



Strategi Fundraising ZISWAF melalui Teknologi Digital
di Yayasan Nur Rosyidah Magetan

Sherly Marno Rahayu

Institute Agama Islam Negeri Ponorogo

sherlyrahayu589@gmail.com

Miftahul Huda

Institute Agama Islam Negeri Ponorogo

miftahul.huda@iainponorogo.ac.id

Iza Hanifuddin

Institute Agama Islam Negeri Ponorogo

izahanifuddin@iainponorogo.ac.id

Received
1 Desember 2023

Revised
27 Januari 2024

Accepted
24 Februari 2024

Published
5 Mei 2024

Abstract: *The funding institution at the Nur Rosyidah Foundation is a ZISWAF institution under the auspices of the Nur Rosyidah Magetan Foundation, which always innovates to continue to improve the quality of its services and fund collection by utilizing digital technology as a way to collect funds from donors. This research aims to determine the strategy for raising funds using digital technology, the advantages and disadvantages of raising funds, and the implications of using digital technology at the Nur Rosyidah Foundation – field research with a qualitative research approach. Meanwhile, the data collection techniques used are interview, observation, and documentation techniques. This research shows that the pattern applied at the Nur Rosyidah Foundation funding institution is an indirect fundraising method that focuses on five crowdfunding methods: paid advertising, unpaid advertising, videos and flyers, WhatsApp, and direct email. The implications of raising funds using digital technology at the Nur Rosyidah Foundation have a positive impact because the increase influences the number of funds and donors, which increases every early. The use of digital technology also has very good implications, both for internal and external circles, because the system makes it easier for consumers to donate.*

Keywords: *Digital Technology, Donors, Fundraising, Strategy, ZISWAF*

Abstrak: Lembaga *funding* di Yayasan Nur Rosyidah merupakan lembaga ZISWAF yang berada dibawah naungan Yayasan Nur Rosyidah Magetan selalu berinovasi untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan penghimpunan dananya dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai salah satu cara dalam penghimpunan dana dari para donatur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penghimpunan dana melalui teknologi digital, kelebihan dan kekurangan penghimpunan dana dan untuk mengetahui implikasi dari penghimpunan dana menggunakan teknologi digital di Yayasan Nur Rosyidah. Penelitian lapangan, dengan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data

yang digunakan adalah teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah pola yang diterapkan di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah adalah metode penghimpunan dana secara tidak langsung (*indirect fundraising*) yang berfokus pada lima crowdfunding yaitu, iklan berbayar, iklan tidak berbayar, video dan flyer, whatsapp dan *email direct*. Implikasi dari penghimpunan dana menggunakan teknologi digital di Yayasan Nur Rosyidah ini memberikan dampak yang positif karena dipengaruhi oleh peningkatan jumlah dana dan donatur yang semakin meningkat disetiap tahunnya. Penggunaan teknologi digital ini juga memberikan implikasi yang sangat bagus, baik untuk kalangan internal maupun eksternal karena sistem yang memudahkan konsumen dalam berdonasi.

Kata Kunci: Donatur, Penghimpunan Dana, Strategi, Teknologi digital, Penghimpunan Dana, ZISWAF

PENDAHULUAN

Sebagai negara mayoritas muslim, kehidupan sehari-hari di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh Islam. Islam mengatur seluruh kehidupan manusia, mulai dari hubungan manusia dengan Penciptanya yaitu Allah SWT, hingga hubungan dengan sesama manusia untuk menciptakan keseimbangan di dunia dan akhirat.¹ Umat muslim yang mampu menyeimbangkan keduanya, maka akan merasakan keberkahan Islam dalam hidupnya. Salah satu ajaran Islam yang mengandung makna keseimbangan dunia akhirat adalah zakat. Zakat adalah perintah agama yang berorientasi dunia pada sesama umat, sekaligus salah satu bentuk ketaatan kepada Allah Swt. Zakat menimbulkan dampak positif bagi yang memberikan dan yang menerimanya, sehingga tercipta peningkatan kesejahteraan sosial serta menumbuhkan sikap kebersamaan, persaudaraan, dan tolong menolong. Zakat juga termasuk salah satu penggerak roda perekonomian Indonesia, dimana konsep pertumbuhan ekonomi berkeadilan dan mekanisme *sharing* dalam perekonomian menjadi cerminannya.²

