

**EFEKTIVITAS PELAKSANAAN *DIGITAL FUNDRAISING* DALAM
MENINGKATKAN PEMBAYARAN ZAKAT DI BADAN AMIL ZAKAT
NASIONAL (BAZNAS) KOTA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Disusun Oleh:

Luthfiana Nur Khoiriyah

NIM. 19102040051

Pembimbing:

Shofi'unnafi, M.M.

NIP. 19920813 201903 1 006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

**EFEKTIVITAS PELAKSANAAN *DIGITAL FUNDRAISING* DALAM
MENINGKATKAN PEMBAYARAN ZAKAT DI BADAN AMIL ZAKAT
NASIONAL (BAZNAS) KOTA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Disusun Oleh:

Luthfiana Nur Khoiriyah

NIM. 19102040051

Pembimbing:

Shofi'unnafi, M.M.

NIP. 19920813 201903 1 006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1419/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : EFEKTIVITAS PELAKSANAAN DIGITAL FUNDRAISING DALAM MENINGKATKAN PEMBAYARAN ZAKAT DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LUTHFIANA NUR KHOIRIYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 19102040051
Telah diujikan pada : Rabu, 16 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta


TIM UJIAN TUGAS AKHIR

 Ketua Sidang
Shofi'unnafi, M.M.
SIGNED
Valid ID: 64e816888401e

 Penguji I
Dr. Maryono, S.Ag., M.Pd.
SIGNED
Valid ID: 64e7f6382fefe

 Penguji II
Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
SIGNED
Valid ID: 64e75d1cf0ba2



 Yogyakarta, 16 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED
Valid ID: 64e8182b19b2e



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Marsda Adisucipto, Telp (0274) 515856, Fax (0274) 552230
E-mail: fdk@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku Pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Luthfiana Nur Khoiriyah
NIM : 19102040051
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Efektivitas Pelaksanaan *Digital Fundraising* Dalam Meningkatkan Pembayaran Zakat Di BAZNAS Kota Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Strata Satu dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.
Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

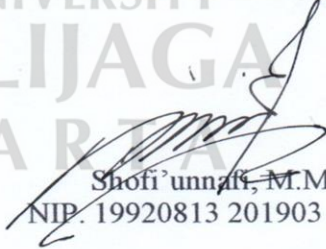
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing


H. M. Toriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si
NIP. 19690227 200312 1 001


Shofi'unnah, M.M.
NIP. 19920813 201903 1 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Luthfiana Nur Khoiriyah
NIM : 19102040051
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Efektivitas Pelaksanaan *Digital Fundraising* Dalam Meningkatkan Pembayaran Zakat Di BAZNAS Kota Yogyakarta** adalah karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka peneliti siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Luthfiana Nur Khoiriyah
19102040051

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah Ta'la

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “ Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. (QS. At-Taubah; 103).¹



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al- Qur'an dan Terjemahannya, <https://quran.kemenag.go.id/surah/2> , diakses pada 3 Maret 2023 pukul 14.23 WIB.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabiullah Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektivitas Pelaksanaan *Digital Fundraising* Dalam Meningkatkan Pembayaran Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta” guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.Sos) Srata Satu Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang membantu dalam penyelesaiannya, serta telah membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, dengan penuh rasa hormat dan ungkapan terimakasih disampaikan pada:

1. Prof. Dr. Phil. H. Al-Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. H. Muhammad Toriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. H. Muhammad Irfai Muslim, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta


5. Hj. Early Maghfiroh Innayati, S.Ag., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi sejak semester awal hingga akhir.
6. Shofi'unnafi, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dari awal hingga akhir dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah membalas semua kebaikan Bapak dan semoga Bapak selalu diberi kesehatan dan kelancaran disetiap langkahnya.
7. Dosen Manajemen Dakwah yang telah berbagi ilmu, pengalaman, serta motivasi selama masa perkuliahan.
8. Staf Tata Usaha Program Studi Manajemen Dakwah yang telah membantu dan memberikan kemudahan dalam mengurus administrasi bagi peneliti.
9. Staf BAZNAS Kota Yogyakarta, Bapak Gus Munir, S.IP., M.A. dan Bapak Muhaimin, S.Si., yang telah bersedia memberikan informasi serta data yang relevan kepada peneliti.
10. Orang tua tersayang, Abi KH. Isnaini Wiranto dan Ibu Dwi Arianti yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi bagi peneliti.
11. Bapak tercinta, Ustadz (Alm) Ma'ruf Rokhim, yang telah memberikan amanah untuk melanjutkan studi lanjut bagi peneliti pada 5 tahun yang lalu.
12. Adik tercinta Fakhri Zafran Khoiri yang telah memberikan doa dan semangat kepada peneliti.
13. Saudara Muhammad Alif Fathullah Azhar yang telah meluangkan banyak waktu untuk diskusi, *sharing*, serta membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi peneliti.

