sosial ekonomi zakat terhadap kesejahteraan mustahik.[20] Dengan demikian, transformasi digital ZIS berpotensi mengubah pola distribusi zakat dari model konsumtif menuju model pemberdayaan ekonomi produktif yang lebih berkelanjutan.

d. Kontribusi ZIS digital terhadap inklusi keuangan syariah.

Implementasi ZIS digital memperkuat inklusi keuangan Islam di Indonesia. Menurut temuan penelitian, masyarakat kini dapat mengakses ekosistem keuangan digital yang berbasis prinsip Syariah dengan mengintegrasikan zakat dengan layanan *fintech* Syariah. Inklusi keuangan Syariah dalam analisis ekonomi Islam mencakup distribusi kesejahteraan sosial yang adil selain akses terhadap layanan keuangan. Orang dari berbagai tempat kini dapat melakukan transaksi keuangan Syariah tanpa dibatasi oleh akses fisik ke lembaga zakat berkat digitalisasi zakat. Keadaan ini menunjukkan bahwa inovasi ZIS digital memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam sistem ekonomi Syariah di negara ini.[21] Akan tetapi, penelitian juga menemukan bahwa efektivitas inklusi keuangan syariah masih dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur digital, keamanan data, serta regulasi fintech syariah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi *Blue Ocean Strategy* dalam ZIS digital memerlukan sinergi antara lembaga zakat, pemerintah, dan sektor fintech syariah agar transformasi digital dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan.

e. Peran ZIS dalam penguatan UMKM dan ekonomi produktif umat

Inovasi ZIS digital memiliki peran penting dalam penguatan UMKM dan ekonomi produktif umat. Dana zakat yang dihimpun melalui platform digital tidak hanya disalurkan dalam bentuk bantuan konsumtif, tetapi juga diarahkan pada program pemberdayaan usaha mikro seperti pembiayaan usaha, pelatihan bisnis, dan pendampingan kewirausahaan. Dalam kerangka *Blue Ocean Strategy*, langkah ini merupakan bentuk penciptaan nilai baru (*create*) melalui integrasi zakat dengan program ekonomi produktif berbasis teknologi. Analisis menunjukkan bahwa penggunaan sistem digital mempermudah monitoring perkembangan usaha mustahik sehingga lembaga

[20] Tri Anisa Noviani, Khoiruddin, and Anis Sofiana, "Zakat Fund Management through Financial Technology in the Digital Era: A Maqāṣid Al-Sharī'ah Approach," *Al-Risalah: Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum* 25, no. 2 (2025): 827–45, https://doi.org/10.24252/al-risalah.vi.61851.

[21] Tetty Handayani Siregar, Shabri Abd Majid, "Efisiensi Syariah Dalam Era Digital : Tinjauan Sistematis Terhadap Pengelolaan Zakat Di Era Qris Dan Fintech Islam."

zakat dapat mengevaluasi efektivitas program pemberdayaan secara lebih terukur.[22] Namun demikian, penelitian juga menegaskan bahwa keberhasilan program ekonomi produktif sangat bergantung pada kualitas pendampingan usaha dan literasi keuangan penerima manfaat. Oleh sebab itu, transformasi digital ZIS perlu diiringi dengan penguatan kapasitas sumber daya manusia agar zakat benar-benar mampu menjadi instrumen pembangunan ekonomi umat yang berkelanjutan.

Berikut ini Tabel Dampak Inovasi ZIS Digital terhadap Ekonomi Umat:

No	Aspek Dampak Inovasi ZIS Digital	Penjelasan Utama	Dampak terhadap Ekonomi Umat
1	**Membantu UMKM Dhuafa melalui Modal Usaha**	Digitalisasi ZIS mempermudah penghimpunan dan penyaluran dana zakat untuk pemberdayaan ekonomi mustahik, khususnya UMKM dhuafa melalui bantuan modal usaha produktif.	Meningkatkan produktivitas, kreativitas, pendapatan masyarakat miskin, mengurangi pengangguran, dan mendorong kemandirian ekonomi
2	**Mendukung Beasiswa Pendidikan bagi Masyarakat Kurang Mampu**	ZIS digital memfasilitasi penyaluran zakat untuk beasiswa, pembangunan fasilitas pendidikan, dan pemerataan akses pendidikan bagi masyarakat miskin.	Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, modal intelektual, dan peluang mobilitas sosial-ekonomi masyarakat kurang mampu.
3	**Zakat Digital dan Pengentasan Kemiskinan**	Pengelolaan zakat berbasis digital memungkinkan penargetan mustahik lebih akurat melalui data, distribusi lebih efektif, dan monitoring program.	Menurunkan tingkat kemiskinan, meningkatkan pendapatan mustahik, mempercepat transformasi mustahik menjadi muzakki, serta memperkuat kesejahteraan sosial.
4	**Membiayai Program Kesehatan dan Bantuan Sosial**	Dana ZIS digital dapat digunakan untuk pembiayaan pelayanan kesehatan, bantuan sosial, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin.	Meningkatkan akses kesehatan, kualitas SDM, kesejahteraan sosial, serta memperkuat ketahanan masyarakat rentan.

