



## Era Digital dan Tantangan Non-Industrialis: Pendekatan Manajemen Perubahan dalam Pengembangan Organisasi Berkelanjutan (Studi Kasus: Transformasi Digital pada Inisiatif Zakat Indonesia (IZI))

Halimatus Sa'diyah <sup>1\*</sup>, Jumiati Sasmita <sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Riau, Indonesia

Email: [halimatus.sadiyah0483@student.unri.ac.id](mailto:halimatus.sadiyah0483@student.unri.ac.id) <sup>1\*</sup>, [jumiati.sasmita@lecturer.unri.ac.id](mailto:jumiati.sasmita@lecturer.unri.ac.id) <sup>2</sup>

Korespondensi email: [halimatus.sadiyah0483@student.unri.ac.id](mailto:halimatus.sadiyah0483@student.unri.ac.id)

**Abstract.** The digital era has brought major challenges as well as strategic opportunities for organizations, including non-industrial entities such as zakat institutions. Digital transformation requires organizations to quickly adapt to continuously evolving technologies in order to remain relevant and competitive. Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), as a zakat management organization, faces challenges in managing limited digital literacy, human resources, and a still-conventional work culture. This study aims to analyze how a change management approach can support the success of digital transformation in a faith-based non-profit organization. Through the stages of unfreeze, change, and refreeze, IZI has successfully integrated digital technology to enhance the efficiency of zakat collection, improve reporting transparency, and strengthen public trust. This research uses a qualitative approach with a case study on IZI's digital transformation. The results show that systematic change management plays a crucial role in addressing internal resistance and optimizing the implementation of information technology. These findings serve as an important reference for other philanthropic organizations in implementing sustainable digital transformation focused on improving public services. With the right approach, non-profit organizations can meet the demands of the digital era without compromising the core values that form their foundation.

**Keywords:** Digital Era, Change Management, Digital Transformation, Inisiatif Zakat Indonesia (IZI)

**Abstrak.** Era digital telah membawa tantangan besar sekaligus peluang strategis bagi organisasi, termasuk organisasi non-industrialis seperti lembaga zakat. Transformasi digital menuntut organisasi untuk cepat beradaptasi terhadap perubahan teknologi yang terus berkembang agar tetap relevan dan berdaya saing. Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), sebagai lembaga amil zakat, menghadapi tantangan dalam mengelola keterbatasan literasi digital, sumber daya manusia, dan budaya kerja yang masih konvensional. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pendekatan manajemen perubahan dapat mendukung keberhasilan transformasi digital dalam organisasi non-profit berbasis nilai keagamaan. Melalui tahapan *unfreeze*, *change*, dan *refreeze*, IZI berhasil mengintegrasikan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi pengumpulan zakat, transparansi pelaporan, serta kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada transformasi digital IZI. Hasilnya menunjukkan bahwa manajemen perubahan yang sistematis berperan penting dalam menghadapi resistensi internal dan mengoptimalkan penerapan teknologi informasi. Temuan ini menjadi referensi penting bagi lembaga filantropi lainnya dalam menerapkan transformasi digital berkelanjutan dan berorientasi pada peningkatan pelayanan publik. Dengan pendekatan yang tepat, organisasi non-profit dapat menjawab tuntutan era digital tanpa meninggalkan nilai-nilai inti yang menjadi fondasinya.

**Kata kunci:** Era digital, Manajemen perubahan, Transformasi digital, IZI

### 1. PENDAHULUAN

Era digital saat ini telah membawa banyak tantangan dan peluang bagi pengelolaan organisasi, baik itu organisasi bisnis, pemerintah, ataupun organisasi sosial lainnya. Era digital yang sedang berkembang saat ini membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara organisasi mengelola kegiatan, sumber daya, dan relasi dengan stakeholders. Teknologi digital, yang didukung oleh data, algoritme, dan kecerdasan buatan, menciptakan berbagai peluang dan model bisnis baru. Tantangan utama

yang dihadapi oleh organisasi di era digital adalah mengelola perubahan yang terjadi dengan cepat dan berlangsung terus menerus (Dito dan Pujiastuti, 2021). Apabila organisasi mampu beradaptasi dengan perubahan, maka berbagai peluang akan terbuka lebar. Di sisi lain, bagi organisasi yang kurang terbiasa dengan perubahan atau tidak memiliki strategi yang cukup fleksibel untuk mengatasinya maka era digital ini akan menjadi situasi yang sulit. Teknologi digital terus berkembang dengan sangat cepat, sehingga organisasi harus mampu mengikuti perubahan tersebut agar tidak tertinggal.