Menurut pandangan Islam, Islam adalah pemilik mutlak seluruh harta benda ialah Allah Swt. Manusia ditunjuk oleh Allah sebagai penguasa terhadap benda itu yang harus mengelolanya sesuai dengan petunjuk-Nya. Digunakan untuk keperluan dirinya dan manfaat bagi kesejahteraan dan kemaslahatan umat manusia pada umumnya.³ Zakat, Infaq dan shadaqah merupakan hal yang sudah tidak asing lagi dikalangan umat muslim. Zakat, infaq dan shadaqah juga sudah dikenal dan dilaksanakan oleh umat muslim sejak lama. Zakat merupakan salah satu ketetapan Allah Swt. menyangkut harta, karena Allah Swt. menjadikan harta sebagai sarana kehidupan untuk umat manusia. Betapa pentingnya kedudukan zakat itu, sampai Al-qur'an menyebutkan 8 kali, dimana kata *itaa Alzakah* selalu bergandengan dengan

¹ Achmad Asrori, "Manusia Dan Agama," *Ri'ayah: Jurnal Sosial Dan Keagamaan* 5, no. 02 (2021): 183, <https://doi.org/10.32332/riayah.v5i02.2810>.

² Jean Haworth and Peter Vincent, "Analisis Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan)," *Advanced Geography and Geographical Learning* 6, no. 2 (1974): 113–16.

³ Juhaya S. Praja, *Perwakafan Indonesia, Sejarah Pemikiran Hukum dan Perkembangannya*, (Bandung:Yayasan Plara, 1995). 1

iqaamu Al-shalaah, maka Al-qur'an menjadikan zakat dan sholat sebagai lambang keseluruhan dari ajaran Islam.⁴

Penghimpunan dana (*fundraising*) boleh dikatakan selalu menjadi tema besar dalam organisasi amil zakat. Sebenarnya pengaturan penghimpunan zakat begitu sederhana dan tidak memerlukan pengetahuan khusus. Pelaksanaan penarikan dana zakat secara semestinya, secara ekonomi dapat menghapus tingkat perbedaan kekayaan yang mencolok, serta sebaliknya dapat menciptakan redistribusi yang merata.⁵ Strategi penghimpunan dana merupakan titik tolak dalam menentukan kebutuhan organisasi, semua itu dapat dilakukan untuk meningkatkan kegiatan dalam memenuhi kebutuhan yang terus berkembang. Penghimpunan dana (*fundraising*) berperan penting bagi lembaga atau organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dalam kegiatan roda operasional yang telah digariskan.⁶ Selain zakat, wakaf juga memiliki potensi yang cukup besar dalam rangka membangun peradaban islam dan ikut andil dalam upaya membangun kesejahteraan serta perekonomian masyarakat. Bila dulunya wakaf hanya berupa tanah dan benda-benda tidak bergerak, maka seiring dengan perkembangan jaman, wakaf kini sudah berupa uang dan wakaf-wakaf produktif lain. Seiring dengan perkembangan ini, pemerintah juga memperluas bentuk harta wakaf, salah satunya ialah wakaf uang, seperti yang tercantum dalam peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2006.⁷ Namun, pada realitanya, pemahaman tentang perkembangan wakaf ini tidak banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim. Hal ini menjadi sebuah problematika tersendiri mengingat kini bentuk *cash waqf* semakin populer dikalangan masyarakat. Pada umumnya, masyarakat memahami wakaf lebih bersifat tradisional, baik dari segi rukun, syarat dan maksud diadakannya wakaf itu sendiri.⁸

Konteks wakaf tak ada bedanya dengan infaq-shadaqah dalam menabung amalan kebaikan sedangkan kaitannya dengan definisi, syari'at, dan tujuan wakaf jelas jauh berbeda. Wakaf bertujuan⁹ untuk memberikan manfaat atau faedah harta yang diwakafkan kepada orang yang berhak dan dipergunakan sesuai dengan ajaran syariah Islam. Hingga saat ini wakaf terus berkembang secara komprehensif ke arah yang lebih produktif dengan tujuan akhirnya meningkatkan kehidupan sosial masyarakat. Wakaf produktif dalam beberapa literatur merupakan sebutan lain dari

