

**Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial pada Proses Pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah: Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL)) Sumatera Utara**

Yusnita Ulfah Munthe; Fauzi Arif Lubis  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan  
e-mail: [yusnitaulfah1122@gmail.com](mailto:yusnitaulfah1122@gmail.com); [Fauziariflubs@uinsu.ac.id](mailto:Fauziariflubs@uinsu.ac.id)

***Abstract:** Along with the times, social media technology plays an important role in the development of human life. One of the important roles of social media is as a means of promotion. The high number of social media users makes social media a very influential and effective promotional tool for its users, including the North Sumatera Amil Zakat Foundation (LAZ WASHAL) which utilizes and uses social media as a means of promotion in collecting zakat, infaq and alms funds from donors or Muzakki. This writing aims to find out how the influence and effectiveness of social media on the process of collecting zakat, infaq and alms at LAZ WASHAL. The philosophy and value system about why this instruction was formed, the rationale and what it wants to achieve in the management of zakat, infaq and alms, namely wanting to help reduce poverty.*

***Keywords:** social media; promotion; effectiveness; zakat*

**Pendahuluan**

Dilihat dari sudut pandang Islam maupun dari aspek pembangunan kesejahteraan Indonesia yang mayoritas penduduknya rata-rata orang yang beragama Islam, zakat, infaq dan sedekah memiliki peranan dan manfaat yang sangat penting dan berpotensi cukup besar. Zakat merupakan kewajiban setiap umat Islam, yang mana Allah SWT mewajibkan zakat dan menjadikannya rukun Islam yang keempat. Perintah penunaian zakat juga disebutkan secara

berurutan dengan perintah penegakan sholat dalam ayat Al-Qur'an, yang jumlahnya tidak kurang dari 28 kali. Salah satunya Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 103 sebagai berikut:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ  
عَلِيمٌ<sup>1</sup>

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”<sup>2</sup>

Zakat merupakan pembersih diri dan harta dari kemungkinan diperoleh dengan jalan tidak halal. Membayar zakat juga akan membuat harta semakin tumbuh dan berkembang. Infaq merupakan mengeluarkan sebagian harta benda yang dimiliki untuk kepentingan yang mengandung kemaslahatan. Dalam infaq tidak ada nishab, karena itu infaq boleh dikeluarkan oleh orang yang berpenghasilan rendah atau tinggi, disaat lapang ataupun sempit. Infaq merupakan ibadah sosial yang sangat utama. Kata infaq mengandung pengertian bahwa menafkahkan harta di jalan Allah tidak akan mengurangi harta, tetapi justru akan menambah harta. Sedekah adalah pemberian sesuatu yang bersifat kebaikan, baik berupa barang maupun jasa dari seseorang kepada orang lain tanpa mengharapkan suatu imbalan apapun selain ridha Allah.

Hukum dan ketentuan sedekah sama dengan ketentuan infaq, hanya saja jika infaq berkaitan dengan materi, maka sedekah mempunyai arti yang lebih luas, termasuk pemberian yang sifatnya non materi, seperti memberi jasa, mengajarkan ilmu pengetahuan, dan mendoakan orang lain. Zakat, infaq dan sedekah merupakan sarana beribadah kepada Allah dengan mengeluarkan sebagian harta yang telah dimiliki kepada sesama. Zakat, infaq, dan sedekah juga merupakan ibadah yang tidak berhubungan dengan ketuhanan saja, namun juga berkaitan erat dengan hubungan kemanusiaan yang bernilai sosial.

Sejauh ini, kekurangan masyarakat dalam segi perekonomian masih banyak terlihat dan

---

<sup>1</sup> al-Quran, 9: 103.

<sup>2</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: Kemenag Press, 1995)

masih menjadi masalah besar.<sup>3</sup> Salah satu dampak dari kekurangan masyarakat dalam segi perekonomian ini adalah banyaknya anak-anak yang tidak melanjutkan bahkan sampai berhenti ditengah jalan dalam menempuh dunia pendidikan. Zakat punya peran strategis untuk melindungi masyarakat dari penyakit kemiskinan, mengeluarkan mereka dari kehidupannya yang sulit dengan ketiadaan harta untuk memenuhi kebutuhan pokoknya menuju kehidupan yang mulia.<sup>4</sup> Banyak Lembaga Amil Zakat yang berupaya untuk membantu mengurangi dan mengatasi hal tersebut. Salah satunya Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL) Sumatera Utara.