Sumber: Data Diolah dari Berbagai Sumber

[22] Anggraini and Hilal, "Manajemen Digital Fundraising Zakat."

Inovasi ZIS digital berperan strategis dalam memperkuat ekonomi umat melalui pemberdayaan ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan pengentasan kemiskinan. Transformasi digital menjadikan pengelolaan ZIS lebih efektif, transparan, dan berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Proses menghasilkan konsep, produk, atau teknik baru atau secara drastis mengubah yang sudah ada dikenal sebagai inovasi. Inovasi tidak selalu harus berupa penemuan yang revolusioner; itu bisa saja berupa kemajuan kecil yang memiliki pengaruh signifikan. Yang terutama, inovasi harus membawa nilai dan mampu memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi. Inovasi sangat penting untuk meningkatkan daya saing, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menyelesaikan berbagai masalah global. Menghadapi persaingan yang semakin ketat, bisnis akan kesulitan untuk berkembang dan tumbuh tanpa inovasi.[23] Inovasi sangat penting bagi bisnis untuk mengambil alih kepemimpinan dan meningkatkan pendapatan di pasar yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, menguntungkan bagi manajer untuk memahami teknik strategi inovasi yang berkaitan dengan pencapaian bisnis.

4. Tantangan dan Kendala Implementasi Strategi *Blue Ocean* pada ZIS Digital.

Implementasi *Blue Ocean Strategy* dalam inovasi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) digital menunjukkan potensi besar dalam menciptakan ruang pasar baru melalui diferensiasi layanan berbasis teknologi. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pengelolaan zakat masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural yang mempengaruhi efektivitas implementasinya. Dalam perspektif W. Chan Kim dan Renée Mauborgne, keberhasilan *Blue Ocean Strategy* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan organisasi menciptakan inovasi nilai (*value innovation*), tetapi juga oleh kesiapan internal dan eksternal dalam mendukung transformasi tersebut.[24] Pada konteks ZIS digital, lembaga zakat tidak hanya dituntut menghadirkan layanan inovatif, tetapi juga memastikan bahwa inovasi tersebut dapat diakses, dipahami, dan dipercaya oleh masyarakat secara luas. Oleh karena itu, tantangan implementasi ZIS digital perlu dianalisis secara kritis agar transformasi filantropi Islam berbasis teknologi dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan.

Salah satu tantangan utama dalam implementasi ZIS digital adalah rendahnya literasi digital masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian masyarakat, khususnya kelompok usia lanjut dan masyarakat pedesaan, masih mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, QRIS, maupun layanan fintech syariah. Dalam teori *Diffusion of Innovations*, tingkat adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan manfaat inovasi tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital zakat belum sepenuhnya inklusif karena masih terdapat kelompok masyarakat yang belum mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi finansial.[25] Analisis kritis menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital dapat menghambat efektivitas strategi diferensiasi layanan yang menjadi inti *Blue Ocean Strategy*. Meskipun lembaga zakat berhasil menciptakan inovasi

[23] Muallif, "Inovasi Di Era Digital: Jenis, Proses, Tantangan, Peluang, Dan Contohnya," 2024, https://an-nur.ac.id/blog/inovasi-di-era-digital-jenis- Kim, W. Chan, & Mauborgne, Renée.proses-tantangan-peluang-dan-contohnya.html.

[24] Kim and Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*.

[25] Tetty Handayani Siregar, Shabri Abd Majid, "Efisiensi Syariah Dalam Era Digital : Tinjauan Sistematis Terhadap Pengelolaan Zakat Di Era Qris Dan Fintech Islam."

layanan baru, nilai inovasi tersebut tidak akan optimal apabila masyarakat belum memiliki kemampuan untuk mengakses dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Oleh sebab itu, penguatan edukasi digital dan literasi keuangan syariah menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan implementasi ZIS digital di Indonesia.

