

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia adalah negara dengan jumlah total penduduk terbanyak ke empat dari beberapa negara didunia, total keseluruhan penduduk yang ada di negara Indonesia pada kurun waktu 2020 adalah sejumlah 270.203.917 jiwa dengan pembagian berdasarkan gender penduduk total 136.661.889 untuk penduduk dengan jenis kelamin laki-laki sedangkan untuk jenis kelamin perempuan sejumlah 133.542.018.¹ Dengan jumlah populasi tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk yang beragama Islam terbanyak didunia sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara yang mempunyai kapasitas zakat terbesar, Menurut hasil riset yang pernah dikeluarkan oleh pusat kasjian strategi BAZNAS, bahwa peluang zakat yang terdapat di Indonesia bisa mencapai 233, 8 Triliun, akan tetapi dalam prakteknya bahwa hasil penghimpunan dana ZIS secara indeks nasional pada 2019 dengan OPZ yang terdaftar mencapai 10 Triliun atau hanya 5, 2 persen dari keseluruhan potensi zakat yang ada diIndonesia.²

Suatu negara akan tergolong sejahtera apabila masyarakatnya dapat memenuhi kebutuhunnya dan tidak mereasakan kesusahan dalam mencukupi kebutuhan pendidikan, sandang pandang serta mendapatkan pekerjaan. Akan tetapi realitanya tidak semua warga negaranya mampu mencukupi kebutuhan dan hidup dengan layak. Diantara beberapa cara yang dapat merubah masyarakat yang awalnya sebagai penerima (mustahiq) kemudian menjadi masyarakat yang mampu memberi (muzakki) adalah dengan menggunakan zakat. Zakat dapat menjadi salah satu pilihan bagi negara untuk menjadi pendapatan masyarakatnya menjadi rata, sehingga tidak ada perbedaan antara masyarakat yang mampu dengan yang tida mampu. Zakat dapat diartikan menjadi sesuatu yang tumbuh dan berkembang (al-namaa), kesucian (atthoharah) atau sesuatu yang mengnadung

¹<https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>, diakses tanggal 14 september 2021

²https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_: Zakat_Masyarakat_yang_Tak_Tercatat_Rp_61,25_Triliun/680, diakses tanggal 14 september 2021

keberkahan (albarakah) dan terpuji, dalam teknisnya zakat diartikan mengeluarkan sejumlah harta baik berupa uang atau barang yang diambil dari harta kekayaan seseorang yang telah mencapai batasan haul dan nisabnya kemudian disalurkan kepada orang-orang yang memiliki hak untuk menerimanya (mustahiq).³

Sehingga menjadikan zakat infaq dan sedekah menjadi sesuatu yang bernilai penting maka diperlukan pengelolaan dengan baik, dan pemanfaatannya juga bergantung pada pengelolaannya. Tentu dengan pengelolaan yang baik akan menciptakan manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat. Pada zaman Nabi dulu penerapan zakat dilakukan dengan menunjuk orang yang ditugaskan secara khusus untuk mengambil zakat dari para muzakki yang hartanya telah mencapai nisabnya.⁴ Bukan hanya melakukan pengambilan dari sumber zakat akan tetapi juga beberapa sumber harta yang lain seperti infaq, sedekah, ghanimah, kharaj, jizyah dan rikaz serta waqah yang kemudian dikumpulkan dan dikelola dalam Baitul Mall (badan pengelola harta). Harta-harta tersebut kemudian diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya yang terdiri dari delapan golongan yang telah disebutkan dalam Q.s At-Taubah ayat 60.

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغُرَمِينَ
وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ۝ ٦٠ ﴾

Artinya : Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. (Q.S. at-Taubah: 60).⁵

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang yang mengatur tentang pengelolaan zakat yaitu, Undang-Undang Tahun 1999 No. 38. Di dalam

³Hariyanto Buhari, Strategi Penghimpunan Dana Zakat pada baitul maal hidayatullah Surabaya, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018)

⁴ Wawan Shofwan, Risalah Zakat Infaq & Sedekah, (Bandung: Tafakur, 2011), 12

⁵ Departemen Agama RI AL-Quran Dan Terjemahan, (Jakarta, Pt Sigma Examedia Arkanleema, 2009).

undang undang tersebut dijelaskan bahwa yang berhak melakukan pengumpulan zakat adalah Badan Amil Zakat milik Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) milik perorangan atau swasta yang telah mendapatkan pengesahan dari pemerintah. Dalam undang undang tersebut juga dijelaskan tentang bagaimana BAZNAS dan LAZ perlu terus meingkatkan kinerja lembaganya, sehingga diharapkan bisa menjadi amil yang bekerja secara profesional, jujur dan terpercaya serta memiliki rencana rencana dan progam kerja yang jelas dalam melakukan pengumpulan, penyaluran dan pengelolaan dana zakat sehingga semua progam dab rencana yang ada mampu memberi peningkatan kualitas hidup bagi para mustahiq.⁶