Tidak hanya terbatas pada sektor industri, transformasi digital kini juga menjadi keniscayaan bagi organisasi non-industrialis, seperti lembaga sosial dan filantropi. Tantangan utama bagi organisasi jenis ini adalah keterbatasan sumber daya, rendahnya literasi digital di kalangan penerima maupun pemberi manfaat, serta kebutuhan untuk tetap menjaga kepercayaan publik dalam proses perubahan yang cepat. Menurut Nasution *et al.*, (2024) Organisasi harus mampu melakukan inovasi secara terus menerus untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan, serta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan nilai yang diberikan kepada stakeholders. Dengan menggunakan teknologi digital, organisasi dapat menghemat waktu, biaya.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya dalam upaya pengentasan kemiskinan. Di Indonesia, pengelolaan zakat telah diatur secara formal melalui lembaga-lembaga amil zakat (LAZ) yang memiliki tanggung jawab besar untuk mengoptimalkan potensi zakat demi kemaslahatan umat. Salah satu lembaga yang aktif dalam pengelolaan zakat adalah Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), yang berdiri pada 10 November 2014. IZI memiliki misi utama untuk mempermudah pengelolaan zakat secara autentik, efisien, dan sesuai syariah. Sejak memperoleh izin operasional secara nasional dari Kementerian Agama Republik Indonesia pada 30 Desember 2015, IZI terus melakukan inovasi guna memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat.

Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) merupakan salah satu organisasi pengelola zakat yang menghadapi realitas ini. Sebagai lembaga yang bergerak dalam penghimpunan dan pendistribusian zakat, IZI dihadapkan pada kebutuhan untuk merespons perubahan perilaku masyarakat yang semakin bergeser ke arah digital. Data menunjukkan bahwa sebelum transformasi dilakukan, sebagian besar penghimpunan zakat masih dilakukan secara konvensional, yang tidak hanya kurang efisien, tetapi juga membatasi jangkauan dan kecepatan layanan.. Sejalan dengan berkembangnya era digital, pengelolaan zakat terutama

pada aspek pengumpulan dana zakat dilakukan dengan menggunakan jejaring internet yakni melalui platform zakat digital. Salah satu dari platform zakat digital di Indonesia adalah baznas.go.id., zakatpedia, Nucare.id, dompetdhuafa.org, tokopedia, Linkaja (Tuankumala dan Arminingsih, 2023).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2023) menyatakan bahwa digitalisasi bertujuan untuk meningkatkan transparansi dalam pengelolaan dan penyaluran zakat. Hal ini juga berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat dalam menunaikan zakatnya. Faktor penyebab tidak signifikannya realisasi zakat dengan potensi zakat yang ada yaitu pertama, masih rendahnya pemahaman dan kesadaran umat Islam tentang kewajiban membayar zakat. Kedua, rendahnya minat masyarakat untuk menyetorkan zakatnya kepada institusi pemerintah dan pengelola zakat, dikarenakan banyak sekali lembaga amil zakat yang belum sepenuhnya transparansi atau terkadang tidak memberikan informasi yang jelas kegunaan zakat yang mereka bayar, sehingga para muzakki lebih senang membayar zakatnya langsung ke para mustahiq atau yang berhak.

Transformasi digital pada IZI menjadi studi kasus yang menarik karena mencerminkan bagaimana organisasi non-industrialis dapat menerapkan pendekatan manajemen perubahan untuk mendukung keberlanjutan organisasi. Proses perubahan yang dilakukan IZI melibatkan berbagai tahapan strategis mulai dari identifikasi kebutuhan dan masalah, desain solusi digital, hingga implementasi dan evaluasi layanan berbasis teknologi. Keberhasilan transformasi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah muzakki yang berzakat secara online, tetapi juga pada efisiensi operasional dan transparansi lembaga.

Melalui pendekatan manajemen perubahan yang sistematis, IZI menunjukkan bahwa organisasi non-profit sekalipun dapat memanfaatkan era digital sebagai momentum untuk memperkuat perannya di tengah masyarakat. Permasalahan ini penting untuk dianalisis lebih lanjut sebagai contoh nyata pengembangan organisasi berkelanjutan dalam konteks sosial dan keagamaan di Indonesia, serta sebagai rujukan bagi lembaga serupa dalam menghadapi tantangan serupa di era digital.

Selain itu, menurut hasil penelitian oleh Mustofa dan Maulida (2023), digitalisasi tidak hanya berdampak pada peningkatan efisiensi dalam pengumpulan dan distribusi zakat, tetapi juga pada akuntabilitas dan engagement antara lembaga zakat dan muzakki. Transformasi digital memungkinkan lembaga zakat menyediakan fitur pelaporan transparan secara real time, yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan publik. Layanan digital juga mempermudah komunikasi dan edukasi zakat melalui berbagai kanal

digital seperti media sosial, aplikasi mobile, dan platform donasi daring.