Selain literasi digital, kesenjangan akses teknologi juga menjadi hambatan dalam implementasi strategi digitalisasi zakat. Penelitian menunjukkan bahwa infrastruktur internet yang belum merata menyebabkan layanan ZIS digital lebih banyak berkembang di wilayah perkotaan dibandingkan daerah terpencil. Dalam perspektif teori masyarakat jaringan (*network society*), akses terhadap teknologi informasi menjadi faktor utama dalam menentukan partisipasi masyarakat dalam ekosistem digital. Ketimpangan akses internet menyebabkan sebagian masyarakat masih bergantung pada sistem zakat konvensional karena keterbatasan fasilitas digital.[26] Sintesis antara teori transformasi digital dan temuan empiris menunjukkan bahwa keberhasilan *Blue Ocean Strategy* dalam ZIS digital tidak cukup hanya dengan menghadirkan inovasi teknologi, tetapi juga memerlukan pemerataan infrastruktur digital agar inovasi dapat diakses secara luas. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital zakat masih menghadapi tantangan kesenjangan sosial dan geografis yang dapat mempengaruhi efektivitas penguatan ekonomi umat berbasis teknologi.

Tantangan lain yang ditemukan dalam penelitian adalah masalah keamanan data dan kepercayaan digital (*digital trust*). Penggunaan aplikasi zakat online dan sistem pembayaran berbasis fintech meningkatkan risiko kebocoran data, penyalahgunaan informasi pengguna, serta ancaman kejahatan siber. Dalam konteks pengelolaan zakat, kepercayaan publik menjadi faktor fundamental karena zakat berkaitan langsung dengan amanah pengelolaan dana umat. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih meragukan keamanan transaksi zakat digital sehingga lebih memilih pembayaran secara langsung kepada lembaga zakat. Dalam perspektif teori kepercayaan publik (*public trust theory*), legitimasi lembaga sangat dipengaruhi oleh transparansi, keamanan sistem, dan akuntabilitas pelayanan. Analisis ini menunjukkan bahwa implementasi *Blue Ocean Strategy* dalam ZIS digital harus diimbangi dengan penguatan sistem keamanan digital dan perlindungan data pengguna agar inovasi layanan tidak justru menimbulkan risiko penurunan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat.

Penelitian juga menemukan bahwa kesiapan sumber daya manusia (SDM) dan infrastruktur kelembagaan masih menjadi tantangan dalam implementasi inovasi ZIS digital. Transformasi digital menuntut lembaga zakat memiliki SDM yang tidak hanya memahami pengelolaan zakat berbasis syariah, tetapi juga memiliki kompetensi dalam teknologi informasi dan manajemen digital.[27] Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian lembaga zakat masih mengalami keterbatasan dalam pengembangan sistem digital dan pengelolaan data berbasis teknologi. Dalam analisis organisasi, perubahan menuju sistem digital memerlukan proses adaptasi kelembagaan yang melibatkan restrukturisasi manajemen, investasi teknologi, dan peningkatan kapasitas SDM secara berkelanjutan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa implementasi *Blue Ocean*

[26] Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, 2nd Edition (Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell, 2010).

[27] Haryani Santo Hartono, "Indonesia's National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq, and Shadaqah (ZIS)."

Strategy tidak hanya membutuhkan inovasi layanan eksternal, tetapi juga transformasi internal organisasi agar lembaga zakat mampu bersaing dalam ekosistem ekonomi digital.

Oleh karena itu, lembaga zakat perlu terus melakukan inovasi layanan agar tetap memiliki diferensiasi berbasis nilai-nilai syariah dan dampak sosial yang nyata bagi pemberdayaan umat. Analisis kritis menunjukkan bahwa keberhasilan strategi digitalisasi zakat tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kemampuan lembaga membangun identitas institusional dan komunikasi publik yang mampu menciptakan loyalitas muzakki dalam jangka panjang.