Pemerintah Indonesia menerbitkan undang undang terbaru pada tahun 2015 melalui Keputusan dari Kementerian Agama No. 333 Tahun 2015 Tentang Panduang dalam memberikan izin pembentukan kepada Lembaga amil zakat selain BAZNAS dan UPZ. Dalam pedoman pembentukan lembaga amil zakat diharuskan mengantongi izin dari menteri yang bertugas atau dari pejabat yang telah diberi wewenang oleh menteri. Dengan ditetapkannya undang undang tersebut deharapkan lembaga amil zakat yang telah mendapatkan izin tidak hanya mementingkan kebutuhan lembaganya saja, akan tetapi juga harus memikirkan dan peduli kepada masyarakat Indonesia untuk turut melibatkan lembaganya dalam mengentas kemiskinan dan kemlaratan. Sehingga dengan adanya lembaga amil zakat bukan sekedar membantu menjalankan kewajiban beragama, akan tetapi juga merupakan cita cita besar Bangsa yaitu untuk memberikan kehidupan yang sejahtera, adil sehingga tidak terjadi tumpang tindih antar warga negaranya.⁷

Manajemen dalam penghimpunan zakat adalah salah satu kegiatan pengelolaan yang paling fundamental. Untuk terus meningkatkan efektifitas dari zakat, infaq dan sedekah dibutuhkan pengelolaan penghimpunan yang baik sehingga mampu meningkatkan pendapatan dana zakat infaq sedekah Pada

⁶ Nurbini, Peran Dakwah & Sosial LAZ Studi Kasus Di Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Kota Semarang, (Semarang: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi IAIN Walisongo, 2014), 3.

⁷<http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/133/jtptiain-hasanasyar-6638-1-071311016.pdf>., diakses pada 14 September 2021.

lembaga. Dengan menjadikan sistem penghimpunan dana sebagai sumber untuk mendanai program-program lembaga serta kegiatan yang dijalankan oleh lembaga amil zakat atau kita mengenal sistem ini dengan istilah fundraising. Fundraising difahami sebagai kegiatan yang bertujuan untuk menggalang pendanaan yang berupa zakat infaq dan sedekah serta pendanaan lain dari masyarakat, organisasi atau perusahaan.

Fundraising atau penghimpunan merupakan metode untuk mengajak dan mengarahkan masyarakat supaya tertarik untuk mengeluarkan dana sebagai dukungan. Fundraising adalah pondasi dasar untuk menjalankan keberlangsungan lembaga, setiap lembaga yang bergerak pada bidang keuangan selalu menjadikan fundraising sebagai instrument dasar sebagai pendukung kesuksesan dari lembaga tersebut, selama fundraising dijalankan dengan maksimal tentu program-program yang menjadi rencana lembaga akan dapat direalisasikan dengan baik dan mampu memberikan kepuasan. Untuk dapat mencapai kesuksesan dalam fundraising lembaga dan seluruh orang yang berperan dalam lembaga dituntut untuk memberikan perencanaan yang kreatif, cermat dan tepat sasaran. Keberhasilan dalam melakukan fundraising tidak akan serta merta didapatkan dengan mudah tentu melalui proses yang harus dijalankan. Dan dengan proses inilah yang nantinya akan mengantarkan lembaga kepada keberhasilan atau malah sebaliknya dalam melaksanakan fundraising proses inilah kita sebut sebagai suatu strategi.

Di era teknologi seperti saat ini internet bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat, bahkan hampir semua sisi kehidupan manusia telah memanfaatkan internet sehingga mereka dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Pada era saat ini penggunaan teknologi mengalami perkembangan yang sangat signifikan, banyak terobosan baru yang diciptakan kemudian dikembangkan dalam era teknologi ini, baik dibidang industri keuangan, bidang keilmuan maupun dalam banyak bidang yang ada. Kemajuan pada abad ini menjadikan hampir seluruh sektor kehidupan manusia menjadi tergantung dengan digital, atau kita menyebutnya sebagai era digitalisasi revolusi industri 4.0.

Kemajuan dan perkembangan dalam duni teknologi digital serta perkembangan perekonomian membuat para pelakunya tertarik untuk mengikuti dan menyimak lebih lanju. Apalagi pada era saat ini munculnya teknologi digital mampu membuat para pelakunya merasa sangat terbantu, sehingga teknologi yang sangat canggih dapat membuat jalannya produksi, promosi, distribusi dan konsumsi menjadi lebih mudah dijalankan, sehingga berkembang inovasi dan kreativitas mucul di ditengah masyarakat, yang berperan sebagai wirausahawan maupun pemerintahan.

