

ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak digitalisasi pada minat muzakki untuk membayar zakat, infaq, shadaqah, wakaf (ziswaf) serta untuk mengidentifikasi taktik terbaik dalam pengembangan digital yang dapat meningkatkan minat muzakki dalam membayar ziswaf. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan teknik survei, mengambil 10 narasumber di kota Palembang, Sumatera Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki efek positif pada minat muzakki dalam membayar ziswaf. Meskipun demikian, masih ada beberapa hambatan dalam implementasi digitalisasi, seperti kurangnya pengetahuan tentang teknologi dan ketidakpercayaan terhadap keamanan dalam menggunakan aplikasi atau platform digital. Oleh karena itu, taktik terbaik dalam pengembangan digital yang mencakup edukasi, pengembangan aplikasi yang mudah digunakan, serta peningkatan keamanan dan transparansi, dapat meningkatkan minat muzakki dalam membayar ziswaf melalui teknologi digital. Penelitian ini diharapkan dapat mengarah pada pengembangan strategi pemasaran ziswaf melalui teknologi digital serta memperkaya literatur di bidang manajemen pemasaran dan keuangan Islam.

Kata Kunci : Optimalisasi, Digitalisasi, Minat, ZISWAF

ABSTRACT

This thesis aims to evaluate the impact of digitalization on muzakki's interest in paying zakat, infaq, shadaqah, waqf (ziswaf) and to identify the best tactics in digital development that can increase muzakki's interest in paying ziswaf. This study uses survey techniques to collect data from 10 informants in the city of Palembang, South Sumatra. The results of the study show that digitization has a positive effect on muzakki's interest in paying ziswaf. Even so, there are still some obstacles in the implementation of digitalization, such as a lack of knowledge about technology and distrust of security when using digital applications or platforms. Therefore, the best tactics in digital development which include education, easy-to-use application development, and increased security and transparency, can increase muzakki's interest in paying ziswaf through digital technology. It is expected that this study will contribute to the development of ziswaf marketing strategies through digital technology and to enrich the literature in the field of marketing management and Islamic finance.

Keywords : *Optimization, Digitalization, Interest, ZISWAF*