5. Implikasi Strategis dan Model Pengembangan ZIS Digital Berkelanjutan.

Penerapan Strategi Blue Ocean dalam inovasi zakat, infak, dan sadaqah (ZIS) digital memiliki implikasi strategis untuk memperkuat ekosistem filantropi Islam berbasis teknologi di Indonesia. Menurut W. Chan Kim dan Renée Mauborgne, kemampuan untuk mengembangkan inovasi nilai yang dapat menawarkan layanan yang unik sekaligus relevan dengan kebutuhan masyarakat menentukan keberhasilan strategi organisasi.[28] Hasil menunjukkan bahwa dengan mengintegrasikan platform digital, fintech syariah, dan media sosial ke dalam proses pengumpulan dana masyarakat, digitalisasi zakat tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan tetapi juga menciptakan ruang pasar baru (ruang pasar yang tidak terkalahkan). Menurut analisis ini, perlu secara sistematis membangun ekosistem zakat digital dengan mengintegrasikan teknologi, meningkatkan literasi digital, dan meningkatkan standar tata kelola lembaga zakat. Oleh karena itu, transformasi digital ZIS adalah strategi kelembagaan untuk menciptakan sistem amal Islam yang lebih fleksibel, inklusif, dan berkelanjutan di era ekonomi digital, bukan hanya sekadar modernisasi teknis.

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa kerja sama antara lembaga zakat, fintech syariah, dan pemerintah memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan ZIS digital. Pendekatan kooperatif sangat penting dalam konteks ekonomi digital karena transformasi layanan berbasis teknologi memerlukan sistem perlindungan data yang terintegrasi, infrastruktur digital, dan dukungan regulasi. Studi ini menunjukkan bahwa mengintegrasikan pembayaran zakat melalui mobile banking, QRIS, dan aplikasi fintech syariah dapat meningkatkan aksesibilitas layanan dan meningkatkan partisipasi muzaki digital.[29] Karena lembaga zakat tidak hanya fokus pada kompetisi antar-organisasi tetapi juga menciptakan ekosistem nilai bersama, integrasi teori inovasi dengan praktik digitalisasi menunjukkan bahwa kolaborasi lintas sektor dapat meningkatkan efektivitas penerapan Strategi Blue Ocean. Namun, penelitian juga mengungkapkan bahwa kesiapan institusi untuk mengelola integrasi data dengan aman dan efektif, pembatasan fintech syariah, serta disparitas dalam standar teknologi terus menjadi hambatan bagi kolaborasi digital. Akibatnya, kebijakan strategis yang dapat mendorong kolaborasi jangka panjang antara sektor keuangan digital syariah dan sektor filantropi Islam diperlukan.

Selanjutnya, hal ini menunjukkan bahwa model pengembangan layanan ZIS digital perlu dibangun berdasarkan kebutuhan masyarakat digital yang semakin dinamis.

[28] Kim and Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*.

[29] Lian Fuad, Zainul Alim, and Abdul Hakim, "Integrasi Teknologi Financial (Fintech) Dalam Fundraising Zakat Di Indonesia," *Al-Wajih: The Journal of Islamic Studies* 2, no. 1 (2025): 1–11, https://doi.org/10.54213/alwajih.v2i1.626.

Menurut prinsip inovasi yang berpusat pada pengguna, untuk meningkatkan kebahagiaan publik dan loyalitas terhadap layanan digital, inovasi layanan harus difokuskan pada pengalaman pengguna. Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lebih cenderung menggunakan layanan zakat digital yang cepat, mudah digunakan, transparan, dan terintegrasi dengan platform digital yang sudah dikenal pengguna. Sebagai hasilnya, organisasi zakat harus menciptakan model inovasi layanan yang menekankan penggalangan dana selain menciptakan kontak online yang lebih akrab dan responsif. Menurut analisis kritis, agar layanan zakat dapat bersaing dengan platform donasi digital lainnya, penerapan Strategi Blue Ocean dalam ZIS digital harus mampu membedakan diri berdasarkan pengalaman pengguna. Akibatnya, layanan zakat digital yang inovatif harus diciptakan menggunakan pendekatan teknologi humanistik yang mempertimbangkan tuntutan sosial-ekonomi umat Muslim kontemporer.[30]

Intinya, setiap kemajuan dan perubahan teknis memiliki dua sisi yang berjalan beriringan. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, di era teknologi, ada banyak opsi dan kemungkinan yang dapat digunakan untuk mengelola zakat. Namun, penting juga untuk mengakui bahwa ada beberapa kelemahan, seperti radikalisasi di internet dan kaburnya batas antara agama dan teknologi. Hambatan utama untuk mengelola zakat secara efektif di era revolusi digital adalah menavigasi perubahan ini di tingkat institusi. Dengan kata lain, penyesuaian ini harus difokuskan pada kemajuan dan konsisten dengan nilai-nilai inti yang dianut organisasi. Transparansi sangat penting untuk membangun legitimasi sosial dan meningkatkan kepercayaan publik dalam pengelolaan dana publik, menurut teori kepercayaan publik. Berdasarkan temuan studi, orang lebih cenderung mempercayai organisasi zakat yang dapat menyebarkan informasi tentang distribusi dana secara bebas dan mudah melalui saluran digital.[31]