Sementara itu, studi dari Ramadhan dan Prasetyo (2022) menyoroti bahwa digitalisasi lembaga zakat di Indonesia masih menghadapi tantangan besar, terutama dalam hal kesiapan teknologi internal dan kompetensi digital sumber daya manusia. Mereka menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada strategi manajemen perubahan yang holistik, mulai dari perubahan struktur organisasi, pelatihan internal, hingga adaptasi budaya kerja digital. Oleh karena itu, organisasi seperti IZI perlu melakukan pendekatan yang terencana dan terintegrasi agar proses digitalisasi tidak hanya bersifat kosmetik, melainkan memberikan dampak sistemik dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penting bagi lembaga zakat seperti IZI untuk tidak hanya mengadopsi teknologi, tetapi juga menyiapkan perubahan pada dimensi internal organisasi, agar dapat memaksimalkan manfaat digitalisasi demi meningkatkan pelayanan, efektivitas, dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi zakat.

## 2. TINJAUAN TEORITIS

Era merupakan periode waktu yang memiliki karakteristik tertentu. Sedangkan, digital terambil dari bahasa Yunani “digitus” yang memiliki arti jari-jemari. Istilah digital merujuk pada hal yang berkaitan dengan angka, khususnya angka biner. Biner menjadi inti dari komunikasi digital dengan menggunakan angka 0 dan 1 yang diatur dalam deretan kode berbeda untuk mempermudah pertukaran informasi.<sup>1</sup> Era digital dimulai pada tahun 1980-an ditandai dengan kemunculan internet secara publik, yang menjadikan perkembangan teknologi sepesat sekarang. Era digital menjadi era dimana informasi semakin mudah untuk ditemukan dan bisa dibagikan dengan bebas menggunakan media digital. Era digital menjadi masa dimana manusia mengandalkan media digital untuk memperoleh informasi atau menjalin komunikasi daripada menggunakan media lain, akibatnya yang dekat terkadang menjadi jauh dan yang jauh menjadi lebih dekat (Mulia, 2016).

Organisasi adalah bagian dari sistem sosial yang eksis di tengah-tengah masyarakat. Masyarakat memiliki sifat dinamis, terus berubah seiring perkembangan zaman. Karakteristik masyarakat yang dinamis ini menuntut organisasi untuk juga bersifat dinamis. Tanpa dinamika yang sejalan dengan dinamika masyarakat, organisasi tidak akan bertahan, apalagi berkembang. Ini menunjukkan bahwa perubahan dalam suatu organisasi adalah kebutuhan yang tak terhindarkan. Organisasi harus terus-menerus menyesuaikan diri dengan tuntutan dan perubahan yang terjadi di lingkungannya (Kartini, 2016).

Menurut Nisa *et al.*, (2023) Pengembangan organisasi membawa implikasi terhadap kapabilitas organisasi dalam membuat keputusan yang berkualitas. Dengan adanya perubahan terhadap struktur, kultur, teknologi, sumber daya manusia, dan sebagainya melalui proses yang saling berkesinambungan dan dilakukan untuk melakukan perbaikan atas berbagai kegagalan, kesalahan, memenuhi berbagai harapan yang diinginkan, serta meningkatkan kualitas dan kuantitas yang telah dimiliki sebelumnya, dengan mempertahankan nilai-nilai dasar dan utama yang terkandung di dalam budaya organisasi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, pengelolaan zakat merupakan kegiatan perencanaan pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Dalam undangundang tersebut disebutkan juga bahwa organisasi pengelola zakat di Indonesia terdiri atas Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Aktivitas lembaga pengelola zakat melibatkan berbagai pihak yang memiliki keterkaitan satu sama lain, diantaranya yaitu pemberi zakat, pengelola, dan penerima zakat. Pada beberapa kasus, pengelola dana ZIS bukan merupakan orang atau institusi yang dikenal oleh donatur atau pemberi dana, oleh karena itu pemberi dana ZIS menginginkan akuntabilitas pengelolaan terhadap transparansi, efisiensi, dan efektivitas dana yang diserahkan oleh pemberi dana. Dompet Ummat merupakan lembaga kemanusiaan yang mendedikasikan diri untuk kemanusiaan, memberi pelayanan dan pemberdayaan bagi masyarakat kurang mampu. Kerja kemanusiaan berbasis dana masyarakat ini terdiri dari zakat, infak, sedekah, wakaf, CSR, serta dana kemanusiaan lainnya. Pengeloaan dana ZIS yang dilakukan oleh Dompet Ummat salah satunya harus dilakukan dengan berasaskan terintegrasi dan akuntabilitas. Asas terintegrasi dalam pengeloaan dana ZIS merupakan pengelolaan zakat dilaksanakan secara hierarkis dalam upaya meningkatkan pengumpulan, pendistribusiam, dan pendayagunaan zakat (Mulia, 2016).

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Saryono (2010), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat, dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyeleksi literatur berdasarkan relevansi dan kualitas sumber. Artikel yang dipilih adalah yang telah melalui proses peer review dan memiliki kontribusi signifikan terhadap topik

penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis konten untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pola, dan hubungan antara variabel. Teknik ini memungkinkan pengelompokan informasi yang sistematis untuk memberikan interpretasi mendalam tentang tantangan dan peluang transformasi digital dalam manajemen pendidikan (Mardi, 2025).