Semakin hari perkembangan teknologi digital kian canggih tentu telah membawa dampak perubahan yang sangat besar pada Dunia, membuat suatu informasi dapat diakses dengan mudah oleh kalangan masyarakat dengan cara menikmati kemudahan dari teknologi digital yang ada mereka mampu menggunakan teknologi digital dengan bebas, sehingga membawa peningkatan terhadap pengguna layanan jejaring internet, jumlah pengguna juga kian bertambah jumlahnya. Saat ini sekitari 4,3 miliar penduduk diseluruh dunia telah menikmati akses jaringan internet, dari total keseluruhan penduduk di Bumi sekitar 57% telah menikmati jaringan internet, dengan total pengguna aktif di media sosial sekitar 4,3 Miliar. Menurut survey dari We Are Social dan Hootsuite pada tahun 2019 di Indonesia tercatat sekitar 150 juta atau sekitar 56% dari jumlah total penduduknya menjadi pengguna aktif di media sosial.⁸

Masyarakat sangat antusias dengan kemudahan kemudahan transaksi yang disediakan oleh zaman yang semakin berkembang, lembaga yang terfokus dalam pengelola zakat saat ini memulai dengan mengimplementasikan platform digital sebagai stratgei peningkatan pendapatan dalam lembaganya.⁹ Mengembangkan digital fundraising saat ini menjadi lebih mudah dengan memanfaatkan kesempatan semakin banyaknya pengguna layanan internet. Lembaga yang mengembangkan digital fundraising akan mampu menjangkau calon donaturnya

⁸We are Social, Digital 2019 Indonesia, diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia> pada tanggal 14 September 2021.

⁹Joni Wong, *Internet Marketing for begginers*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2013), 34.

lebih luas, dan mampu menyebarkan informasi lebih cepat dengan pengeluaran anggaran yang lebih sedikit, sehingga dalam prakteknya banyak lembaga amil zakat di Indonesia menjadikan digital fundraising sebagai strategi yang dijalankan dalam lembaganya.¹⁰

Di Negara Indonesia sendiri tersedia banyak platform-platform digital yang berkembang pesat, platform digital menjadi salah satu pilihan banyak pelaku usaha supaya dapat meningkatkan usahanya dengan cara yang lebih efisien dengan modal pengeluaran yang lebih sedikit, sebagai contoh, pelaku usaha kini tidak perlu mengeluarkan uang untuk menyediakan tempat atau bangunan sebagai kantor untuk menjalankan usahanya, melainkan yang lebih mereka butuhkan adalah jaringan internet sebagai sarana penting untuk menjalankan usahanya dan terus tersambung dengan kliennya, efisiensi yang disediakan oleh teknologi digital tentunya mampu menarik minat masyarakat dan lembaga yang mengelola zakat.

Dengan melihat banyaknya lembaga amil zakat yang telah terdaftar di Indonesia diharapkan dapat memberi kemudahan bagi masyarakat untuk menemukan lembaga pengelola zakat sebagai jalan menyalurkan dana zakat infaq dan sedekahnya, sehingga besar harapannya kehidupan masyarakat Indonesia khususnya umat muslim yang kurang mampu dapat terbantu dengan adanya pendistribusian zakat dari lembaga, namun kenyataannya masih terdapat banyak penduduk yang terjatuh dalam lingkaran kemiskinan ini dibuktikan dengan masih tingginya presentase kemiskinan di negara ini, total jumlah penduduk miskin yang tercatat pada bulan Maret 2021 mencapai 27,54 juta orang berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia.¹¹

Penghimpunan zakat merupakan salah satu dari banyaknya aktivitas pengelolaan zakat. Dalam pengelolaannya aktivitas zakat ditujukan untuk memperoleh nilai serta tujuan dari zakat yaitu dengan mengelola zakat yang

¹⁰M.Anwar Sani, *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2010, 8.

¹¹<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/07/15/1843/persentase-penduduk-miskin-maret-2021-turun-menjadi-10-14-persen.html>, diakses 14 september 2021.

orientasinya untuk memperbaiki kehidupan ekonomi dari mustahiq sebagai salah satu tujuan untuk membantu memperbaiki perekonomian umat. Dalam pengelolaan dana zakat dapat disebut baik apabila lembaga mampu memaksimalkan proses pengumpulan dana zakat sehingga dana yang berhasil terkumpulkan cukup untuk memenuhi program lembaga yang ada. Meningkatkan jumlah dana zakat yang terkumpul adalah kewajiban bagi lembaga pengelola dana zakat supaya mudah terjangkau dan manfaatnya bisa dirasakan secara luas.¹²

Untuk menarik masyarakat supaya mau mengeluarkan dana zakatnya melalui lembaga pengelola zakat atau badan amil zakat dibutuhkan faktor faktor pendukung, inovasi maupun gagasan dalam proses peningkatan penghimpunan zakatnya. Pada era sekarang pemanfaatan digital internet menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat bahkan bukan merupakan kebutuhan yang bernilai mahal. Dari total populasi jumlah penduduk Indonesia yang telah menggunakan media digital sebagai sarana komunikasi sekitar 10 juta orang dan diantaranya merupakan pengguna fasilitas internet sejumlah 4 juta orang. Hal itu merupakan pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan akses informasi lebih cepat dan mudah melalui teknologi digital internet. Untuk sebab itu, para pelaku bisnis menjadikan teknologi digital sebagai peluang dalam meningkatkan serta mengembangkan jaringan bisnisnya yang sangat menjanjikan. Seperti penggunaan layanan dari perbankan Mobile banking, maupun elektronik banking.