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa untuk menjamin bahwa sistem digital tidak menimbulkan risiko penyalahgunaan informasi atau ancaman kejahatan siber, transformasi tata kelola digital memerlukan kesiapan infrastruktur teknologi yang memadai dan keamanan data. Oleh karena itu, transparansi, keamanan digital, dan akuntabilitas Syariah harus dimasukkan ke dalam semua prosedur pengelolaan zakat agar tata kelola zakat digital terus diperkuat. Dalam konteks filantropi Islam digital, studi ini secara teoritis mengembangkan gagasan Strategi *Blue Ocean*. Meskipun studi ini menunjukkan bahwa gagasan inovasi nilai juga berlaku untuk manajemen zakat berbasis teknologi, Strategi *Blue Ocean* hingga saat ini lebih sering digunakan di sektor bisnis dan industri komersial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi zakat dapat membangun ceruk pasar baru dengan membedakan penawaran digital yang menggabungkan teknologi, nilai-nilai spiritual, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Integrasi antara ekonomi Islam dan teori strategi bisnis menunjukkan bahwa inovasi dalam filantropi Islam tidak hanya fokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan sosial dan keberlanjutan distribusi keadilan ekonomi masyarakat. Sebagai hasilnya, penelitian ini memperluas sudut pandang Strategi *Blue*

[30] Anggraini and Hilal, "Manajemen Digital Fundraising Zakat."

[31] Rudy Haryanto et al., "Digital Literacy and Determinants Of Online Zakat Payments Lessons From Indonesia Experience With Utaut," *Journal of law and Sustainable Development* 11, no. 4 (2023): 1–18, https://doi.org/https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i4.575 a.

Ocean dari strategi ekonomi yang kompetitif menjadi model inovasi sosial yang didasarkan pada prinsip-prinsip Syariah dan transformasi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bagaimana penerapan Strategi Blue Ocean dalam pengembangan zakat, infaq, dan sadaqah (ZIS) digital dapat menghasilkan pergeseran strategis dalam cara pengelolaan kedermawanan Islam di era ekonomi digital. Layanan berbasis aplikasi digital, QRIS, perbankan mobile, dan fintech syariah telah berhasil menciptakan nilai baru (inovasi nilai) melalui peningkatan keterlibatan muzakki, kemudahan akses, dan transparansi, khususnya di daerah perkotaan dan generasi muda. Kesimpulan utama penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi ZIS tidak hanya meningkatkan efisiensi pengumpulan dana tetapi juga memperkuat pemberdayaan ekonomi ummah dengan meningkatkan UMKM, mengoptimalkan distribusi zakat secara produktif, dan meningkatkan inklusi keuangan syariah. Pengembangan konsep Strategi Samudra Biru dalam konteks filantropi Islam digital merupakan kontribusi unik dari penelitian ini. Secara khusus, hal ini menunjukkan bagaimana inovasi layanan zakat berbasis teknologi dapat menciptakan ruang pasar baru (ruang pasar yang belum diperebutkan) yang lebih responsif terhadap perubahan perilaku masyarakat digital.

Namun, penelitian ini menemukan bahwa masih ada sejumlah hambatan dalam adopsi ZIS digital, termasuk rendahnya literasi digital masyarakat, kesenjangan akses teknologi, keamanan data, dan kesiapan sumber daya manusia lembaga zakat untuk menghadapi transformasi digital. Menurut kesimpulan penelitian, pemerintah, fintech syariah, dan lembaga zakat harus bekerja sama untuk menciptakan ekosistem zakat digital yang transparan, inklusif, dan berkelanjutan agar digitalisasi ZIS dapat berhasil. Karena menggunakan metodologi kualitatif berdasarkan tinjauan pustaka, studi ini masih memiliki keterbatasan karena belum menilai secara empiris bagaimana digitalisasi ZIS telah meningkatkan kesejahteraan penerima manfaat (mustahik) dan loyalitas donatur (muzaki). Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* serta mengembangkan kajian mengenai pemanfaatan teknologi seperti *artificial intelligence*, *big data*, dan *blockchain* dalam tata kelola zakat digital untuk meningkatkan efektivitas dan akuntabilitas pengelolaan ZIS di masa mendatang.