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Tantangan Era Digital bagi Organisasi Non-Industrialis**

Transformasi digital mencakup adopsi teknologi baru seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*), *Internet of Things* (IoT), analitika data, dan otomatisasi proses bisnis. Semua ini mempengaruhi cara organisasi merekrut, mengelola, dan mengembangkan SDM mereka. Dalam konteks ini, perencanaan SDM tidak lagi hanya tentang memastikan ketersediaan tenaga kerja yang cukup, tetapi juga tentang mempersiapkan tenaga kerja yang mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi organisasi (Oges *et al.* 2024).

Transformasi digital telah menjadi sebuah keharusan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan. Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pendidikan melalui penerapan teknologi digital menjadi salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan untuk memajukan sistem pendidikan secara menyeluruh. Stilah "transformasi digital" mengacu pada metamorfosis suatu organisasi atau perusahaan yang mencakup sejumlah perubahan, mulai dari prosedur, strategi, struktur, dan sumber daya manusia hingga diakhiri dengan adopsi teknologi untuk meningkatkan kinerja.

Teknologi digital, yang didukung oleh data, algoritme, dan kecerdasan buatan, menciptakan berbagai peluang dan model bisnis baru. Tapi bagaimana seseorang menyusun strategi ketika teknologi organisasi terus berubah. Tantangan utama yang dihadapi oleh organisasi di era digital adalah mengelola perubahan yang terjadi dengan cepat dan berlangsung terus menerus (Priatna dan Supandi, 2024). Apabila organisasi mampu beradaptasi dengan perubahan, maka berbagai peluang akan terbuka lebar. Di sisi lain, bagi organisasi yang kurang terbiasa dengan perubahan atau tidak memiliki strategi yang cukup fleksibel untuk mengatasinya maka era digital ini akan menjadi situasi yang sulit.

Di era digital, organisasi non-industrialis seperti lembaga zakat menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural yang tidak ringan. Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), sebagai lembaga filantropi yang bergerak di bidang penghimpunan dan penyaluran zakat, mengalami langsung dampak perubahan tersebut. Salah satu tantangan utama adalah

rendahnya literasi digital baik dari sisi internal organisasi maupun penerima manfaat (mustahik) dan pemberi zakat (muzakki). Sebelum melakukan transformasi, sebagian besar proses penghimpunan dan pelaporan zakat dilakukan secara manual atau konvensional, yang tidak hanya memakan waktu, tetapi juga menyulitkan dalam hal akuntabilitas dan transparansi. Kondisi ini diperparah oleh keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang teknologi informasi, serta keterbatasan anggaran yang membuat pengembangan sistem digital tidak dapat dilakukan secara maksimal dalam waktu singkat.

Transformasi digital di lembaga zakat di Indonesia terjadi karena adanya kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas dalam pengumpulan, pengelolaan serta distribusi zakat. Faktor yang mempengaruhi terjadinya transformasi pada lembaga zakat disebabkan oleh adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan lembaga zakat untuk menggunakan teknologi dalam proses pengumpulan, pengelolaan, serta pendistribusian zakat. Masyarakat juga semakin memperhatikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengumpulan dan pengelolaan zakat. Dengan menggunakan teknologi, lembaga zakat dapat memudahkan proses pengelolaan zakat, seperti pengelolaan data muzakki, data mustahik, dan proses distribusi zakat. Dengan adanya transformasi digital, lembaga zakat dapat memberikan akses yang lebih mudah bagi masyarakat untuk memantau dan memperoleh informasi terkait zakat yang mereka berikan

Selain itu, IZI juga menghadapi tantangan besar dalam mengubah pola pikir dan budaya kerja internal. Adaptasi terhadap sistem digital membutuhkan pelatihan, pendampingan, serta manajemen perubahan yang kuat agar tidak terjadi resistensi di kalangan pegawai dan relawan. Di sisi lain, ekspektasi publik terhadap layanan digital yang cepat, mudah diakses, dan transparan semakin tinggi. Dalam konteks ini, pendekatan manajemen perubahan menjadi kunci dalam proses transformasi digital IZI. Organisasi harus melalui tahap *unfreeze* (menyadari dan mempersiapkan perubahan), *change* (menerapkan solusi digital seperti platform zakat online), dan *refreeze* (menetapkan sistem baru sebagai standar operasional) untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan transformasi tersebut. Melalui proses ini, IZI tidak hanya mampu mengatasi tantangan digitalisasi, tetapi juga memperkuat posisi organisasinya sebagai lembaga zakat yang adaptif dan profesional di tengah perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang terus berubah.

Sehingga, perlu agar teknologi digital terus berkembang dengan sangat cepat, sehingga organisasi mampu mengikuti perubahan tersebut agar tidak tertinggal. Organisasi harus mampu melakukan inovasi secara terus-menerus untuk meningkatkan efisiensi dan

efektivitas kegiatan, serta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan nilai yang diberikan kepada stakeholders. Dengan menggunakan teknologi digital, organisasi dapat menghemat waktu, biaya, dan sumber daya yang diperlukan untuk menyelesaikan berbagai pekerjaan (Priatna dan Supandi, 2024).

