

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Merupakan suatu hal penting, sebuah strategi penghimpunan dana atau *fundraising* di dalam lembaga zakat, infak, dan sedekah, hal tersebut disebabkan karena dalam aktifitas pengelolaan zakat selalu berhubungan dengan dana, pengaruh strategi *fundraising* sangat besar dalam eksistensi sebuah lembaga pengelolaan zakat. Melalui kegiatan *fundraising*, maka lembaga ZIS akan menerima dana dari muzakki. Semakin meningkatkan kegiatan *fundraising*, maka lembaga zakat dalam penerimaan dana akan semakin bertambah. Melalui dana ZIS, kesejahteraan masyarakat dapat meningkat dan mengurangi jarak antara si miskin dan si kaya.¹

Strategi perlu dilakukan dalam suatu lembaga pengelola zakat dengan tujuan mencapai target yang telah direncanakan. Melalui perencanaan, tentu dapat menemukan potensi zakat melalui para muzaki yang belum diketahui secara maksimal. Diketahui bahwa penduduk Indonesia didominasi oleh masyarakat beragama muslim sebanyak 87%, sehingga Indonesia memiliki potensi yang besar dalam zakat.² Berdasarkan data BAZNAS dengan beberapa lembaga, menyebutkan potensi zakat di tahun 2020 mencapai Rp 327,6 triliun, namun realisasi

¹ Fauziah, "Kebijakan *Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah melalui Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus Baznas Provinsi Sumatera Utara)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (JIMPAI)*, Vol. 1 No. 3, November 2021, (<http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/view/640/pdf> diakses pada 10 Maret 2022), 2.

² Mariya Ulpah, "Strategi Corporate *Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah pada Lazismu Jakarta", *Madani Syari'ah*, Vol 4 No. 2, Agustus 2021, (<https://stai-binamadani.e-journal.id/madanisyariah> diakses pada 10 Maret 2022), 2.

baru mencapai 71,4 triliun atau sekitar 21,7 persen.³ Informasi tersebut menunjukkan penghimpunan dana ZIS tidak mudah, serta memiliki banyak tantangan untuk dapat memaksimalkan potensi zakat di Indonesia.

Di era modern saat ini, perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi sudah sangat pesat, hampir seluruh lapisan masyarakat sudah menjadi pengguna dari teknologi. Demikian dengan penggunaan strategi dalam penghimpunan zakat secara tradisional yang akan semakin berkurang karena adanya fitur digital yang lebih mudah, cepat, dan transparan.⁴

Pada 14 Agustus 2014, Bank Indonesia yang merupakan bank sentral Indonesia telah meresmikan Gerakan Nasional Non Tunai dengan menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, sehingga mendorong sistem keuangan nasional bekerja lebih efektif dan efisien. Melalui GNNT atau Gerakan Nasional Non Tunai ini, diharapkan dapat meminimalisir hambatan atau masalah dalam pembayaran langsung seperti uang yang tidak diterima karena sobek/lusuh/tidak layak edar dan dapat meningkatkan efisiensi saat transaksi yang mana masyarakat tidak diperlukan membawa uang dalam jumlah yang besar.⁵

³ Fahreza Rizky, "Realisasi Baru 21,7 Persen, Wapres: Implementasi Zakat 2021 Perlu Ditingkatkan" *idxchannel.com*, 5 April 2021, (<https://www.idxchannel.com/syariah/realisasi-baru-217-persen-wapres-implementasi-zakat-2021-perlu-ditingkatkan> diakses pada 10 Maret 2022).