⁴ Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat*, Terjemahan Salman Harun, dkk., (Jakarta : Litera Antar Nusa, 1996). Cet. 3. 39

⁵ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1997). 248

⁶ Iqbal Setyarso, *Manajemen Zakat Berbasis Korporasi, Kiprah Lembaga Pengelolaan Zakat Pulau Sumatera* (Jakarta : Khairul Bayan, 2008). 72

⁷ Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2006 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf

⁸ J. Oliver, "Strategi Fundraising Harta Benda Wakaf Oleh Pondok Pesantren Darunnajah 2 Cipining Skripsi," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689-99.

⁹ Syafrudin Arif, "Redistribusi Keuangan Islam," *Jurnal Ekonomi Islam La Riba* 4, no. 2003 (2010): 85-115.

wakaf benda bergerak yang berupa uang atau saham. Kata “Produktif” yang bersanding dengan “wakaf” bermakna setiap aset wakaf berupa uang tunai atau saham dapat dimanfaatkan dalam bentuk investasi di Lembaga keuangan syariah atau pembiayaan suatu proyek yang hasilnya bisa dialokasikan untuk kepentingan masyarakat banyak.

Faktor yang menjadikan alasan masyarakat tidak menyalurkan Sebagian dari hartanya adalah kesadaran masyarakat untuk berbagi masih minim. Upaya membangun semangat masyarakat untuk bersedekah tidaklah mudah. Faktor lainnya, masyarakat memilih menyalurkan sedekah langsung ke warga, karena merasa lebih tepat sasaran dan merasakan dampaknya secara langsung. Selain itu, karena donatur kurang percaya terhadap lembaga zakat, sebab tata kelola beberapa lembaga zakat dianggap kurang profesional, tidak transparan, tidak jelas penyalurannya dan tidak jelas pelaporannya.¹⁰

Berbagai anggapan masyarakat itulah yang menjadi tugas pokok lembaga zakat yang menjadi prioritas dalam menjalin komunikasi dan edukasi kepada masyarakat tentang bersedekah. Peran lembaga zakat lantas menjadi sangat penting. Dengan potensi dana ziswaf yang sangat besar, maka lembaga zakat bisa melihat peluang, dan mengelola dana sedekah dengan maksimal sehingga lembaga zakat dapat memberikan dampak signifikan untuk mengurangi angka kemiskinan. Agar lembaga zakat dapat meraih tujuan tersebut, salah satunya adalah harus melakukan perubahan, memberikan kemudahan bagi donatur untuk menyampaikan donasinya di manapun dan kapan pun. Selain itu, dengan tata kelola yang baik, lembaga zakat harus didukung sistem yang baik dan sumber daya yang kompeten, serta menggunakan teknologi digital (internet).¹¹ Dengan adanya teknologi zakat digital dapat menjadi kegiatan promosi bagi sebuah organisasi zakat yang menggunakan mediadigitalsebagai sarana untuk mempresentasikannya kepada masyarakat, termasuk menggunakan internet atau media sosial sebagai wadah untuk promosi atau iklan. Tentunya perusahaan yang sedang berkembang akan memanfaatkan waktunya dengan sebaik-baiknya dan terus berinovasi agar penggalangan dana dan muzakkinya sendiri semakin hari semakin meningkat.¹²

Dengan bertambahnya pengguna internet. Semakin banyaknya pengguna smartphone, meningkatnya pengguna layanan sosial media, tersedianya aplikasi

¹⁰ Mariya Ulpah, “Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak Dan Shadaqah Pada Lazismu Jakarta,” *Madani Syari’ah* 4, no. 2 (2021): 1–12.

¹¹ Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, and Ibdalsyah, “Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 01 (2022): 67–79.