### **Pentingnya Pendekatan Manajemen Perubahan**

Menurut Nasution *et al.*, (2024). Manajemen adalah komponen yang menjaga sektor kehidupan institusi berjalan dengan lancar dan berkesinambungan. Proses pengembangan potensi seseorang di berbagai bidang, mulai dari pandangan hidup, karakter, hingga keterampilan, dikenal sebagai pendidikan. Di era digital, ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan standar pembelajaran siswa, meningkatkan pengetahuan, dan mendukung inisiatif pembelajaran otonom dari pemerintah. Kemudian, manajemen berkontribusi untuk meningkatkan standar Pendidikan.

Manajemen perubahan yang efektif memerlukan pembentukan tim khusus yang bertanggung jawab untuk mengelola proses perubahan. Tim ini harus memiliki pemahaman mendalam tentang proses perubahan serta kemampuan untuk mengatasi hambatan yang mungkin muncul. Keberhasilan manajemen perubahan bergantung pada kompetensi tim dalam menangani berbagai tantangan. Manajemen perubahan mengacu pada metode yang digunakan oleh individu atau organisasi sebagai sarana beradaptasi terhadap perubahan untuk mencapai tujuan organisasi. Peningkatan organisasi adalah sebagai bentuk organisasi efektivitas dan efisiensi. Peningkatan organisasi adalah sebagai langkah dalam peningkatan kondisi baru di masa mendatang.

Transformasi digital pada organisasi non-industrialis, seperti Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), tidak dapat dilakukan secara instan tanpa perencanaan yang matang. Menghadapi tantangan di era digital mulai dari keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital masyarakat, hingga tuntutan akan transparansi dan layanan berbasis teknologi menuntut adanya pendekatan manajemen perubahan yang sistematis. Pendekatan ini penting karena membantu organisasi memetakan kebutuhan perubahan, mengelola resistensi internal, dan mengarahkan proses adaptasi agar sesuai dengan visi dan nilai-nilai kelembagaan.

Dalam konteks IZI, pendekatan manajemen perubahan digunakan untuk membimbing transisi dari sistem zakat konvensional ke platform digital yang lebih modern, dengan tetap menjaga prinsip-prinsip syariah dan kepercayaan publik. Dengan mengadopsi tahapan perubahan seperti dalam model Lewin *dalam* Kartini (2016) yakni

*unfreeze, change, dan refreeze* IZI dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, mengembangkan solusi digital yang inovatif, serta mengintegrasikannya secara berkelanjutan ke dalam operasional organisasi. Tanpa pendekatan ini, proses transformasi berisiko menimbulkan ketidakseimbangan struktural, penolakan dari sumber daya internal, dan penurunan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, manajemen perubahan menjadi elemen krusial dalam mengarahkan organisasi non-profit menuju keberlanjutan di tengah tuntutan era digital yang semakin kompleks dan kompetitif.

Inisiatif Zakat Indonesia telah melakukan transformasi digital dalam hal pengelolaan zakat. LAZNAS Inisiatif Zakat Indonesia memiliki sebuah platform digital yang dikelola guna menunaikan zakat yang dapat dilakukan secara online (digital) melalui Website dan diunduh melalui Google Play, platform digital tersebut bernama Zakatpedia. Platform Zakatpedia adalah situs bayar zakat dan penggalangan dana online yang dimiliki oleh LAZNAS Inisiatif Zakat Indonesia, berfungsi memberi kemudahan pembayaran zakat dalam hal menyalurkan. Platform pembayaran zakat dan penggalangan dana online yang mudah dan memudahkan para pengguna serta masyarakat. Tidak hanya itu, platform media digital zakatpedia juga memiliki beberapa media sosial lainnya. Seperti Instagram, TikTok, dan Youtube. Dengan adanya platform digital ini memberikan efek kesadaran para muzakki dan mempermudah muzakki dalam menunaikan zakatnya. Platform yang diresmikan pada tahun 2017 ini diharapkan mampu memudahkan umat dalam menunaikan kebaikan.

Platform digital Zakatpedia sendiri juga menyediakan berbagai fitur seperti kalkulator zakat, bentuk bantuan atau program, berita pelaksanaan, donasi, hukum islam mengenai zakat, infaq dan sedekah. Tampilan platform media digital Zakatpedia pun fungsional dan minimalis memberikan kesan eyecatching untuk para pengunjung platform media digital. Selain dalam hal menunaikan zakat, peran digitalisasi ini juga menjadi strategi pemberdayaan muzakki bagi LAZNAS Inisiatif Zakat Indonesia khususnya dalam menumbuhkan kesadaran dan mengedukasi para masyarakat.