LAZ WASHAL merupakan sebuah lembaga amil zakat yang bergerak dibidang pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infaq dan sedekah, yang mana dana yang telah dihimpun atau dikumpulkan dari masyarakat akan disalurkan kepada masyarakat pula. Dalam proses pengumpulan dana zakat, infaq dan sedekah tersebut, para amil zakat melakukan pengumpulan dananya kebanyakan memanfaatkan media sosial, yang mana hal ini terbukti memberikan efektivitas yang cukup baik pada pelaksanaannya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efektivitas adalah daya guna, keaktifan, serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai.<sup>5</sup> Adapun pengertian efektivitas menurut Sondang P. Siagian adalah suatu pemanfaatan sarana prasarana, sumber daya dalam jumlah tertentu yang sebelumnya telah ditetapkan untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang akan dijalankan oleh seseorang atau suatu perusahaan.<sup>6</sup>

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di internet atau dunia maya. Para pengguna atau user media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, saling berbagi serta membangun jaringan. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang

---

<sup>3</sup> Dwi Fitri Aprilia, *Kemiskinan Sebagai Dampak dari Globalisasi*, 2011

<sup>4</sup> Ahmad Atabik, *Peranan Zakat Dalam Pengentasan Kemiskinan. Jurnal Wakaf dan Zakat, Vol. 2, No. 2, Desember 2015*

<sup>5</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005: 284.

<sup>6</sup> Sondang P. Siagian, *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002)

membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran.<sup>7</sup>

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Pesatnya perkembangan media sosial ini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka hal ini berbeda dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial jaringan internet tanpa biaya yang besar, dan pengguna media sosial bisa mengakses apapun, baik tulisan, gambar, video, grafis dan sebagainya. Dengan adanya media sosial ini maka tak heran jika banyak orang atau organisasi yang memanfaatkan media sosial yang dimilikinya sebagai media atau alat promosi barang atau jasanya, termasuk juga dengan LAZ WASHAL yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengumpulan dan penyaluran dananya.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang di amati<sup>8</sup>. Hal ini memberikan informasi dan gambaran yang jelas tentang objek penelitian. Adapun tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif, yaitu merupakan suatu uraian yang berusaha menggambarkan tentang pengaruh dan efektivitas media sosial dalam proses pengumpulan zakat, infaq dan sedekah di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL) Sumatera Utara, dimana hal ini nanti yang akan diambil untuk kemudian menjadi kesimpulan sebagai pemecahan masalah.

### **Pembahasan**

Pada Agustus 2021, peresmian SK pengurus baru LAZ WASHAL telah dikukuhkan.

---

<sup>7</sup> Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.

<sup>8</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2011), h. 4.

Seluruh pengurus telah berkomitmen menggerakkan kembali LAZ WASHAL untuk menjadi salah satu lembaga sosial yang bertujuan membangun ekonomi umat melalui ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) melalui pengelolaan zakat secara produktif dan fasilitas pendidikan Al-Washliyah, membutuhkan dukungan para stake holder yang ada untuk sama-sama mendukung, baik pengurus wilayah Al-Washliyah, pengurus wilayah daerah serta seluruh lapisan masyarakat yang bersedia mengorbankan harta bendanya sebagai amal jariyah dan kebermanfaatan umat.

Adapun beberapa program yang di tawarkan ialah Makan Gratis (MaGer), Washal Bedah Warung dan Washal produktif. Dan dalam menggerakkan roda lembaga ini kami memerlukan dukungan dari masyarakat sekalian dalam berdonasi pada setiap program yang ada khususnya pada Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL).

## **Pengaruh**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>9</sup> Adapun definisi atau pengertian pengaruh menurut beberapa ahli yaitu:

Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya (Yosin, 2012:1).

Menurut Surakhmad, pengaruh adalah kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau perubahan.<sup>10</sup>

Pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, dalam arti sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dengan kata lain pengaruh merupakan penyebab

---

<sup>9</sup> Pius Abdillah & Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka, 2003), hlm. 256.

<sup>10</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar*, (Bandung: Teknik Tarsito, 1982), h. 7

sesuatu terjadi atau dapat mengubah sesuatu ke bentuk yang kita inginkan (Badudu Zain).<sup>11</sup>

Menurut W.J.S Poewardamita, pengaruh adalah suatu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang lain.<sup>12</sup>

Dari beberapa pengertian menurut para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu, baik itu watak, orang, benda, kepercayaan dan perbuatan seseorang yang dapat mempengaruhi lingkungan yang ada disekitarnya.