¹² Akmalur Buana, Iftahal Anjarsabda Wira, Moh. Ah Subhan ZA, Rijal, “Strategic Management of Digital Technology in Increasing Zakat Fundraising,” *Journal of Sharia Economics* 3, no. 1 (2020): 18–39.

pembayaran online maka memicu perubahan perilaku seseorang dalam berdonasi.¹³ berdasarkan data dari galang dana donasi online memberikan dampak yang sangat baik, sejalan dengan tren tersebut potensi penghimpunan dana dan zakat pun bisa dilakukan dengan galang dana zakat secara online atau bisa kita sebut dengan istilah digital marketing. Marketing ialah suatu aktivitas yang mengkomunikasikan, menyampaikan dan bertukar penawaran yang memiliki nilai tersendiri bagi konsumen dan masyarakat. Sedangkan internet merupakan media yang diciptakan secara digital.¹⁴ Jadi, digital marketing merupakan sebuah teori pemasaran melalui teknologi digital dalam menawarkan produk yang dimiliki oleh suatu lembaga atau perusahaan salah satu dari strategi pemasaran secara digital adalah melakukan penghimpunan dana-dana sosial melalui media digital seperti, website, social media, e-commerce, email maupun aplikasi digital lainnya.¹⁵ Kegiatan penggalangan dana itu bukan hanya bagian dari strategi pemasaran, tetapi juga dapat diimplementasikan sebagai strategi terpisah yang memerlukan perencanaan dan implementasi.¹⁶

Penggalangan dana adalah fakta kehidupan sektor amal modern. Bagi beberapa orang itu adalah tugas yang perlu dilakukan, untuk sebagian besar itu adalah sesuatu yang biasa atau tidak terlalu penting untuk dilakukan, namun, bagaimanapun penggalangan dana itu dipandang, seringkali penting agar amal atau nirlaba lainnya berhasil.¹⁷ Dengan dilakukannya strategi fundraising maka sebuah Lembaga tentunya akan mempunyai tujuan visi, misi yang akan diterapkan di dalam Lembaga tersebut, tetapi, seiring berjalannya dan canggihnya kemajuan teknologi digital maka bahwasannya sebuah Lembaga ziswaf apapun, dibutuhkan sebuah strategi dan manajemen tata Kelola yang baik agar dana pengembangan maupun harta-harta wakaf yang ada dapat dikelola dengan optimal, kemudian perlu dilakukannya proses penghimpunan dana (fundraising). Di era globalisasi sekarang, penggalangan dana atau fundraising dapat dilakukan dengan berbagai macam cara yang menarik. Dengan adanya media internet, proses penggalangan dana mejadi lebih mudah dan dapat mencakup banyak lapisan masyarakat melalui media sosial.

Yayasan Nur Rosyidah merupakan sebuah Yayasan yang berlokasi di Magetan Jawa Timur, Yayasan ini berdiri sejak tahun 2013 dan ditahun 2022 ini menempuh usia yang ke-8 tahun.¹⁸ Pada usia yang belum lama ini Yayasan memiliki banyak

¹³ S. N, Saputri & Y. R Putri, "Strategi Komunikasi Organisasi Kitabisa.Com Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Communication". (Telkom University Open Library, 2019) 70971101

¹⁴ Risa Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 1 (2019): 9-14, <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>.

¹⁵ Mulyono, Ayuniyyah, and Ibdalsyah, "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat."

¹⁶ Isnaini Harahap, Yenni Samri Nasution, and Suherman Saragih, "Implementasi Desa Zakat Kabupaten Serdang Bedagai Sumatera Utara Dengan Pendekatan Indeks Desa Zakat 2 . 0" 8, no. 02 (2022): 1998-2009.

¹⁷ Nina Botting Herbst and Michael Norton, "Fundraising Handbook," 2012, 1-4.

¹⁸ Pesantren Baitul Qur'an Aljahra Magetan, <http://baitulquran-magetan.sch.id/>, diakses pada senin 20 september 2022 pukul 21.30

peningkatan terkhusus dalam pemenuhan sarana dan prasarana guna untuk menunjang kebutuhan santri dan juga karyawannya, peningkatan ini tergolong sangat pesat. Usia berdiri masih muda namun gedung-gedung sudah tampak terbangun secara nyata. Kemajuan sarana dan prasana tersebut diperoleh dari banyaknya donatur yang menitipkan sebagian harta mereka di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah.

