

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zakat adalah salah satu pilar Islam yang harus dijalankan oleh setiap umat Muslim. Zakat merupakan bentuk ibadah yang mencakup dua dimensi sekaligus, pertama *hablum minallah* atau hubungan kita dengan Allah, kedua *hablum minannas* yaitu hubungan kita dengan manusia.¹ Pada dimensi yang kedua, *hablum minannas* bisa juga disebut sebagai dimensi sosial, yang berarti zakat memiliki peran penting dalam mewujudkan kesejahteraan umat Islam, khususnya dalam hal ekonomi.²

Sebagai Negara dengan populasi umat Muslim terbanyak didunia, tentu Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam penghimpunan dan pengelolaan zakat. Selain zakat, ada juga infak, sedekah, dan wakaf, yang dianggap bisa menanggulangi kesenjangan sosial atau kemiskinan di Indonesia. Bukan hanya karena zakat adalah sebuah kewajiban, namun persentase jumlah penduduk miskin di Indonesia juga masih sangat mengkhawatirkan. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada Bulan Maret 2021, terdapat 10,14% atau 27,54 juta jiwa

¹ Ersi Sisdiyanto, Ainul Fitri, and Desi Isnaini, “Penerapan Pembayaran Zakat Digital Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Cashless Society)”, *Jurnal Fidusia* 4, no. 2 (November, 2021), hlm. 117

² Mohammad Soleh, “Zakat Fundraising Strategy: Opportunities and Challenges in Digital Era”, *Journal of Nahdatul Ulama Studi* 1, no. 1 (Januari, 2020), hlm. 4

penduduk yang miskin.³ Tentu saja dengan dana zakat, infak, dan sedekah yang ada, itu sangat membantu masalah yang ada.

Pada tahun 2020, potensi zakat di Indonesia mencapai Rp 327,6 triliun. Akan tetapi jumlah yang terhimpun baru sekitar 71,4 triliun atau setara dengan 21,7% dari total keseluruhan potensi yang telah dihitung. Dari data tersebut jelas terjadi ketimpangan yang luar biasa antara potensi dan kenyataan dalam penghimpunan dana zakat di Indonesia. Hal ini tentu menjadi masalah serius yang harus dibenahi bersama-sama.⁴

Hal ini dinilai jauh berbeda dengan Singapura. Meskipun Islam adalah kelompok kecil, namun perkembangan zakat disana bisa dikatakan cukup berhasil. Seiring pesatnya kemajuan ekonomi, penduduk Muslim di Singapura semakin termotivasi untuk meningkatkan tata kelola zakat secara profesional dan kualitas sumber daya manusianya. Berdasarkan data yang diunggah oleh MUIS (Majelis Ugama Islam Singapura) dalam situs resminya, jumlah zakat yang dihimpun selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Terutama dalam dua tahun terakhir ini dimana mereka mulai memanfaatkan kecanggihan teknologi, yaitu pembayaran zakat secara online.

³ BPS. (2021). *Persentase Penduduk Miskin Maret 2021 turun menjadi 10,14 persen*. Dalam <https://www.bps.go.id>

⁴ Evan Hamzah Muchtar, *Urgensi Pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kota Tangerang Tentang Pengelolaan Zakat* (Indramayu: Penerbit Adab, 2021), hlm. 2

Selain Singapura, pengumpulan zakat secara digital dinegara tetangga (Malaysia) juga menunjukkan perkembangan yang luar biasa, bukan hanya total pengumpulan yang melejit tetapi juga jumlah pembayar zakat yang terus meningkat. Diketahui pada tahun 2018 total penghimpunan dana mencapai 26 juta RM dengan pertumbuhan sebesar 25,7 persen dibanding tahun 2017. Selain itu jumlah pembayar zakat secara digital ikut meningkat sebesar 43,5 persen.⁵ Fakta-fakta tersebut tentu harus dijadikan motivasi oleh lembaga-lembaga penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang ada di Indonesia. Terlebih, beberapa tahun belakangan ini, diketahui bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat drastis semenjak kemunculan wabah pandemi Covid-19.⁶ Kemunculan berbagai dompet digital, *mobile banking*, dan *internet banking* membuat transaksi apapun menjadi lebih mudah dan praktis. Tentu hal tersebut bisa dijadikan alasan mengapa *digital fundraising* cocok untuk menjalankan perannya dalam penghimpunan dana ZIS. Menurut wahyu Syuryana dan Dwi Murdaningsih, digitalisasi memiliki peran yang besar dalam pengumpulan dan pengelolaan zakat. Beberapa manfaatnya yaitu, lebih efisien, transparan, mengurangi biaya transaksi, mampu menjangkau masyarakat secara lebih