Oleh karena itu, Perubahan adalah aspek yang paling kritis untuk manajemen yang efektif. Lingkungan bisnis di mana organisasi beroperasi selalu bergolak, berarti perubahan semakin sering terjadi, semakin kompleks dan lebih ekstensif. Penanganan perubahan yang buruk dapat membawa konsekuensi yang serius, oleh karenanya perubahan perlu dikenal, dipahami, dikelola dan diciptakan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan yang diharapkan, baik oleh individu, kelompok, maupun organisasi. Organisasi dalam menyelenggarakan perubahan harus menggunakan pendekatan yang tepat sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Peran dan tanggung jawab stake holder yang terlibat dalam

perubahan harus jelas serta perubahan harus memiliki rencana yang menyeluruh, bersifat jangka panjang dan berkelanjutan (Suprihatmi, 2006).

### **Relevansi perkembangan non industrial secara Berkelanjutan**

Relevansi transformasi digital dan manajemen perubahan terhadap perkembangan non-industrialis secara berkelanjutan sangat penting dalam menjawab tantangan zaman yang terus berubah. Organisasi non-industrialis seperti lembaga zakat, pendidikan, dan sosial keagamaan tidak lagi bisa bergantung pada metode konvensional untuk bertahan dan berkembang. Perkembangan teknologi telah mendorong kebutuhan akan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas yang lebih tinggi dari masyarakat.

Paradigma baru dalam hubungan industrial merupakan model manajemen baru yang berisi beberapa pekerjaan dan inovasi manajemen sumber daya manusia yang meliputi penugasan kerja fleksibel, kerja dalam tim/kelompok, dan pelatihan lintas bidang yang didukung oleh beberapa bentuk pengupahan berdasarkan kinerja, partisipasi karyawan formal, dan kebijakan manajemen sumber daya manusia pendukung, misalnya keamanan kerja. Hubungan antarkaryawan menyarankan bahwa meskipun karyawan dan pengusaha mempunyai konflik dalam sasaran dan keyakinan, konflik tersebut dapat dihilangkan jika manajer dapat mengadopsi kebijakan dan praktik yang tepat. Dengan perkataan lain, manifestasi konflik itu tidak penting walaupun merusak. Kebijakan yang tepat dapat menyelesaikan permasalahan yang berasal dari dehumanisasi pengaturan kerja sebagai pengganti kesepakatan kerja bersama. Penganut Paham Hubungan Antarkaryawan mengusulkan sistem komunikasi yang lebih baik, desain pekerjaan yang lebih humanistik, dan proses pengambilan keputusan yang lebih partisipatif (Godard dan Delaney, 2000).

Penelitian mengenai hubungan industrial baik dalam teori maupun praktik harus menguji perubahan dinamis praktik perserikatan dan nonperserikatan. Menurut Godard dan Delaney (2000), studi perubahan kontemporer dalam praktik di tempat kerja kembali pada model hubungan antar orang atau karyawan yang ada dalam model kerja dan hubungan antar karyawan dari Taylor. Proposisi kunci yang mendasari Taylorisme adalah perancangan divisi karyawan atau tenaga kerja melalui prinsip perancangan hubungan industrial dan pengupahan karyawan untuk menghasilkan tingkat efisiensi maksimum dan kepuasan kerja karyawan. Teori hubungan antarkaryawan berganti arah hubungan dan menjelaskan bahwa pengorganisasian pekerja untuk memuaskan karyawan secara psikologis dan pemenuhan kebutuhan sosial akan mendorong efisiensi.

Dalam konteks ini, pendekatan manajemen perubahan menjadi strategi utama agar lembaga non-profit mampu menyesuaikan diri dengan dinamika digital tanpa kehilangan

nilai-nilai dasar yang menjadi landasan keberadaannya. Dengan mengintegrasikan sistem digital ke dalam operasionalnya, lembaga seperti Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga memperluas jangkauan manfaat secara berkelanjutan. Ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya milik sektor industri, tetapi juga menjadi kebutuhan mendesak bagi organisasi non-industrialis agar tetap relevan, efektif, dan berdaya saing di tengah era digital yang kompleks.

### **Dampak Transformasi Digital dan Manajemen Perubahan terhadap IZI**

Kemajuan teknologi saat ini memang sangat pesat dan cepat, dan mengikuti alur perkembangan tersebut setiap lembaga yang ada di Indonesia harusnya menyesuaikan agar tidak ketinggalan dalam hal informasi maupun dalam hal teknologi. Digitalisasi di era saat ini telah berkembang sangat pesat dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, sosial dan budaya serta aspek ekonomi. Fokus pada aspek ekonomi, Indonesia dengan mayoritas masyarakat yang beragama Islam tentunya memiliki aspek ekonomi Islam dimana instrumen utama dan instrumen distribusi kekayaan dalam sistem ekonomi Islam ialah Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS).