REFERENSI

Anggraini, Feby Riani, Dwi Mutia, and Syamsul Hilal. "Manajemen Digital Fundraising Zakat." *Jurnal I-Philanthropy* 5, no. 1 (2025): 1–15. https://doi.org/10.19109/iphi.v5i1.28484.

Book, B U Y T H E. *Blue Ocean Strategy : How to Create Uncontested Market*, 2015.

Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. 2nd Edition. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell, 2010.

Dwiputra, Moch Andika, and J. Juliana. "Zakat Digitalization: Transformation of Zakat Management through Sharia Fintech." Bandung, Indonesia, 2025.

Fuad, Lian, Zainul Alim, and Abdul Hakim. "Integrasi Teknologi Financial (Fintech) Dalam Fundraising Zakat Di Indonesia." *Al-Wajih: The Journal of Islamic Studies* 2, no. 1 (2025): 1–11. https://doi.org/10.54213/alwajih.v2i1.626.

Haryani Santo Hartono. "Indonesia's National Zakat Agency (BAZNAS): Digital Transformation in Managing Zakat, Infaq, and Shadaqah (ZIS)." *Muslim Business and Economic Review* 1, no. 2 (2022): 183–204. https://doi.org/https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.67.

Haryanto, Rudy, Ady Bakri, E S Samosir, Luqyana Idris, Rachmat Fauzan, and Wiwit Agustina. "Digital Literacy and Determinants Of Online Zakat Payments Lessons From Indonesia Experience With Utaut." *JOURNAL OF LAW AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT* 11, no. 4 (2023): 1–18. https://doi.org/https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i4.575 a.

Islamiyah Maimuna, Eko Suprayitno, & Khusnudin. "Digitalisasi Pembayaran Zakat Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Penghimpunan Dan Pengelolaan Zakat." *OIKOS:Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 9, no. 2 (2025): 1007–20.

Kartika. "Menerapkan Blue Ocean Strategy Bagi Bisnis Anda." *Mekari Jurnal*, 2025. https://www.jurnal.id/id/blog/blue-ocean-strategy/.

Kim, W. Chan, and Renée Mauborgne. *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Expanded E. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2015.

Makarim, Dina Fornia, and Muhammad Zilal Hamzah. "Peran Dan Potensi Digitalisasi Manajemen Zakat: Sebuah Systematic Literature Review." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 463–71. https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12406.

Muallif. "Inovasi Di Era Digital: Jenis, Proses, Tantangan, Peluang, Dan Contohnya," 2024. https://an-nur.ac.id/blog/inovasi-di-era-digital-jenis-proses-tantangan-peluang-dan-contohnya.html.

Noviani, Tri Anisa, Khoiruddin, and Anis Sofiana. "Zakat Fund Management through Financial Technology in the Digital Era: A Maqāṣid Al-Sharī'ah Approach." *Al-Risalah: Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum* 25, no. 2 (2025): 827–45. https://doi.org/10.24252/al-risalah.vi.61851.

Robaiyadi, Fatmawati, Zen Muhammad. "Strategi Marketing Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Di Rumah Zakat Sumsel Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi." *JURNAL Al-A'amal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 1–6.

Rogers, Everett M. *Diffusion of Innovations*. 5th Edition. New York, NY: Free Press, 2003.

Sahroh. "Digitalisasi ZIS: Peluang Dan Tantangan Di Era Ekonomi Digital." Surabaya, 2026. https://kotasurabaya.baznas.go.id/artikel/show/digitalisasi-zis-peluang-dan-tantangan-di-era-ekonomi-digital/35367.

Setyono, Fredi, Haikal Firmansah, and Anas Pratama. "Transformasi Zakat Digital : Strategi Akselerasi Pengentasan Kemiskinan Di Era Society 5.0." *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2026): 101–15. https://doi.org/https://doi.org/10.61132/anggaran.v4i1.2207.

Siregar, Tetty Handayani, Shabri Abd. Majid, and Sugianto. "Efisiensi Syariah Dalam Era Digital: Tinjauan Sistematis Terhadap Pengelolaan Zakat Di Era QRIS Dan Fintech Islam." *Jurnal Sharia Economica* 4, no. 3 (2025): 270–85. https://doi.org/10.46773/jse.v4i3.2137.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Tetty Handayani Siregar, Shabri Abd Majid, Sugianto. "Efisiensi Syariah Dalam Era Digital : Tinjauan Sistematis Terhadap Pengelolaan Zakat Di Era Qris Dan Fintech Islam." *Jurnal Sharia Economica* 4, no. 3 (2025): 112–22.

https://doi.org/https://doi.org/10.46773/jse.v4i1.