## **Efektivitas**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata efektif berarti dapat membuahkan hasil, mulai berlaku, ada pengaruh/akibat/efeknya. Efektivitas bisa juga diartikan sebagai pengukuran keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan. Menurut Harbani Pasalong, efektivitas pada dasarnya berasal dari kata efek dan digunakan istilah ini sebagai hubungan sebab akibat. Efektivitas berarti bahwa tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau dengan kata lain sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan.<sup>13</sup> Adapun pengertian lain dari efektivitas adalah tingkat tujuan yang diwujudkan oleh suatu oerorganisasi.<sup>14</sup>

Abdulrahmat, efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah pekerjaan tepat pada waktunya.<sup>15</sup>

Menurut Mulyasa, efektivitas adalah bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumberdaya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional. Efektivitas

---

<sup>11</sup> Badudu Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm. 1031

<sup>12</sup> W.J.S Poewardamita, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hlm. 664.

<sup>13</sup> Harbani Pasalong, *Teori Administrasi Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2007)

<sup>14</sup> Richard H. Hall, *Implementasi Manajemen Strategik Kebijakan dan Proses*, terjemahan Nganam Maksensius, (Yogyakarta: Amara Books, 2006), 270

<sup>15</sup> Abdulrahmat, *Efektivitas Implementasi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hal. 92.

berkaitan dengan terlaksananya semua tugas pokok, tercapainya tujuan, ketepatan waktu, dan adanya partisipasi anggota.<sup>16</sup>

Menurut Beni (2016:69) efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan atau dapat juga dikatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi. Efektivitas juga berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah ditentukan.<sup>17</sup>

Menurut Mardiasmo (2017:134), efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuan. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (*outcome*) dari keluaran (*output*) program dalam mencapai tujuan program. Semakin besar kontribusi *output* yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan atau sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi.<sup>18</sup>

Menurut Gibson, “Efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Tercapainya tujuan dan sasaran itu akan ditentukan oleh tingkat pengorbanan yang telah dikeluarkan”.<sup>19</sup>

Menurut Mahmudi (2010:143) efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan.<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> Mulyasa, *Management Berbasis Sekolah Konsep Strategi Dan Implementasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal 82

<sup>17</sup> Beni Pakei, *Konsep dan Analisis (Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi Daerah)*. Jayapura: Tausia

<sup>18</sup> Mardiasmo, *Perpajakan*, (Yogyakarta: Andy, 2017)

<sup>19</sup> Gibson JL JM Invancevich, JH Donnelly, *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal 120

<sup>20</sup> Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005), 92.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian efektivitas di atas, maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan didalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tujuan atau sasaran tersebut tercapai seperti yang telah ditentukan sebelumnya. hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handyaningrat, yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.<sup>21</sup>

## Media Sosial

Definisi Media Sosial menurut Tjiptono (2016) adalah teknologi berbasis internet yang memfasilitasi percakapan. Perbedaan dengan aplikasi web tradisional adalah pada platform berupa *content creation, content upload, networking, covering, media sharing* dan *bookmarking*.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual.<sup>22</sup>

Van Dijk dalam Nasullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasiliator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.<sup>23</sup>

Menurut Boyd, media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-*

---

<sup>21</sup> Soewarno Handyaningrat, *Pengantar Ilmu Administrasi Negara dan Manajemen*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1996), hal 15

<sup>22</sup> Ahmad Setiadi, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi”, 2021

<sup>23</sup> Ibid.

*generated* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.<sup>24</sup>

Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011)<sup>25</sup>

Salah satu alat dalam pemasaran dan promosi yang dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan adalah melalui sosial media. Penggunaan sosial media yang tepat dan efektif dapat meningkatkan citra sebuah lembaga ataupun perusahaan dimata konsumen. Hal-hal tersebut berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Dalam pemasaran, saat ini ada minat yang meningkat pada interaktivitas digital, terutama dalam aktivitas konsumen, dan peran mereka beralih dari penyampaian informasi pasif menjadi generator informasi aktif (Stewart dan Pavlou, 2002).

Pemanfaatan media sosial tidak hanya dipandang sebagai sarana untuk aktualisasi diri, namun dapat berkembang kearah dunia bisnis salah satunya adalah media sosial dapat menjadi sarana pemasaran dan juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi mengenai sebuah produk barang atau jasa yang akan atau sedang dipromosikan ataupun dipasarkan sehingga dapat menarik minat dan respon dari pelanggan dalam memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian.

Banyak media sosial yang sedang ramai digunakan oleh masyarakat diantaranya adalah *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, dan *WhatsApp*.