Menurut Ramadhani (2022) Penerapan digital pada ZIS akan mengoptimalkan pengelolaan zakat, infaq dan sedekah, khususnya memudahkan dalam hal pengumpulan. Digitalisasi pada pengelolaan ZIS juga dapat meningkatkan transparansi, efektifitas, dan efisiensi dalam manajemen ZIS. Dari sisi para badan dan lembaga zakat, teknologi dinilai dapat mempermudah proses pemasaran hingga pengumpulan dana ZIS sehingga lebih optimal. Sedangkan bagi wajib zakat (muzaki), keberadaan teknologi akan mempermudah pembayaran ZIS, dan memungkinkan mereka untuk memonitor pendayagunaan dana ZIS yang diserahkan sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga pengelola ZIS.

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Pasal 1 ayat (8) memutuskan bahwa dalam rangka mempermudah pengelolaan dana zakat, pemerintah membolehkan masyarakat untuk membuat Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang memiliki tugas membantu dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Sejalan dengan itu, terdapat tiga organisasi yang diakui pemerintah dan bertugas melakukan pengelolaan zakat yang tentunya sangat memberikan kontribusi bagi kelancaran pelaksanaan zakat, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Lembaga Amil Zakat (LAZ), dan Unit Pengelola Zakat (UPZ).

Dampak adanya transformasi digital dan manajemen perubahan dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Shofarina dan Latifah (2025) yang menunjukkan hasil bahwa sistem pencatatan zakat berbasis web yang diterapkan di IZI Kudus memberikan

solusi nyata terhadap berbagai permasalahan pencatatan manual yang sebelumnya dihadapi. Penerapan sistem ini mampu mempercepat proses administrasi, meminimalisir kesalahan pencatatan, dan meningkatkan akurasi serta transparansi dalam pengelolaan zakat. Selain itu, keberadaan fitur-fitur seperti pencatatan penyaluran, laporan, dan perhitungan zakat berbasis syariah menjadikan sistem ini sangat membantu dalam mendukung operasional lembaga zakat.

Dampak transformasi digital dan manajemen perubahan terhadap organisasi, khususnya lembaga non-profit seperti Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), sangat signifikan dalam mendorong efisiensi operasional, transparansi, serta peningkatan kepercayaan publik. Transformasi digital memungkinkan IZI untuk mengotomatiskan proses penghimpunan dan pelaporan zakat, yang sebelumnya dilakukan secara manual dan rentan terhadap kesalahan. Dengan penerapan teknologi berbasis web, proses administrasi menjadi lebih cepat, akurat, dan mudah diakses oleh para muzakki serta masyarakat luas. Di sisi lain, pendekatan manajemen perubahan yang sistematis berperan penting dalam memastikan adopsi teknologi berjalan efektif tanpa menimbulkan resistensi internal. Tahapan seperti *unfreeze*, *change*, dan *refreeze* membantu organisasi mempersiapkan diri, melaksanakan perubahan, dan menyesuaikan struktur baru secara berkelanjutan. Hasilnya, IZI tidak hanya berhasil memperkuat sistem pengelolaan zakat, tetapi juga membangun citra sebagai lembaga zakat modern yang profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi di era digital.

Salah satu dampak yang diberikan yaitu, Transparansi dalam pengelolaan dana zakat memberikan rasa kepercayaan kepada muzakki bahwa dana yang mereka sumbangkan digunakan dengan benar sesuai tujuan zakat. Muzakki merasa yakin bahwa dana mereka tidak disalahgunakan. Transparansi yang dilakukan oleh IZI melalui platform media digital dengan memanfaatkan sebuah tools *email marketing*.

*E-mail marketing* digunakan sebagai alat untuk mengirim pesan kepada pendukung, muzakki atau calon donor potensial yang tertarik dengan zakat. Dalam kampanye e-mail marketing zakat, IZI dapat mengirim e-mail kepada muzakki atau calon muzakki untuk meminta fundraising dana atau memberikan informasi tentang program zakat yang dijalankan. Namun tidak hanya itu, transparansi dan akuntabilitas lembaga IZI juga dilakukan melalui email marketing. *E-mail marketing* yang dilakukan IZI dalam strategi memberdayakan muzakki dilakukan dengan mengirimkan cerita inspiratif dampak positif yang telah dicapai melalui hasil penggunaan dana zakat yang telah diberikan muzakki sebagai bentuk rasa apresiasi, pengingat tentang waktu pembayaran zakat, atau bahkan

penawaran khusus untuk mendorong muzakki untuk berdonasi.

Dengan *e-mail marketing*, IZI dapat mencapai audiens muzakki secara luas. Dengan mengirimkan e-mail ke daftar pengguna (muzakki) atau prospek yang sudah ada, IZI dapat menghubungi dan memberikan informasi mereka dengan cepat dan langsung. Dengan e-mail marketing ini dapat mengirim pesan ke ribuan orang dalam hitungan waktu yang cukup singkat. E-mail marketing juga dapat digunakan IZI sebagai sarana untuk memberikan edukasi atau informasi kepada muzakki tentang pentingnya zakat, bagaimana menghitung zakat, dan informasi akuntabilitas bagaimana zakat digunakan untuk membantu mereka yang membutuhkan (Azizah, 2023).