Seluruh dana yang diberikan para donatur dikelola langsung oleh Lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah, pada awalnya seluruh penghimpunan dana dilakukan secara langsung dengan mengumpulkan dan dari rumah ke rumah dan pemasaran langsung hingga melakukan acara penggalangan dana bahkan mengumpulkan dana dari komunitas luar negeri melalui perantara orang lain. Terkadang juga secara langsung dengan mendatangi kantor Laz kemudian para donatur menyerahkan dananya kepada staff lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah.

Akan tetapi, dengan melihat semakin canggihnya perkembangan teknologi pada saat ini tim dari lembaga funding telah melakukan kerja sama dengan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) khususnya dibagian penghimpunan dan strategi marketingnya. Ide inisiatif guna untuk memanfaatkan strategi digital marketing yang sedang gencar-gencarnya di era saat ini bahkan menuju 4.0 yang mana semua aktifitas kegiatan khususnya keuangan akan dilakukan secara digital, maka funding tidak ingin melewatkan peluang dari berkembangnya aktifitas digital tersebut. Sehingga tim funding melakukan kerja sama dengan izi terus mencari informasi terkait digital marketing yang tanpa disadari selama kurang lebih ditahun pertama 2019 bergabung dengan izi mulai sedikit demi sedikit menggunakan strategi digital marketing yang diarahkan oleh izi untuk dapat meningkatkan jumlah donatur. Lembaga ini juga bekerja sama dengan beberapa instansi keuangan dan alokasi online guna untuk memberikan pembayaran ziswaf melalui sistem online. Semakin hari Lembaga ini semakin berkembang dengan terus berevolusi di dalam organisasinya, serta senantiasa melakukan perbaikan dan pembenahan disetiap langkahnya. Guna untuk memudahkan para donatur dalam mengakses informasi secara *online*.¹⁹ Dengan latar belakang di atas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui perkembangan pengumpulan dana ziswaf melalui penelitian *field reseach* terkait di gunakannya sistem teknologi digital di Lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah *field research* yang bertujuan dalam mengumpulkan beberapa informasi dan data yang diperoleh melalui observasi lapangan di Lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan yang pada hakikatnya merupakan penelitian yang pencarian data serta pengumpulan datanya dilakukan di tempat terjadinya fenomena.²⁰ Penelitian ini

¹⁹ Wawancara, Izzul Mujahid 6 Mei 2023

²⁰ Zulkarnain Lubis.2019. "Panduan Pelaksanaan Penelitian Sosial".Yogyakarta : Penerbit Andi

bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan memberikan deskripsi dan gambaran sistematis serta bersifat objektif terkait fakta-fakta dan hubungan antar unsur yang ada dalam pembahasan.²¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Kelebihan dan Kekurangan Penghimpunan Dana Melalui Teknologi Digital

Setelah dilakukannya wawancara dengan beberapa informan tentang bagaimana kelebihan dan kekurangan selama menggunakan teknologi digital. Faktor-faktor yang menjadi kelebihan dalam penggunaan penghimpunan dana menggunakan teknologi digital yaitu:

1. Menghemat waktu dan biaya

Dengan adanya penghimpunan dana melalui teknologi digital tentu saja dapat menghemat waktu dan biaya. Yang biasanya harus mendatangi dari rumah ke rumah kemudia jemput donasi diberbagai daerah terpencil dan kegiatan ini membutuhkan waktu dan tenaga yang cukup banyak. Sehingga salah satau kelebihan penghimpunan dana digital ini adalah bisa menggunakan waktu lebih efektif. Pembayaran juga bisa dilakukan dengan transfer cukup klik-klik saja kemudian dikirimkan ke admin sebagai bukti donasinya.

2. Penilaian yang baik

Penilai donatur terhadap lembaga zaka sanhat beragam tergantung persepsi dan pengalaman masing-masing donatur. Salah satu alasan donatur menunaikan zakat, infaq sedekah dan wakafnya adalah kepuasan ketika membayar ziswafnya kepada lembaga zakat tersebut. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Kepuasan donatur merupakan salah satu kunci dalam menciptakan kualitas kinerja dari lembaga zakat tersebut. Pelayanan yang dilakukan lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah ini ketika ada yang ingin bertransaksi melalui transfer atau digital tetap dilayanai sangat baik, ramah dan cepat. Dengan terjalinnya hubungan baik ini para donatur merasa senang juga sehingga menjadikan lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah ini mitra izi dijadikan sebagai tempat terpercaya untuk menyalurkan ziswafnya.