14. Teman-teman *Power Ranger Skripsi Pak Nafi*, Wahyu Lathif, Revi, dan Ghiyas yang telah menjadi teman diskusi skripsi bagi peneliti.
15. Sahabat peneliti Tias Aderma dan Debi Irawati yang telah menjadi teman diskusi serta menjadi tempat keluh kesah bagi peneliti selama masa perkuliahan.
16. Teman-teman Program Studi Manajemen Dakwah angkatan 2019 yang telah berbagi cerita, keluh kesah, serta keceriaan bagi peneliti.
17. Teman-teman KKN Argapura Majalengka Neilta, Delpi, Icha, Una, Nurulita, Alif, Hizbul, Anto, Faris, Riki, dan Hafid yang telah berbagi cerita, pengalaman, dan motivasi bagi peneliti.
18. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan doa dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca. Aamiin.

Yogyakarta, 13 Agustus 2023

Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA


Luthfiana Nur Khoiriyah

NIM. 19102040051

ABSTRAK

Luthfiana Nur Khoiriyah. “Efektivitas Pelaksanaan Digital Fundraising dalam Meningkatkan Pembayaran Zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta”. Skripsi. 19102040051. 2023.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan media digital seperti *platform* digital yang biasa digunakan dalam pembayaran secara digital ini diantaranya QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), niaga-el (*e-commerce*), *crowdfunding*, maupun layanan *mobile banking* di lingkungan BAZNAS Kota Yogyakarta sebagai sarana pembayaran zakat bagi para *muzakki* sehingga proses penghimpunan (*fundraising*) zakat menjadi lebih maksimal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan efektivitas *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta. Penelitian ini berjenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital fundraising* zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta dilaksanakan dalam dua langkah, yaitu penetapan sasaran *muzakki* prioritas dan penyediaan media pembayaran digital melalui *website* Kantor Digital yang mewadahi layanan *digital fundraising* seperti QRIS, *e-commerce*, dan *crowdfunding*. Media ini memudahkan pembayaran zakat sehingga pelaksanaannya dapat berjalan dengan efektif. Efektivitas ini dinilai berdasarkan 4 indikator, yaitu (1) Produktivitas, terdapat peningkatan penerimaan zakat pada setiap tahunnya serta dapat mengatasi berbagai kendala terkait pembayaran zakat, hanya saja peningkatan tersebut belum memenuhi target yang diharapkan. (2) Kemampuan adaptasi, adanya program *digital fundraising* dapat diterima dengan baik segala perubahannya serta memberikan kemudahan untuk masyarakat atau *muzakki* serta amil yang bertugas untuk menghimpun dana zakat. (3) Kepuasan kerja, layanan *digital fundraising* zakat ini dapat memenuhi kebutuhan *muzakki* dengan baik sehingga dapat memudahkan dalam melakukan pembayaran zakat serta dapat meningkatkan kepercayaan di kalangan masyarakat. (4) Pengembangan sistem media *digital fundraising*, BAZNAS Kota Yogyakarta yaitu dengan memaksimalkan layanan-layanan digital yang belum sepenuhnya memenuhi target yang akan dicapai, seperti *e-commerce* dan *crowdfunding*.

Kata kunci: *Efektivitas, Pelaksanaan, Digital Fundraising, BAZNAS Kota Yogyakarta*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kajian Pustaka	7
F. Kerangka Teori	11
G. Metode Penelitian	30
H. Sistematika Pembahasan.....	37

BAB II : GAMBARAN UMUM.....	39
A. Letak dan Kondisi Geografis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta	39
B. Sejarah BAZNAS Kota Yogyakarta	40
C. Visi, Misi, dan Nilai BAZNAS Kota Yogyakarta	41
D. Struktur Organisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta.....	43
E. Program Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta.....	46
BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Analisis Pelaksanaan <i>Digital Fundraising</i> Zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta.....	48
B. Efektivitas <i>Digital Fundraising</i> dalam Meningkatkan Pembayaran Zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta.....	58
BAB IV : PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Daftar Pengurus BAZNAS Kota Yogyakarta.....	44
Tabel 3.1. Laporan Penerimaan Dana Zakat.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Triangulasi Sumber.....	37
Gambar 2.1. Struktur Organisasi BAZNAS Kota Yogyakarta.....	45
Gambar 3.1. Tampilan <i>Website</i> Kantor Digital BAZNAS Kota Yogyakarta.....	55
Gambar 3.2. Kalkulator Zakat.....	57
Gambar 3.3. <i>Polling</i> Masyarakat.....	71