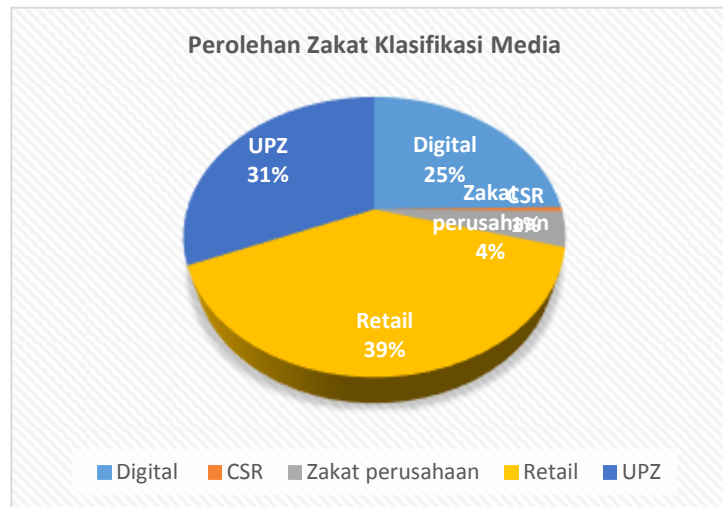
⁴ Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, Ibdalsyah, "Strategi digital *fundraising* dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1, 2022, (<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> diakses pada 11 Maret 2022), 68.

⁵ Bank Indonesia, "Sistem Pembayaran Ritel", *bi.go.id*, 2022, (<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/Default.aspx> diakses pada 31 Januari 2022).

Teknologi pun juga memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam berbagai jenis pembayaran termasuk pada pembayaran Zakat, infak, ataupun sedekah. Pelaksanaan zakat secara digital memberikan kemudahan dalam menyalurkan dana mereka sehingga tidak diperlukan pembayaran secara tatap muka ataupun secara langsung. Pembayaran zakat secara online memudahkan masyarakat yang terkendala oleh kesibukan dapat memberikan dananya untuk dapat menunaikan pembayaran zakat sesuai dengan rukun Islam.⁶

Badan Zakat atau lembaga Zakat pun ikut dalam memanfaatkan media digital. Salah satu badan zakat yang turut andil dalam pemanfaatan *digital payment* adalah BAZNAS. Sehingga BAZNAS ikut dalam melakukan digitalisasi zakat untuk mengikuti perkembangan zaman. Perolehan ini diterbitkan melalui laman resmi BAZNAS yang dapat diakses oleh masyarakat. Berikut data persentasi dari perolehan zakat di BAZNAS berdasarkan klasifikasi media:

⁶ Moh Subhan, "Konsepsi Zakat Online Perspektif Masalahah Wahbah Az Zuhaily", *Asasi: Journal of Islamic Family Law*, Vol. 1 No. 1, 2021, (<https://ejournal.iainmu.ac.id/index.php/ASASI/article/view/46/45> diakses 14 Maret 2021), 114.

Tabel 1.1: Perolehan Zakat Klasifikasi Media

Sumber: *Dashboard* pengumpulan 2020⁷

Dari *chart* di atas, pembayaran digital cukup memiliki persentase yang besar di mana menempati tingkat ketiga setelah Retail dan UPZ. Sehingga data tersebut bukan merupakan angka yang kecil dalam efisiensi pembayaran melalui digital karena di era ini semua dapat mengakses secara digital dengan bantuan *smartphone*. Terdapat Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran atau PJSP yang telah memperoleh persetujuan QRIS berbasis *crowdfunding*, di mana QRIS yang merupakan sarana pembayaran berbasis digital:

Tabel 1.2: QRIS berbasis *Crowdfunding*

	LinkAja	GoPay	OVO	DANA
Pengguna	30 juta	155 juta	Lebih dari 115 juta	15 juta pengguna aktif
Donasi	BUMN, Bazis, BAZNAS, YCAB,	BAZNAS, Rumah Zakat, Kita Bisa, Institut	BAZNAS, Rumah Zakat, Dompot	Dompot Dhuafa, KitaBisa

⁷ BAZNAS, “Badan Amil Zakat Nasional | Dashboard Operasional”, 2020, (<https://dashboard.baznas.go.id/> diakses pada 15 Maret 2022).