## **Kesimpulan**

Dari beberapa pembahasan diatas, maka dapat penulis simpulkan bahwa Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL) merupakan lembaga amil zakat yang dapat berdiri dengan memaksimalkan potensi zakat yang ada di Sumatera Utara. Memiliki komitmen dalam mengembangkan ekonomi syariah dengan memaksimalkan potensi zakat, infaq dan

---

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.

sedekah serta kemanusiaan yang menitikberatkan pada pemberdayaan Mustahik menjadi Muzakki dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Fungsi utama Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL) adalah menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang berhak menerima penghimpunan dana seperti zakat, infaq, sedekah, kemanusiaan, 1000 anak yatim dan penyalur dana seperti berhak menerima zakat, makan gratis, dan santunan anak yatim.

Media sosial yang digunakan dan memberikan efektivitas dalam proses promosi, pengumpulan dan penyaluran zakat, infaq, dan sedekah di LAZ WASHAL adalah *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp*. Mekanisme pengumpulan dana zakat, infaq dan sedekah di LAZ WASHAL melalui media sosial yaitu dengan cara via transfer rekening bank, yaitu dengan mereka para muzakki atau donatur membayarkan zakat dengan melalui via transfer ke nomor rekening bank LAZ WASHAL. Via transfer merupakan suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang ditunjuk untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer.

## Daftar Rujukan

- Abdul Rahman Sakka (dkk), Efektivitas Penerapan Zakat Online terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat pada Lembaga Dompot Dhuafa Sulsel. *Al-Azhar Journal of Islamic Economic*. Volume 1 Nomor 2, Juli 2019
- Abdulrahmat, *Efektivitas Implementasi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003)
- al-Quran, 9: 103.
- Amelia, Hamsin. *Strategi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Fikri Zakat Center Kota Palangka Raya Dalam Mempromosikan Zakat Melalui Media Sosial*, 2020
- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- Aprilia, Dwi Fitri. Kemiskinan Sebagai Dampak dari Globalisasi, 2011
- Arifin, Mohamad Zaenal. *Analisis Terhadap Implementasi Penyaluran Zakat Untuk Beasiswa Pendidikan* (Studi Kasus di Yayasan Masjid At-Taqwa Bintaro, Tangerang Selatan). *SYAR'IE*. Vol. 3 No. 2 Agustus 2020
- Atabik, Ahmad. Peranan Zakat Dalam Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Wakaf dan Zakat*, Vol. 2, No. 2, Desember 2015
- Ayif Fathurrahman (dkk), Analisis Efisiensi Kinerja Lembaga Amil Zakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Volume 4, Nomor. 2 September 2019
- Gibson JL JM Invancevich, JH Donnelly, *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal 120
- Hall, Richard H. *Implementasi Manajemen Strategik Kebijakan dan Proses*, terjemahan

- Nganam Maksensius, (Yogyakarta: Amara Books, 2006)
- Handayani, Soewarno. *Pengantar Ilmu Administrasi Negara dan Manajemen*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1996)
- <http://journal.unita.ac.id> (di akses pada tanggal 18 Maret 2022)
- <http://repository.uin-suska.ac.id> (di akses pada tanggal 18 Maret 2022)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005: 284. Tersedia di <http://repository.uma.ac.id> (di akses pada tanggal 18 Maret 2022)
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: Kemenag Press, 1995)
- Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005)
- Mahrini (dkk), Efektifitas Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Sedekah oleh Kantor Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Jurnal Administrasi Publik dan Pembangunan*. Vol. 3 No. 2 2021
- Mardiasmo, *Perpajakan*, (Yogyakarta: Andy, 2017)
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2011)
- Mulyasa, *Management Berbasis Sekolah Konsep Strategi Dan Implementasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Novi Tri Hariyanti (dkk), Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*. Volume 15 No. 1 Juni 2018
- Pakei, Beni. *Konsep dan Analisis (Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi Daerah)*. Jayapura: Tausia
- Pasalong, Harbani. *Teori Administrasi Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2007)
- Pius Abdillah & Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka, 2003)
- Poewadarmita, W.J.S. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996)
- Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*, 2021
- Siagian, Sondang P. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002)
- Surakhmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar*, (Bandung: Teknik Tarsito, 1982)
- Syahriza, Mulkan. *Analisis Efektivitas Zakat Produktif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik* (Studi Kantor Cabang Rumah Zakat Sumatera Utara). *At-Tasawuth*. Volume IV No. 1 Januari - Juni 2019
- Ulfa, Maria. *Pengaruh Media Sosial Komunikasi Pemasaran Terhadap Sikap Konsumen Generasi Z di Yogyakarta*, 2018
- Zain, Badudu. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996)