Penjelasan tersebut diatas mampu direspon oleh lembaga pengelola zakat maupun badan amil zakat sebagai salah satu peluang besar sebagai inovasi untuk mengembangkan lembaganya dalam proses penghimpunan dana zakat. Digital fundraising merupakan pembayaran zakat melalui jaringan digital atau online yang memberikan efisiensi dalam proses pengumpulan zakat serta mampu menjangkau minat muzakki lebih luas. Digital fundraising akan berjalan sempurna apabila semua lembaga yang berperan didalamnya seperti lembaga amil zakat, pihak perbankan, penyedia layanan internet dan software developer mampu

¹²A. Aziz dkk, "Strategi Penghimpunan Dana Zakat Lima Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia", jurnal syarikah, vol. 2 No. 1, ISSN 2442-4420, (juni 2016).

bekerja sama dengan baik dan memberikan profesionalitas dari masing-masing lembaga. Kinerja secara profesional dari lembaga amil zakat sangat diharapkan sebagai dukungan dalam digital fundraising yang telah terealisasi. Lembaga amil zakat memberikan kemudahan dalam implementasi digital sebagai strategi penghimpunan zakat dengan menyajikan kemudahan dalam banyak bentuk seperti zakat online, aplikasi digital fundraising dan media media sebagai penyedia informasi tentang zakat, kemudahan kemudahan ini berhubungan dengan layanan online sistem, seperti internet, provider dan perbankan serta menggunakan transfer via ATM, web ataupun dengan memanfaatkan aplikasi aplikasi penjualan online yang telah menjalin kerjasama dengan lembaga pengelola zakat tersebut.¹³

Penggunaan digital fundraising merupakan pemanfaatan dari teknologi baru yang sangat tinggi (hightech). Digital fundraising menyajikan pembayaran zakat yang lebih mudah kepada para muzakki dari pada harus membayarkan zakatnya secara manual dengan mendatangi tempat atau kantor layanan dari lembaga amil zakat. Sistem digital fundraising menjadikan pembayaran zakat lebih dekat kepada masyarakat serta anak anak muda saat ini. Dengan digunakannya sistem pembayaran digital oleh sebagian besar masyarakat, kini lembaga amil zakat dapat memberikan kinerja yang lebih profesional sehingga kepercayaan masyarakat terhadap kinerja lembaga amil zakat lebih meningkat. Penggunaan digital fundraising selain memenuhi target lembaga jangka pendek juga diharapkan mampu membawa harapan rencana jangka panjang agar dapat terealisasi. Penggunaan digital fundraising mampu membuktikan peningkatan kemampuan badan amil zakat maupun lembaga amil zakat dalam melakukan penghimpunan, setiap tahunnya fasilitas yang digunakan untuk pembayaran zakat online mengalami perkembangan dan peningkatan. Badan amil zakat nasional menjelaskan 80% metode pembayaran zakat online telah digunakan pada tahun 2016 bertumbuh lebih signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, sementara itu dalam indeks zakat skala nasional pada periode tahun 2017 mencapai 0,48%, dan

¹³<https://www.kompasiana.com/asdindin/599d32ce867f3842335f67e3/e-zakat-sebagai-strategi-pemasaran-zakat>. diakses 15 september 2021.

pada tahun 2018 berubah menjadi 0,51%, kinerja ini tercatat dalam indeks kesejahteraan badan amil zakat nasional sebesar 0,76% sehingga memberikan dampak positif untuk kesejahteraan para mustahik.¹⁴ Perkembangan ini menunjukkan bahwa pengelolaan potensi zakat yang ada di Indonesia telah mengalami perubahan menjadi lebih baik dan benar sesuai dengan perkembangan era yang ada saat ini. Optimalisasi serta perubahan tetap harus diberikan diantaranya adalah dengan memanfaatkan digital fundraising. Pemanfaatan sistem digital fundraising diharapkan memberi dampak besar perubahan yang dapat dirasakan oleh masyarakat dan dapat menjadi trend zakat yang tujuan awalnya sebagai kewajiban untuk menjalankan ibadah.