²¹ Sumarno, "Peranan Umat Islam Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4, no. 5 (2022).

3. Penghimpunan yang mudah diakses

Dengan adanya penghimpunan dana secara digital ini memiliki kelebihan yang tidak bisa ditemukan di metode fundraising non digital, pasalnya melalui teknologi digital ini amil tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga untuk menginput satu persatu hasil dari donasi yang diberikan oleh donatur. Semua data sudah masuk kedalam sistem dengan diinput melalui aplikasi IZI.

4. Keaktifan promosi

Semenjak adanya metode penghimpunan dana melalui teknologi digital ini semua promosi sudah dilakukan secara online, sasaran jelas dan tepat. Konten yang disajikanpun harus menarik simpel dan tidak bertele-tele sehingga masyarakat tertarik untuk menyalurkan donasinya pada lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah ini. Faktor-faktor yang menjadi kekurangan dalam penggunaan penghimpunan dana menggunakan teknologi digital yaitu:

a. Kurangnya sosialisasi tentang Ziswaf

Kurangnya sosialisasi tentang adanya penghimpunan dana melalui teknologi digital ini juga menjadi salah satu kekurangan lembaga ini, sehingga banyak masyarakat belum mengetahui tentang keberadaan lembaga funding beserta fungsi dan manfaatnya. Karena masih tergolong awam dengan hal hal seperti ini yang memang kesehariannya lebih aktif di sawah dan sekitarnya. Akan tetapi ini hanya sebagian kecil dari banyaknya donatur yang sudah mengetahui tentang penghimpunan dana secara online ini sehingga lebih mudah diakses kapanpun dan dimanapun.

b. Data yang Belum Tersusun Rapi

Bagian Marketing sendiri mengakui bahwasannya terkadang masih terlewat untuk mendata donatur mana yang kira-kira berpengaruh besar atau tidak. Karena banyaknya pesan yang masuk. Untuk kedepannya admin diharapkan agar lebih memastikan kembali terkait data donatur yang tetap atau tidak. Karena menggunakan teknologi digital jadi data satu bisa tercampur dengan data yang lain. Jika sebelum menggunakan metode digital ini donatur bisa langsung diinput dimasukkan kedalam buku catatan donatur. Semoga kedepannya bisa tetap sinkron antara donatur online dan offline karena sesungguhnya tidak ada yang membedakan diantara keduanya.

c. Gangguan Sistem dalam Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital memiliki ketergantungan terhadap jaringan, dimana jika terjadi gangguan maka transaksi akan mengalami gangguan yang membuat transaksi menjadi batal atau terhambat yang menimbulkan kegelisahan. Karena jaringan yang berbeda dimasing-masing tempat. Akan tetapi meskipun penggunaan sistem digital sangat

pesat, tapi tidak sedikit masyarakat yang lebih memilih untuk mendatangi kantor layanan IZI Magetan untuk menyalurkan donasinya sehingga merasa aman karena langsung diterima oleh amil lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah.

Dilihat dari beberapa penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, strategi ini dapat meningkatkan hasil penghimpunan dana zakat, infak, shadaqah dan wakaf di pusat keuangan Yayasan Nur Rosyidah sebagaimana telah dibuktikan oleh lembaga pengelola zakat, infak, sedekah dan lembaga wakaf lainnya seperti lembaga keuangan. Ini dan setiap tahun penghimpunan dana Zakat, Infaq, Sadaqah dan Wakaf-Nya bisa tumbuh sangat cepat. Mengapa penulis menginginkan lembaga keuangan Yayasan Nur Rosyidah menerapkan strategi yang sama dengan metode yang berbeda karena menurut penulis lembaga keuangan Yayasan Nur Rosyidah lebih berpotensi untuk meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Sadaqah dan Wakaf karena Jaringan cukup luas baik bagi pemelihara maupun masyarakat sekitar.