Pada penelitian Azizah (2023) IZI juga melakukan pemasangan sebuah iklan di jejaring media sosial Zakatpedia dalam strategi yang dilakukan. Advertising (iklan) memiliki peran penting dalam konteks pemasaran dan promosi. Advertising membantu meningkatkan kesadaran tentang produk, layanan, merek, atau organisasi tertentu dalam kalangan target pemasaran IZI. Melalui advertising, pesan atau informasi dapat dijangkau oleh masyarakat luas dalam waktu yang singkat. Ketika IZI meluncurkan produk atau layanan baru, advertising memainkan peran penting dalam memperkenalkannya kepada konsumen. Advertising membantu memperkuat pesan dan identitas merek.

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan-perubahan yang mendasar pada struktur, operasi, dan manajemen organisasi. Berkat teknologi ini, berbagai kemudahan dapat dirasakan oleh manusia. Dalam hal ini, manfaat teknologi informasi lebih luas dan perkembangan teknologi informasi sangat mempengaruhi segala aspek kehidupan.

## 5. KESIMPULAN

Transformasi digital di era modern membawa tantangan besar bagi organisasi non-industrialis seperti Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), terutama dalam hal literasi digital, keterbatasan sumber daya, dan perubahan budaya organisasi. Namun, melalui pendekatan manajemen perubahan yang sistematis, IZI berhasil mengelola transisi dari sistem manual ke platform digital secara efektif. Penerapan model perubahan seperti *unfreeze, change, and refreeze* memungkinkan IZI untuk menyesuaikan struktur operasional, meningkatkan kualitas layanan, serta memperluas jangkauan distribusi zakat secara lebih efisien dan transparan.

Manajemen perubahan menjadi kunci penting dalam memastikan keberlanjutan

organisasi di tengah perkembangan teknologi yang cepat dan terus berubah. Transformasi digital yang dilakukan dengan perencanaan yang matang dan dukungan SDM yang adaptif akan membuka berbagai peluang baru serta meningkatkan kepercayaan publik. Oleh karena itu, organisasi di era digital harus siap untuk terus berinovasi, fleksibel terhadap perubahan, dan mampu mengelola dinamika internal secara cerdas agar dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

## BIBLIOGRAFI

- Azizah, W. N. (2023). Strategi pemberdayaan muzakki dalam penghimpunan dana zakat melalui platform media digital pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Inisiatif Zakat Indonesia Jakarta Timur. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 1–19.
- Godard, J., & Delaney, J. T. (2000). Reflections on the high performance “paradigms”: Implications for industrial relations as a field. *Industrial & Labor Relations Review*, 53(3), 482–502.
- Kartini Sari Putri. (2016). *Manajemen perubahan dan pengembangan organisasi*.
- Mardi, A. F. D. (2025). Transformasi digital dalam manajemen pendidikan: Tantangan dan peluang di era pendidikan 5.0. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 6(3), 494–501.
- Mulia, Y. (2016). Menganalisis tantangan dan strategi dalam perancangan pekerjaan di era digital. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 3(10), 1–23.
- Mustofa, M. I., & Maulida, I. (2023). Transformasi digital pengelolaan zakat untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(1), 12–23. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol9.iss1.art2>
- Nasution, I., Kurnianingsih, D. A., & Batubara, F. (2024). Peran manajemen organisasi pendidikan di era digital: Tantangan dan peluang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 25843–25853.
- Nisa, D. F., Pratiwi, G. P., & Pratiwi, K. N. (2023). Pengembangan organisasi dalam perilaku organisasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 688–694. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/view/3040>
- Priatna, I. A., & Supandi, G. (2024). Tantangan dan peluang karir di era digital. *Sepakat: Sesi Pengabdian pada Masyarakat*, 4(1), 7–11. <https://doi.org/10.56371/sepakat.v4i1.267>
- Ramadhan, M. A., & Prasetyo, D. (2022). Strategi transformasi digital lembaga zakat di Indonesia: Pendekatan manajemen perubahan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 13(2), 87–100. <https://doi.org/10.14710/jmo.v13i2.34321>
- Ramadhani, S. (2022). *Dampak digitalisasi terhadap optimalisasi pengumpulan zakat infaq dan sedekah di BAZNAS Kota Parepare* (Skripsi, Universitas ...). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 33(1), 1–12.

Shofarina, M. C., & Latifah, N. (2025). Optimalisasi sistem pencatatan zakat berbasis digital untuk meningkatkan efisiensi penjemputan zakat di IZI Kudus. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 421–430.

Suprihatmi, S. W. (2006). Peranan manajemen perubahan dalam pertumbuhan organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 6(2), 186–192. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/9595/41.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tuankumala, M. A., & Arminingsih, D. (2023). Peran teknologi dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi penyaluran dana ZIS (zakat, infak dan sedekah) pada Lembaga Amil Zakat Dompet Ummat Kalimantan Barat. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 1, 173–179.