Perkembangan teknologi menjadikan masyarakat lebih condong dan tertarik untuk mencobanya, dengan begitu merupakan kesempatan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang finance technology (fintech) serta E-commerce dan Lembaga amil zakat sebagai jalan untuk mensosialisasikan dan menginformasikan tentang fundraising dana zakat. Pembayaran zakat melalui online atau digital fundraising ini, memberi kemudahan kepada muzakki untuk menyalurkan dana zakatnya, disamping itu menjadikan lembaga amil zakat lebih terbuka sehingga muzakki bisa mengakses informasi kepada siapa zakat yang telah mereka bayarkan akan disalurkan. Jika sebelum-sebelumnya banyak terjadi mustahiq harus datang ke tempat penyaluran zakat dan harus mengantri sehingga dinilai penyaluran zakat yang demikian kurang efektif yang berdampak kepada penyaluran dana zakat yang tidak merata kepada 8 ashnaf yang berhak. Dengan penggunaan sistem digital fundraising ini mustahiq dan muzakki mendapatkan kemudahan akses dan transparansi dari pengelolaan dana zakat dan menjadikan dana yang terkumpul setiap tahunnya menjadi terstruktur dengan baik dan dapat dipertanggungjawabkan oleh lembaga amil zakat, sehingga tidak menjadikan muzakki tidak mau tahu atau bahkan tidak tahu, dengan sistem digital fundraising yang telah dijalankan.

¹⁴<https://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/18/12/31/pklo8c313-pengelolaanzakat-yang-menggembirakan> diakses 14 september 2021.

Banyak aplikasi penyedia layanan zakat online yang dapat diakses dari mana saja, untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi zakat yang ada di Indonesia digital fundraising menjadi salah satu pilihan terbaik saat ini, sehingga harapan zakat di Indonesia bisa terwujud melalui penghimpunan yang maksimal dan pendistribusian yang merata. Dari banyaknya lembaga amil zakat yang ada di Indonesia salah satunya lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat hadir dengan menjawab peluang yang ada melalui kerjasama dengan perusahaan fintech secara situs fundraising, dan dompet digital seperti ovo dan gopay. Kerjasama ini ditunjukkan sebagai langkah mengembangkan lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat dan tentunya diselaraskan dengan program program dan setrategi yang ada dilembaga sehingga kedepannya target kesuksesan dalam penghimpunan dana bisa terpenuhi.

Untuk program zakat online yang disediakan lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat adalah dengan menggunakan website resmi atas nama lembaga yang menyediakan tampilan kepada masyarakat untuk memilih menjadi bagian dari donatur lembaga dan dapat menunaikan pembayaran zakatnya melalui halaman website tersebut dengan via transfer rekening ataupun pembayaran online lainnya. Paparan ini merupakan salah satu dari berbagai ragam efisiensi informasi dan pembayaran yang diberikan oleh perusahaan fintech dan lembaga amil zakat dalam menjalankan program fundraising. Perkembangan dunia teknologi digital yang telah dimanfaatkan oleh lembaga amil zakat menyajikan jalan serta kemudahan baru untuk para muzakki dan calon donatur. Efisiensi yang telah diterapkan oleh lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat diatas merupakan salah jawaban atas perkembangan dunia digital saat ini bahwa zakat dan teknologi yang ada dapat bersinergi untuk memberi manfaat yang besar dan signifikan kepada manusia. Sehingga perusahaan mempunyai gambaran yang detail terkait dengan usaha apa yang harus dijalankan dan akan dijalankan untuk sekarang dan yang akan datang.¹⁵ Perencanaan yang dibutuhkan supaya diigital

¹⁵ R.ASupriono, Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, Edisi Kedua, (Yogyakarta: BPF, 1998), 7.

fundraising dapat berjalan maksimal dan optimal harus tepat sasaran, dengan di selarasakan melalui uji lapangan dan digital.

Pendekatan pendekatan yang ramah, sopan dan kreatif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas digital fundraising yang bertujuan untuk memberikan servis dan memenuhi kepuasan muzakki, sehingga tidak menjadi sebab yang dapat menghambat keinginan mulia muzakki untuk menunaikan kewajiban membayarkan zakatnya.¹⁶ Disisi lain, menambah jumlah donatur atau calon muzakki merupakan tujuan dari fundraising, petugas yang bertanggungjawab dalam menjalankan fundraising dituntut untuk terus meningkatkan jumlah muzakki untuk lembaga. Dalam meningkatkan jumlah donasi yang bisa dikumpulkan oleh lembaga, terdapat dua pilihan yang bisa dilakukan, yang pertama dengan menambah nominal jumlah dana yang diberikan, dan kedua menambah jumlah donatur atau muzakki baru. Diantara keduanya dengan memilih menambah donatur atau muzakki adalah menjadi pilihan yang lebih mudah dijalankan daripada meminta menaikkan nominal jumlah donasi dari donatur mengingat dalam hal berdonasi tidak ada unsur paksaan dan dibutuhkan keikhlasan dari donatur.¹⁷