⁵ Hani Meilita dkk, “Analisis Tingkat Efisiensi Badan Pengelola Zakat di Tiga Negara Asean (Indonesia, Malaysia dan Singapura)”, *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (Januari-Juni 2020), hlm. 12

⁶ Meidawati Suswandari dkk, “Dampak Pembelajaran Daring dalam Motivasi Belajar dan Tingkat Stres Akademik Selama Pandemi Covid-19”, *Jurnal Pendidikan* 31, no. 1 (Maret 2022), hlm. 84

luas termasuk generasi milenial, dan tentu keamanannya lebih mudah dipertanggungjawabkan karena sistem digital lebih jujur daripada manusia.⁷

Salah satu lembaga zakat yang sudah memanfaatkan *fundraising digital* ialah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Bahkan kurang lebih setahun yang lalu, tepatnya pada tanggal 4 November 2021, BAZNAS kembali terpilih sebagai lembaga dengan *Fundraising Digital* terbaik dalam program yang diselenggarakan oleh Institut Fundraising Indonesia (IFI).⁸ Hal ini membuktikan bahwa pergerakan penghimpunan zakat di Indonesia semakin beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang semakin hari semakin dibutuhkan dalam kehidupan era modern.

BAZNAS sendiri adalah lembaga zakat yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001. Lembaga ini berpusat di Ibu Kota negara yaitu Jakarta dan menaungi 34 BAZNAS Provinsi juga 514 BAZNAS Kota/Kabupaten.⁹ Setiap lembaga BAZNAS yang tersebar tentu memiliki tujuan yang sama namun cara penghimpunan yang berbeda. Mengapa? Karena hal tersebut semata-mata untuk menyesuaikan situasi dan kondisi di daerah masing-masing agar penghimpunan dana zakat tidak menyulitkan para amil maupun muzaki.

⁷ Pertiwi Utami dkk, “*Refleksi Hukum Zakat Digital Pada Baznas Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik*”, *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 11, no. 1 (Maret 2020), hlm. 54

⁸ Humas Baznas, “*BAZNAS Kembali Raih Indonesia Fundraising Award 2021*,” 5 November 2021, situs resmi BAZNAS

⁹ Divisi TI Dan Pelaporan BAZNAS, *Statistik Zakat Nasional 2018*, (Jakarta: Bagian Liaison Dan Pelaporan, 2019), hlm. 7

Salah satu BAZNAS yang menarik untuk diteliti ialah BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan. Selain karena penduduk Provinsi Kalimantan Selatan yang mayoritas Muslim¹⁰, dikenal agamis dan taat dalam menjalankan perintah agama¹¹, juga karena letak BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan yang berdekatan dengan masjid Raya Sabilal Muhtadin, yaitu salah satu masjid kebanggaan masyarakat kota Banjarmasin yang juga turun tangan dalam menghimpun dan mengelola zakat, infak, dan sedekah. Hal ini tentu menjadi motivasi tersendiri bagi BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan untuk melakukan strategi fundraising yang mampu membuat para muzaki untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS. Selain itu, dari informasi yang penulis dapatkan, ternyata 98% hasil penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan berasal dari digital. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti dan memfokuskan penelitian ini dengan judul **“Analisis Strategi *Digital Fundraising* di BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan”**

B. Fokus Masalah

Dari latar belakang masalah yang berisi pernyataan dan fakta-fakta diatas, penulis memfokuskan penelitian ini pada **“Bagaimana Strategi *Digital Fundraising* Di BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan?”**

¹⁰ Asmaran , Husnul Yaqin, and Mahmud, “Transmisi Ilmu Tasawuf Tuan Guru Di Kalimantan Selatan,” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 16, no. 2 (Maret-April 2022), hlm. 510

¹¹ Raudatul Jannah, “Karakter Religius Dalam Budaya Kelahiran Masyarakat Banjar Kalimantan Selatan,” *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 4, no. 1 (2022): 1–16.

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana implementasi dan efektivitas strategi *digital fundraising* di Baznas Provinsi Kalimantan Selatan.

D. Signifikansi Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini nantinya dapat berguna sebagai:

1. Secara Teoritis

- a. Untuk mengetahui apakah implementasi *digital fundraising* dilembaga zakat sesuai dengan teori. Jika tidak, maka penelitian ini akan memberikan kontribusi baru di dalam karya ilmiah.
- b. Memperluas referensi mengenai penerapan *digital fundraising* lebih mendalam.

2. Secara Praktis

Penelitian ini nantinya bisa dijadikan tolak ukur apakah penerapan *digital fundraising* di BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan benar-benar efektif atau masih ada yang harus diperbaiki untuk memaksimalkan penghimpunan ZIS. Selain itu, hasil penelitian ini juga nantinya bisa dijadikan contoh atau tuntunan lembaga zakat lainnya dalam mengaplikasikan *digital fundraising*.