Selain hasil yang ingin dicapai oleh penulis dengan mengkomunikasikan gagasan ini kepada Bagian Keuangan Yayasan Nur Rosyidah, penerapan strategi penggalangan dana digital ini juga akan memberikan dampak yang nyata bagi lembaga dan masyarakat luas. Tujuan pertama adalah memberikan citra lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah yang baik di kalangan wali santri dan masyarakat sekitar. Nantinya, dengan strategi dan metode tersebut, masyarakat akan melihat Yayasan Nur Rosyidah sebagai lembaga keuangan yang melayani, mengelola dan menyalurkan dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf secara cepat dan tepat. Implikasi kedua kemudian adalah efek yang dialami oleh masyarakat itu sendiri jika penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf meningkat setiap tahunnya. Maka penyaluran dana tersebut juga akan meningkat dari tahun ke tahun, yang mana dominan tersebut dapat meringankan atau justru malah memperburuk kemiskinan khususnya dilingkungan masyarakat sekitar Yayasan Nur Rosyidah. Mengapa demikian karena fokus pendistribusian zakat adalah pada delapan golongan yang wajib menerima zakat yang diberikan kepada fakir miskin. Selain mengentaskan kemiskinan, masyarakat juga dapat merasakan kemampuan untuk mendukung permodalan dalam bidang wirausaha masyarakat, termasuk pemanfaatan zakat dalam bidang ekonomi.

Penggunaan teknologi digital ini juga memberikan implikasi yang sangat bagus, baik untuk kalangan internal maupun eksternal karena sistem yang memudahkan konsumen dalam berdonasi. Karena sistem yang diterapkan berbasis digital guna untuk mengikuti perkembangan zaman yang diharuskan serba digital. Hal ini juga meningkatkan pendapatan penghimpunan dana di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah.

B. Implikasi Penghimpunan Dana Ziswaf Melalui Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Jumlah Dana Di Yayasan Nur Rosyidah

Implikasi penghimpunan dana secara digital ini mulai diterapkan di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah sejak tahun 2019 dikarenakan karena jumlah dana penghimpunan yang diperoleh ketika sebelum menggunakan teknologi digital hal ini sangat jauh berbeda. Sejak berdirinya lembaga funding ditahun 2017 hingga tahun 2019 ini metode yang diterapkan masih manual, keterbatasan sdm dalam pengelolaan lembaga funding ini juga masih sangat kurang karena pada saat itu sdmnya masih berubah-ubah dan belum pasti sehingga menjadikan penghimpunan dana kurang maksimal bahkan hanya difokuskan ketika raamadhan, idul fitri dan qurban saja.²²

Dilihat dari beberapa penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, strategi ini dapat meningkatkan hasil penghimpunan dana zakat, infak, shadaqah dan wakaf di pusat keuangan Yayasan Nur Rosyidah sebagaimana telah dibuktikan oleh lembaga pengelola zakat, infak, sedekah dan lembaga wakaf lainnya seperti lembaga keuangan. Ini dan setiap tahun penghimpunan dana Zakat, Infaq, Sadaqah dan Wakaf-Nya bisa tumbuh sangat cepat. Mengapa penulis menginginkan lembaga keuangan Yayasan Nur Rosyidah menerapkan strategi yang sama dengan metode yang berbeda karena menurut penulis lembaga keuangan Yayasan Nur Rosyidah lebih berpotensi untuk meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Sadaqah dan Wakaf karena Jaringan cukup luas baik bagi pemelihara maupun masyarakat sekitar.