Sedangkan pandemi Covid-19 saat ini telah mempengaruhi perekonomian secara luar biasa. Tahun lalu seluruh dunia menghadapi penurunan ekonomi dan menyebabkan kontraksi yang sangat dalam karena hampir semua negara melakukan pembatasan mobilitas secara ketat. Bahkan banyak negara yang menerapkan lockdown yang memberikan konsekuensi pada perekonomian yang langsung merosot sangat tajam. Dunia pada tahun lalu mengalami kontraksi minus 3,2% dari sisi pertumbuhan ekonominya. Akibat Covid-19 yang kemudian disertai pembatasan mobilitas lalu menciptakan kemerosotan ekonomi, kata Menkeu Sri Mulyani Indrawati dalam acara Seminar Nasional ISEI Tahun 2021, yang diselenggarakan secara daring pada Selasa 31 Agustus 2021. Menkeu juga

¹⁶ M Anwar Sani, *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid*, (Jakarta;PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 8

¹⁷ Hasanudin, *Manajemen Zakat & Wakaf*, (Pamulang; Buku Ajar Tahun 2010), hlm.134

mengatakan bahwa perdagangan internasional mengalami kemerosotan karena semua negara melakukan pembatasan atau bahkan lockdown. Pertumbuhan perdagangan dunia yang biasanya mencapai dua digit, tahun lalu mengalami kontraksi hingga minus 8,3 persen, Kalau sebelum pandemi, GDP riil Indonesia pada kuartal kedua tahun 2019 adalah Rp2.735 triliun, sementara itu pada kuartal kedua tahun 2021 ini sudah mencapai Rp2.773 triliun. Menkeu menyebut angka ini adalah angka yang lebih tinggi bahkan dari sebelum krisis.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami keterpurukan ekonomi sejak adanya pandemi Covid-19. Yang lebih mengawatirkan lagi bahwa pertumbuhan perekonomian kita berbasis pada utang (debt based growth). Berdasarkan data dalam Global Economic Monitor tentang rasio utang terhadap PDB (debt to GDP ratio) jumlah utang Indonesia tahun 2019 mencapai 30,1 persen dari PDB atau Rp. 4.778 triliun.¹⁸ Pandemi covid-19 berdampak pada beberapa sektor diantaranya adalah setor kesehatan, sektor pendidikan, sektor sosial dan sektor pendidikan. Salah satu upaya pemerintah Indonesia dalam mengurangi penyebaran Wabah Virus Corona-19 adalah dengan melakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Namun, kebijakan ini sangat berpengaruh terhadap aktivitas ekonomi secara keseluruhan.¹⁹

Covid telah membuat perekonomian Indonesia mengalami kemerosotan pada kuartal kedua tahun 2020 lalu, hingga GDP riil mengalami kontraksi dan nilainya menjadi Rp 2.590 triliun. Menkeu menyebut langkah pemulihan semua hal yang bisa dicapai baik dalam penanganan Covid maupun dari sisi kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, tentu menjadi bekal yang baik untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan kebijakan ke depan. Ekonomi Indonesia pada semester I sudah masuk di dalam zona tren positif, sudah melewati masa resesi. Namun Menkeu mengingatkan bahwa ini masih sangat ditentukan oleh kemampuan Indonesia dalam mengendalikan Covid. Seperti yang terlihat

¹⁸ Badan Amil Zakat Nasional, www.baznas.go.id. Diakses 18 Desember 2020.

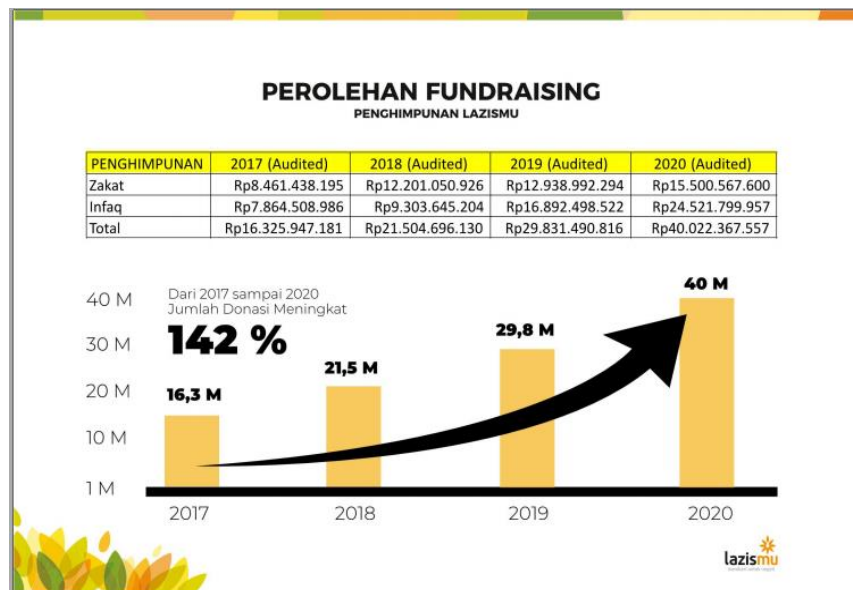
¹⁹ Azwar, solusi ekonomi dan keuangan Islam saat pandemi COVID19. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/solusi-ekonomi-dan-keuangan-Islamsaat-pandemi-covid-19/> diakses 04 januari 2021.

munculnya varian baru bisa menyebabkan momentum pemulihan menjadi terdisrupsi.²⁰

Berdasarkan grafik yang peneliti dapatkan dari laporan Tahunan lembaga amal zakat infaq sedekah Muhammadiyah Pusat tahun 2020, peneliti mendapatkan grafik yang menunjukkan informasi kenaikan dalam fundraising yang dilakukan oleh lembaga dari tahun ke tahun yang menunjukkan perkembangan sangat signifikan dalam penghimpunan zakat.