	Lazismu, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, Masjid, Kitabisa	Musik Jalanan (IMJ), Masjid	Dhuafa	
--	---	--------------------------------------	--------	--

(Sumber data: katadata.co.id)

Berdasarkan data di atas, lembaga pembayaran ZISWAF yaitu Badan Amil Zakat Nasional telah membukakan peluang bagi umat muslim untuk melakukan zakat hingga wakaf melalui *fintech* atau *financial technology* dengan melakukan kerjasama bersama beberapa dompet digital. BAZNAS memanfaatkan teknologi untuk penghimpunan zakat, infak, dan sedekah untuk terus berinovasi dalam meningkatkan pengumpulan serta distribusi dari potensi yang ada melalui digital. Jika sebelumnya muzakki melakukan pembayaran secara manual dengan mendatangi konter secara langsung, sekarang muzaki dapat membayar secara online melalui uang elektronik seperti dompet digital, *crowdfunding* dan *e-commerce*.⁸

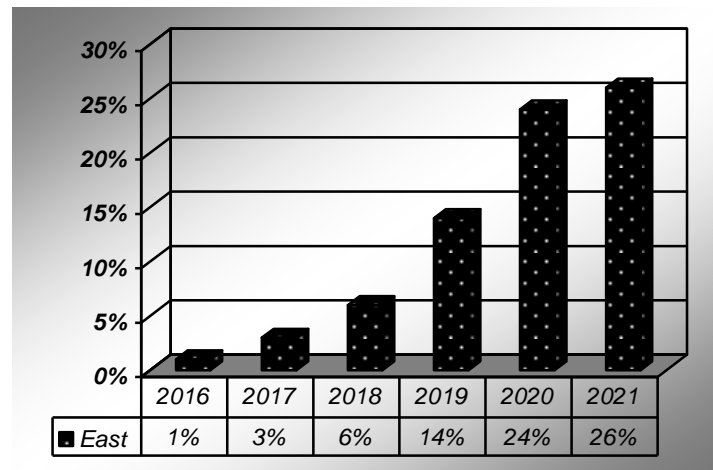
Sebanyak dua kali, di tahun 2020 dan 2021, BAZNAS menorehkan prestasi di filantropi, yang memenangkan nomiansi sebagai pada kategori Digital *Fundraising* Terbaik dalam program Indonesia *Fundraising Award* (IFA).⁹ Kemudahan dalam bertransaksi digital memicu peningkatan dalam zakat dari muzaki dan sudah menjadi tren yang terus meningkat dari waktu

⁸ Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan e-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah", *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16 No. 1, 2021, (<https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/AKSES/article/view/4471> diakses pada 15 Maret 2022), 47.

⁹ Badan Amil Zakat Nasional, "BAZNAS Kembali Raih Indonesia *Fundraising Award* 2021" *baznas.go.id*, 2021 (https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Kembali_Raih_Indonesia_Fundraising_Award_2021/900 diakses pada 31 Mei 2022).

ke waktu. Pada data BAZNAS, terjadi pertumbuhan zakat digital pada BAZNAS, berikut komparasi penghimpunan digital terhadap penghimpunan BAZNAS:

Tabel 1.3: Komparasi Penghimpunan Digital BAZNAS



(Sumber: BAZNAS 2021¹⁰)

Tahun 2021, penggalangan dana digital BAZNAS RI mencapai Rp137 miliar, naik dari target awal sebesar Rp120 miliar. Hal ini merupakan terobosan serta menjadi sebuah dari inovasi yang dilakukan BAZNAS untuk mempermudah dalam berzakat.¹¹ Melalui pandemi COVID-19 dan PPKM, dan dengan adanya perkembangan teknologi digitalisasi keuangan, kemudian OPZ memanfaatkan teknologi dengan mengembangkan saluran pembayaran ZIS berbasis digital.

¹⁰ Jaja Jaelani, “Multiplatform Zakat Digital Baznas”, 2021, (<https://slidetodoc.com/multiplatform-zakat-digital-baznas-di-sampaikan-oleh-jaja/> diakses pada 31 Mei 2022).

¹¹ Baznas, “Digital *fundraising* Meningkatkan, BAZNAS Raih Penghargaan dari LinkAja Syariah”, *Baznas.go.id*, 2022, (https://baznas.go.id/v2/news-show/Fundraising_Digital_Meningkat,_BAZNAS_Raih_Penghargaan_dari_LinkAja_Syariah/1052?back=https://baznas.go.id/v2/news-all#:~:text=Bahkan%20pada%20tahun%202021%20lalu,sangat%20mengapresiasi%20penghargaan%20yang%20diberikan diakses pada 31 Mei 2022).