Selain hasil yang ingin dicapai oleh penulis dengan mengkomunikasikan gagasan ini kepada Bagian Keuangan Yayasan Nur Rosyidah, penerapan strategi penggalangan dana digital ini juga akan memberikan dampak yang nyata bagi lembaga dan masyarakat luas. Tujuan pertama adalah memberikan citra lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah yang baik di kalangan wali santri dan masyarakat sekitar. Nantinya, dengan strategi dan metode tersebut, masyarakat akan melihat Yayasan Nur Rosyidah sebagai lembaga keuangan yang melayani, mengelola dan menyalurkan dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf secara cepat dan tepat. Implikasi kedua kemudian adalah efek yang dialami oleh masyarakat itu sendiri jika penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf meningkat setiap tahunnya. Maka penyaluran dana tersebut juga akan meningkat dari tahun ke tahun, yang mana dominan tersebut dapat meringankan atau justru malah memperburuk kemiskinan khususnya dilingkungan masyarakat sekitar Yayasan Nur Rosyidah. Mengapa demikian karena fokus pendistribusian zakat adalah pada delapan golongan yang wajib menerima zakat yang diberikan kepada fakir miskin. Selain mengentaskan kemiskinan, masyarakat juga dapat merasakan kemampuan untuk mendukung permodalan dalam bidang wirausaha masyarakat, termasuk pemanfaatan zakat dalam bidang ekonomi. Penggunaan

²² Muhammad Izzul Mujahid, *Hasil Wawancara* 20 April 2023

teknologi digital ini juga memberikan implikasi yang sangat bagus, baik untuk kalangan internal maupun eksternal karena sistem yang memudahkan konsumen dalam berdonasi. Karena sistem yang diterapkan berbasis digital guna untuk mengikuti perkembangan zaman yang diharuskan serba digital. Hal ini juga meningkatkan pendapatan penghimpunan dana di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah.

KESIMPULAN

Pola strategi penghimpunan dana yang diterapkan di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah ini menggunakan teknologi digital yang mana cara ini termasuk dalam metode penghimpunan secara tidak langsung (*Indirect Fundraising*) yaitu penghimpunan dana yang tidak melibatkan donatur secara langsung dan biasa disebut dengan penghimpunan dana secara online. Penghimpunan dana melalui teknologi digital yang dilaksanakan di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah ini memiliki beberapa kelebihan diantaranya adalah menghemat waktu dan biaya, penginputan datanya tertata dan sistematis, memberikan kemudahan dalam melakukan promosi penawaran, meningkatkan jumlah donatur, menjadikan citra lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah semakin baik dan semakin dikenal baik dikalangan masyarakat internal dan eksternal. Implikasi penghimpunan dana melalui teknologi digital yang diterapkan di lembaga funding Yayasan Nur Rosyidah memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan jumlah dana dan donatur. Hal ini dipengaruhi oleh peningkatan pendapatan penghimpunan dana yang semakin bertambah dari tahun ke tahun.

REFERENSI

- Arif, Syafrudin. "Redistribusi Keuangan Islam." *Jurnal Ekonomi Islam La Riba* 4, no. 2003 (2010): 85-115.
- Asrori, Achmad. "Manusia Dan Agama." *Ri'ayah: Jurnal Sosial Dan Keagamaan* 5, no. 02 (2021): 183. <https://doi.org/10.32332/riayah.v5i02.2810>.
- Buana, Iftahal Anjarsabda Wira, Moh. Ah Subhan ZA, Rijal, Akmalur. "Strategic Management of Digital Technology in Increasing Zakat Fundraising." *Journal of Sharia Economics* 3, no. 1 (2020): 18-39.
- Harahap, Isnaini, Yenni Samri Nasution, and Suherman Saragih. "Implementasi Desa Zakat Kabupaten Serdang Bedagai Sumatera Utara Dengan Pendekatan Indeks Desa Zakat 2.0" 8, no. 02 (2022): 1998-2009.
- Haworth, Jean, and Peter Vincent. "Analisis Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan." *Advanced Geography and Geographical Learning* 6, no. 2 (1974): 113-16.
- Herbst, Nina Botting, and Michael Norton. "Fundraising Handbook," 2012, 1-4.

- Mulyono, Sujanu Harto, Qurroh Ayuniyyah, and Ibdalsyah. "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 01 (2022): 67-79.
- Oliver, J. "STRATEGI FUNDRAISING HARTA BENDA WAKAF OLEH PONDOK PESANTREN DARUNNAJAH 2 CIPINING Skripsi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689-99.
- Ratna Gumilang, Risa. "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 1 (2019): 9-14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>.
- Sumarno. "Peranan Umat Islam Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4, no. 5 (2022).
- Ulpah, Mariya. "Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak Dan Shadaqah Pada Lazismu Jakarta." *Madani Syari'ah* 4, no. 2 (2021): 1-12.