Grafik penghimpun Zakat Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Pusat Tahun 2017-2020²¹

Gambar 1.1



Selain itu, dalam pembukuan laporan tahunan yang disajikan oleh lembaga amal zakat infaq sedekah Muhammadiyah Pusat bahwa digital fundraising menunjukkan hasil perolehan yang sangat tinggi, dapat dilihat dari penjelasan gambar di bawah ini.

²⁰<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-upayakan-pemulihan-ekonomi-namun-tetap-waspada-terhadap-pandemi-covid/>

²¹ Laporan Tahunan Lazismu 2020.

Grafik penghimpun Zakat Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Pusat dari digital Tahun 2020²²

Gambar 1.2



Sebagai salah satu lembaga yang menghimpun dan mengelola dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF), lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah Pusat telah melakukan takken kerjasama dengan beberapa perusahaan penyedia platform digital sebagai setrategi untuk meningkatkan penghimpunan dana yang didapatkannya. Perkembangan yang dirasakan oleh lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat tidak bisa terlepas dari adanya penerapan digitalisasi seperti penggunaan media sosial dan website yang ada. Untuk menarik dan menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai zakat infaq dan sedekah, lembaga harus seringkali melakukan promosi melalui media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat seperti facebook, instragram atau tiktok dan media sosial lain. Sehingga lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat harus terus berinovasi dan kreatif untuk tetap menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh muzakki khususnya dan masyarakat luas secara umum.

Alasan yang melatar belakangi pemilihan Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah pusat sebagai obyek penelitian ini, berangkat dari

²² Ibid.

beberapa problem akademi yang ada salah satunya adalah melihat dari peningkatan pendapatan dana zakat yang berhasil dikumpulkan oleh lembaga terutama selama masa pandemi ini dimana keadaan ekonomi Negara Indonesia juga mengalami penurunan terdampak pandemi akan tetapi hasil pendapatan penghimpunan yang ada justru mengalami peningkatan sesuai dengan sajian grafik laporan diatas, disisi lain karena pandemi covid 19 juga aktivitas masyarakat yang dibatasi untuk saling bertemu dan saling bersosialisasi sehingga di butuhkan inovasi untuk tetap mendapatkan penghimpunan dana zakat infaq sedekah yang terus meningkat dari tahun ke tahun yang tidak lepas dengan adanya penerapan digital fundraising dalam penghimpunan zakat. Terlepas dari itu lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat juga telah meraih penghargaan dari BAZNAS Award tahun 2020 sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional dengan pertumbuhan penghimpunan ZIS terbaik dari lembaga lembaga lain yang ada.²³

Penggunaan digital fundraising sebagai setrategi penghimpunan yang ada mampu memberi pengaruh terhadap peningkatan maupun penurunan pendapatan, berangkat dari banyaknya lembaga-lembaga pengelola dana zakat infaq sedekah dan wakaf yang terdaftar di beberapa platform digital maka lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah Pusat dituntut untuk bersaing menarik banyaknya muzakki dalam penghimpunan dana zakatnya.

Dari paparan latar belakang di atas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“ANALISIS IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASI DIGITAL FUNDRAISING SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN DANA ZAKAT INFAQ SEDEKAH STUDI PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ SEDEKAH MUHAMMADIYAH PUSAT”**

²³https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Sejumlah OPS Raih BAZNAS Award 2020/674 diakses 14 september 2021.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan diambil dan menjadi fokus penelitian :

1. Bagaimana implementasi digital fundraising di lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat?
2. Bagaimana implikasi digital fundraising sebagai salah satu strategi peningkatan pendapatan dana zakat infaq sedekah di lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis implementasi digital fundraising yang diterapkan oleh lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat.
2. Untuk menganalisis implikasi digital fundraising sebagai salah satu strategi peningkatan pendapatan dana zakat infaq sedekah di lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah pusat.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah diatas , Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian tesis ini adalah :

1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dan memberikan pengetahuan yang memiliki nilai ilmiah dan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai tambahan hazanah keilmuan serta memperbanyak pustaka keilmuan dalam *fundraising* zakat.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Diharapkan mampu menjadi tambahan pengetahuan bagi penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama masa kuliah.

b. Bagi Lembaga

Diharapkan dapat menjadi landasan untuk lembaga pengelola zakat sebagai instrument dalam meningkatkan serta menjadi inovasi untuk mengelola dana zakat khususnya penggunaan *digital fundraising* sebagai strategi peningkatan pendapatan dana zakat, sehingga masyarakat bisa mengetahui implementasi *digital fundraising* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan pendapatan dana zakat oleh lembaga amil zakat.