E. Definisi Operasional

- *Digital Fundraising* ialah istilah lain dari *digital marketing* yang diterapkan dalam dunia filantropi Islam seperti lembaga zakat. Strategi *digital fundraising* dapat dimaknai sebagai proses seseorang menentukan langkah-langkah atau prosedur untuk mencapai visi, misi, dan tujuan sebuah lembaga zakat dalam menghimpun zakat, infak, dan sedekah. Strategi *digital fundraising* yang penulis maksud didalam penelitian ini terdiri dari enam strategi yaitu *content marketing*, *mobile marketing*, *continuous marketing*, *integrated digital marketing*, *visual marketing* dan *personalized marketing*.
- Analisis SWOT merupakan instrumen yang dapat menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebuah organisasi atau lembaga. Nantinya hasil analisis SWOT ini akan dirumuskan kedalam 4 strategi (SO, WO, ST, WT) yang didasarkan pada logika namun tetap bertumpuan pada hasil penelitian yang ada. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sekaligus secara bersamaan akan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

F. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi oleh Meike Siti Nurhajizah dengan judul “Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat Melalui *E-Commerce*”. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Penelitian ini membahas mengenai strategi yang diterapkan BAZNAS Pusat dalam

penghimpunan dana zakat melalui *E-commerce*. Persamaannya dengan penelitian penulis ialah penelitian ini sama-sama membahas mengenai *digital fundraising* dalam penghimpunan dana ZIS. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, dimana saudara Meike mengkhususkan penelitiannya secara mendalam pada *digital fundraising* berbasis *E-commerce* beserta dampaknya, sedangkan penelitian penulis berfokus pada strategi *digital fundraising* secara umum tanpa mengkhususkan pada jenis digital apapun. Selain itu, perbedaannya penelitian ini juga terletak pada objek penelitiannya.¹²

2. Skripsi oleh Nia Qomaria dengan judul “Fundraising ZIS di Era Digital: Efektivitas Tabung Amal.ID Sebagai Platform Penghimpunan ZIS Nurul Falah Surabaya”. Menggunakan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian ini membahas tentang efektivitas platform Tabung Amal.ID dalam penghimpunan dana ZIS Nurul Falah Surabaya. Sama-sama membahas tentang *digital fundraising* dalam penghimpunan dana ZIS. Adapun perbedaannya terletak pada fokus masalah yang diteliti juga objek yang dijadikan lokasi penelitian. Saudara Nia Qomaria memberi batasan *digital fundraising* yang ditelitinya dengan

¹² Meike Siti Nurhajizah, NIM 1113053000080 Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah Konsentrasi Manajemen ZISWAF (zakat, infak, sedekah, dan wakaf). “*Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat Melalui E-Commerce*” (Tangerang selatan: Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

mengkhususkan membahas mengenai platform Tabung Amal.ID beserta efektivitas platform tersebut, sedangkan penulis membahas mengenai strategi *digital fundraising* yang diterapkan di BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan.¹³

3. Jurnal oleh Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, dan Ibdalsyah dengan judul “Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat”. Menggunakan metode penelitian deskriptif dengan dua pendekatan sekaligus yaitu kuantitatif dan kualitatif. Jurnal penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi *digital fundraising* yang digunakan LAZ Global Zakat serta langkah agar *digital fundraising* bisa digunakan secara efektif. Persamaannya dengan penelitian ini ialah dari segi tujuan penelitian dan fokus penelitian, juga teknik pengumpulan analisis SWOT. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian, penulis hanya menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan saudara Sujanu menggunakan keduanya. Selain itu, objek penelitiannya juga berbeda, dan teknik pengumpulan data lainnya pada jurnal ini memakai teknik

¹³ Nia Qomaria, NIM G95217060 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf “*Fundraising ZIS di Era Digital: Efektivitas Tabung Amal. ID Sebagai Platform Penghimpunan ZIS Nurul Falah Surabaya*” (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2021)

purposive sampling, sedang peneliti menggunakan teori strategi *digital marketing*.¹⁴

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan agar karya ilmiah yang disusun lebih terstruktur dan mudah dalam penulisannya. Peneliti membagi penyusunan penelitian ini menjadi beberapa sub bab yaitu:

BAB I (Pendahuluan): Berisi mengenai latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan. **BAB III** (Kajian Teori): Memuat tentang penjeasan-penjelasan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. **BAB III** (Metode Penelitian): Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, subjek dan objek, data dan sumber data, teknik pengumpulan data yang digunakan serta uji keabsahan data. **BAB IV** (Hasil Penelitian dan Pembahasan): Berisi mengenai kesamaan atau perbedaan teori yang berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dikumpulkan dari subjek dan objek. **BAB V** (Penutup): Memuat simpulan dan rekomendasi.

¹⁴ Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, and Ibdalsyah Ibdalsyah yang ditulis, "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 67–79.