Pemerintah telah membentuk organisasi pengelolaan zakat yaitu BAZNAS yang memiliki¹² peran lebih dalam mengingatkan dan mengajak masyarakat dalam melakukan pembayaran zakat. Sedangkan lembaga zakat lain dibentuk untuk membantu BAZNAS dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pedayagunaan, serta wajib melaporkan pengumpulan, pendistribusian dan pedayagunaan kepada BAZNAS secara berkala. Pembentukan dari LAZ juga harus mendapat rekomendasi dari BAZNAS¹³, sehingga BAZNAS memiliki kedudukan paling tinggi dalam Organisasi Pengelolaan Zakat di Indonesia.

BAZNAS merupakan badan amil zakat yang dapat diharapkan untuk mendorong zakat menjadi penyelesaian masalah atas kondisi masyarakat melalui manajemen modern. Potensi zakat yang ada di Indonesia telah mencapai sebanyak Rp 327,6 triliun yang diikuti pertumbuhan pengumpulan zakat setiap tahunnya. Menurut data Statistik Zakat Nasional (2019), selama tiga tahun terakhir (2015 – 2018) pengumpulan zakat mengalami peningkatan besar yaitu sebesar 122 persen atau sekitar Rp. 4,5 Triliun. Namun potensi yang terserap di tahun 2021 mencapai Rp 14 Triliun atau hanya sekitar 4,28 persen dari potensi zakat dalam negeri.

Sehingga pada penelitian ini ditunjukkan untuk menjelaskan bagaimana strategi *fundraising* BAZNAS dalam meningkatkan penghimpunan dana berbasis digital ditinjau dalam manajemen

¹² Badan Amil Zakat Nasional, “BAZNAS - BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL”, *baznas.go.id*, 2021, (<https://baznas.go.id/profil> diakses pada 15 Maret 2022).

¹³ Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 Pasal 57 tentang Persyaratan Organisasi, Mekanisme Perizinan, dan Pembentukan Perwakilan LAZ.

fundraising. Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik dalam meneliti serta menganalisa lebih jauh mengenai bagaimana strategi yang diterapkan dalam penghimpunan dana atau *fundraising* berbasis non-tunai dalam meningkatkan jumlah dana ZIS yang diterima ditinjau dari perspektif manajemen *fundraising* di BAZNAS Pusat. Untuk mengetahui permasalahan kondisi tersebut dan mengoptimalkan pengumpulan zakat di Indonesia, maka peneliti mengambil judul penelitian “**STRATEGI DIGITAL *FUNDRAISING* DALAM MENINGKATKAN PENGHIMPUNAN DANA PADA BAZNAS PUSAT DITINJAU DARI MANAJEMEN *FUNDRAISING*”.**

B. Fokus Penelitian

Melalui pemaparan latar belakang di atas, kemudian peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *digital fundraising* pada BAZNAS Pusat dalam meningkatkan penghimpunan dana?
2. Bagaimana tinjauan manajemen *fundraising* terhadap strategi *digital fundraising* pada BAZNAS Pusat dalam meningkatkan jumlah penghimpunan dana?

C. Tujuan Penelitian

Melalui rumusan permasalahan di atas, ada beberapa tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi *digital fundraising* pada BAZNAS Pusat dalam meningkatkan penghimpunan dana.
2. Untuk menganalisa tinjauan manajemen *fundraising* terhadap strategi *digital fundraising* pada BAZNAS Pusat dalam meningkatkan jumlah penghimpunan dana.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat diambil melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang memperkuat penelitian terdahulu, sehingga dapat memberi dorongan untuk mengkaji lebih kritis mengenai berbagai permasalahan dalam dunia *fintech* seputar ZIS.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang strategi penerapan non-tunai, mengidentifikasi hal-hal yang menjadi masalah dalam penghimpunan pada BAZNAS, pentingnya penggunaan sistem digital dalam penghimpunan ZIS.

- b. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dorongan kepada lembaga keuangan untuk memanfaatkan teknologi finansial, serta memberikan edukasi kepada masyarakat akan teknologi yang ada

pada dunia perbankan, sehingga masyarakat akan merasakan manfaat menggunakan digital dalam pembayaran zakat, infak, maupun sedekah.

c. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pembaca dalam pengetahuan tentang penghimpunan zakat berbasis digital.

E. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan ini, antara lain:

Pertama, “Strategi Penghimpunan ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah) Melalui Digital QRIS di BAZNAS Provinsi Kalimantan Tengah”, skripsi ditulis oleh Supriana Anggreiny (2021). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan manajemen. Hasil dari penelitian ini yang diterapkan kedalam Analisis SWOT, kekuatan dari Penggunaan Digital QRIS di BAZNAS Provinsi Kalteng.¹⁴

Kedua, “Strategi Dalam Pengembangan Koperasi Syariah Di Kota Kediri Perspektif Manajemen Syariah (Studi Pada Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja/UMTK Kota Kediri)”, skripsi ditulis oleh Sartika Indri (2020). Dari hasil pemaparan penelitian analisis didapatkan bahwa: (1) Strategi yang digunakan adalah perumusan strategi berupa perencanaan kegiatan pelatihan bimtek serta rencana pembelajaran pelayanan simpanan

¹⁴ Supriana Anggreiny, “Strategi penghimpunan ZIS (Zakat, Infaq dan Sedekah) melalui digital QRIS di BAZNAS Provinsi Kalimantan Tengah”, *Manajemen Zakat dan Wakaf*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021.

dan pembiayaan pola koperasi syariah. (2) Pelaksanaan strategi, yakni dengan mengadakan seminar atau workshop (3) *Controlling*, menggunakan teori POAC dalam strategi manajemen.¹⁵

Ketiga, “Strategi Penghimpunan Dana dalam Meningkatkan Dana ZIS di BAZNAS Prov. Jawa Timur”, skripsi ditulis oleh Ruri Rahmadani (2020). hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penghimpunan yang digunakan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur ialah direct dan indirect yang mana pada pelaksanaannya telah menerapkan fungsi manajemen POAC.¹⁶

Keempat, “Analisis Strategi *Fundraising* Gerakan Koin-NU Peduli Dalam Mendapatkan Donasi (Studi Pada NU Care-Lazisnu MWC Ngronggot Nganjuk)” ditulis oleh Siti Nurul Hidayati (2020), penelitian menggunakan pendekatan kualitatif bentuk riset naratif, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi strategi *fundraising* yang dilakukan oleh NU CARE-LAZISNU MWC Ngronggot dalam mendapatkan donasi¹⁷

Kelima, “Analisis Strategi *Fundraising* dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat” ditulis oleh Maya Listansi, Ridwan Nurdin, dan Nevi Hasnita (2021). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi pada sumber-

¹⁵ Sartika Indri, “Strategi Dalam Pengembangan Koperasi Syariah Di Kota Kediri Perspektif Manajemen Syariah (Studi Pada Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja / UMTK Kota Kediri)”, *Progam Studi Manajemen fundraising*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021.

¹⁶ Ruri Rahmadani, “Strategi Penghimpunan Dana dalam Meningkatkan Dana ZIS di BAZNAS Prov. Jawa Timur”, *Progam Studi Manajemen Zakat dan Wakaf*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel, 2020.

¹⁷ Siti Nurul Hidayati, “Analisis Strategi *Fundraising* Gerakan Koin-NU Peduli Dalam Mendapatkan Donasi (Studi Pada NU Care-Lazisnu MWC Ngronggot Nganjuk)”, *Progam Studi Perbankan Syariah*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020.

sumber yang relevan. Temuan menunjukkan bahwa Baitul Mal melakukan dua strategi penggalangan dana: langsung dan tidak langsung. Penggalangan dana tidaklangsung yang dimaksud adalah promosi melalui media cetak dan elektronik,¹⁸

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat persamaan dalam variabel yang digunakan, objek, dan menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian sebelumnya terdapat pada studi yang dilakukan, di mana penulis fokus pada analisis strategi penghimpunan ZIS berbasis digital pada BAZNAS Pusat dan terdapat tinjauan dari manajemen *fundraising*.

¹⁸ Maya Listanti, Ridwan Nurdin, dan Nevi Hasnita, "Analisis Strategi *Fundraising* dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat" *Jurnal of Sharia Economics*, Vol. 2 No. 1 2021, (<https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/JoSE/article/view/1272> diakses pada 15 Maret 2022).