E. Penelitian Terdahulu

Beberapa pembahasan yang telah membahas tentang strategi dalam penghimpunan dana zakat tentunya telah banyak dibahas dalam karya ilmiah baik berupa, skripsi, jurnal, atau bahkan tesis. Akan tetapi peneliti telah berusaha menyelesaikan penelitian terhadap literatur yang dianggap relevan maupun ruang lingkup pembahasan serta obyek penelitian yang berbeda agar menghindari plagiat. Untuk terhindar dari hal yang dimaksudkan oleh peneliti, sehingga perlu memaparkan penelitian terdahulu yang membahas kaitannya tentang strategi dalam penghimpunan dana zakat :

1. **Hariyanto Buhari (2018)** dari penelitian yang telah diselesaikan oleh saudara Hariyanto Buhari dalam tesisnya yang berjudul “Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Baitul Maal Hidayatullah Surabaya” menunjukkan hasil bahwa baitul maal hidayatullah dalam melakukan aktivitas penghimpunan dana zakat menggunakan dua strategi yaitu *offline* dan *online*.²⁴
2. **Fatimatuz Zahra (2019)** dari penelitian yang telah diselesaikan oleh saudara Fatimatuz zahra dalam tesisnya yang berjudul “Analisis Efisiensi Pada Implementasi Fintech Dalam E-Zakat Sebagai Strategi Penghimpunan Dana Zakat Oleh Lazizmu Dan Nurul Hayat”²⁵

²⁴ Hariyanto Buhari, Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Baitul Maal Hidayatullah (Surabaya,:Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).

²⁵ Fatimatuz zahra, Analisis Efisiensi Pada Implementasi Fintech Dalam E-Zakat Sebagai Strategi Penghimpunan Dana Zakat Oleh Lazizmu Dan Nurul Hayat” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019).

3. **A. Aziz dan A. Sukma (2016)** dari penelitian yang telah diselesaikan oleh A. Aziz dan A. Sukma dalam jurnal “Strategi Penghimpunan Dana Zakat di Lima Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia”, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi penghimpunan yang digunakan oleh lima lembaga amil zakat yang ada di Indonesia.²⁶
4. **Basco John (2018)** dari penelitian yang telah diselesaikan oleh John Basco dalam jurnal “Digital Fundraising Strategies for Nonprofit Marketing Leaders in International Markets” hasil dari penelitian ini menunjukkan sosial perubahan dengan meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan untuk organisasi kesehatan nirlaba, membuat mereka lebih mampu memberikan layanan kepada semua anggota.²⁷
5. **Endang Styawati (2020)** Penelitian yang telah dilakukan oleh Endang Styawati yang berjudul “Strategi Kolektivitas Zakat Melalui E-commerce studi kasus fundraising zakat di dompet dhuafa” menunjukkan hasil bahwa teori kolektivitas yang diberikan oleh para ahli telah sesuai dengan strategi kolektivitas yang dilakukan oleh dompet dhuafa dan e-commerce.²⁸

F. Sistematika Pembahasan

BAB I dalam Bab ini penulis membahas tentang Pendahuluan, yang meliputi Konteks Penelitian, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Pembahasan.

BAB II dalam Bab ini penulis membahas tentang Landasan Teori, meliputi Teori mengenai digital fundraising, peningkatan pendapatan dan lembaga Amil zakat.

BAB III dalam Bab ini penulis membahas tentang Metode Penelitian, meliputi Desain Penelitian, Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian, Penentuan Subjek

²⁶ Abdul Aziz dkk, “Strategi Penghimpunan Dana Zakat lima lembaga pengelola zakat di Indonesia” *Jurnal Syarikah*, Vol, 2, No. 1, (Juni 2016), 131.

²⁷ Basco, John. Walden University. ProQuest Dissertations Publishing, 2018. 10844374.

²⁸ Endang Styawati, *Strategi Kolektivitas Zakat Melalui E-commerce studi kasus di dompet dhuafa*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2020).

penelitian, Fokus Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Teknik Analisis Data, Teknik Keabsahan Data.

BAB IV dalam Bab ini penulis membahas tentang Data hasil penelitian ini berisi gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu lembaga amil zakat infaq sedekah Muhammadiyah Pusat. Temuan penelitian yang nantinya akan diuraikan yaitu Analisis Implementasi Digital Fundraising Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Dana Zakat Infaq Sedekah Studi Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah pusat.

BAB V dalam Bab ini penulis membahas tentang analisis hasil penelitian, meliputi yaitu Analisis Implementasi Digital Fundraising Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Dana Zakat Infaq dan Sedekah Studi Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah pusat.

BAB VI Penutup, meliputi Kesimpulan dan Saran.