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim. Banyaknya penduduk muslim membuat Indonesia memiliki potensi zakat yang besar. Berdasarkan data statistik zakat Indonesia, total pengumpulan zakat, infak, sedekah (ZIS) dan dana sosial keagamaan lainnya (DSKL) pada tahun 2019 adalah sebesar lebih dari 10,2 triliun rupiah. Angka ini menunjukkan adanya selisih 2,1 triliun rupiah lebih besar jika dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 8,1 triliun rupiah.²

Sedangkan data dari *Outlook Zakat Indonesia 2021* yang disusun oleh Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menyebutkan potensi zakat Indonesia pada tahun 2020 mencapai Rp327,6 triliun. Potensi terbesar tahun 2020 adalah zakat perusahaan Rp144,5 triliun, kemudian ada zakat penghasilan dan jasa Rp139,07 triliun, zakat uang Rp58,76 triliun, zakat pertanian Rp19,79 triliun, dan zakat peternakan Rp9,52 triliun. Akan tetapi, jumlah yang terhimpun baru mencapai Rp71,4 triliun atau sekitar 21,7 persen. Dari jumlah ini Rp61,2 triliun tidak melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) resmi, dan hanya Rp10,2 triliun yang

² Badan Amil Zakat Nasional, *Statistik Zakat Nasional 2019*, (Jakarta: BAZNAS, 2020), hlm. 21.

melalui OPZ resmi.³ Hal ini menandakan adanya potensi zakat yang sangat besar, namun proses penghimpunannya belum mencapai target potensial yang ada.

Padahal kewajiban zakat disandingkan dengan kewajiban salat dalam Al-Qur'an. Zakat sebagai ibadah *maliyyah* (bersifat finansial) yang secara langsung berkaitan dengan kepentingan sosial. Jika salat membangun kesalehan individual, maka zakat melengkapinya sebagai kesalehan sosial yang jika keduanya terhimpun dalam diri seorang muslim, maka keseimbangan antara dua kesalehan itu akan terjaga.⁴

Kendala yang dihadapi dalam penghimpunan zakat hingga saat ini berkulat pada persoalan kesadaran masyarakat untuk berzakat. Hal ini karena perintah untuk memungut zakat, sebagaimana yang tersurat dalam Al-Qur'an belum dapat direalisasikan secara utuh oleh para amil. Penyebabnya adalah legitimasi pemungutan zakat bagi para amil belum diwajibkan oleh undang-undang, namun hanya sekadar anjuran saja sehingga tak sedikit masyarakat yang memenuhi kewajiban zakat belum paham akan hal tersebut.⁵

Persoalan ini menjadi tantangan yang harus dihadapi OPZ dalam rangka meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat. Terutama dalam mensosialisasikan kewajiban berzakat kepada para *muzakki* (orang yang

³ Pusat Kajian Strategis BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2021*, (Jakarta: BAZNAS, 2021)

⁴ Amiur Nuruddin, *Dari Mana Sumber Hartamu*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 76.

⁵ Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising", *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4. No. 1, Januari-Juni 2019, hlm. 62.

wajib membayar zakat) sehingga penghimpunan zakat dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Secara umum, metode penghimpunan zakat yang dilakukan berupa *fundraising door to door* (pintu ke pintu), antarjemput, *hard cash representative* (membayar tunai), dan juga transfer tunai melalui bank yang semuanya masih bersifat konvensional.⁶ Sedangkan pada era saat ini, teknologi digital sudah menguasai masyarakat dan mereka lebih senang menggunakannya dalam berbagai aktivitas pemenuhan kebutuhan harian. Mulai dari kebutuhan primer dan utama, hingga tersier yang menunjukkan gaya hidup, eksistensi, dan *prestise*, seperti kebutuhan akan gawai, teknologi, dan internet yang seolah menjadi kebutuhan primer “tambahan” di era digital saat ini.⁷

Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi internet saat ini berperan besar dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat. Baik dalam skala kecil seperti interaksi antar individu, transaksi jual beli, hingga skala besar di tingkat perusahaan dan industri. Dampak positif dari pemanfaatan teknologi internet tersebut semakin besar dirasakan. Fenomena ini menunjukkan eksistensi dan urgensi digitalisasi pada semua aspek. Tidak terkecuali dalam hal penghimpunan dana oleh lembaga filantropi, termasuk zakat.⁸

⁶ Nely Rahmawati Zaimah, “Analisis Progresif Skema Fundraising Wakaf dengan Pemanfaatan E-commerce di Indonesia”, *Jurnal Amil Islam*, Vol. 10 No. 2, Desember 2017, hlm. 288.

⁷ Ade Nur Rohim, “Optimalisasi Penghimpunan Zakat...”, hlm. 62.

⁸ *Ibid.*, hlm. 63.

Dalam menyikapi fenomena ini, mengutip Dea Sunarwan, lembaga filantropi, khususnya lembaga zakat, harus berusaha mempersiapkan strategi *fundraising* untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semula hanya membayar kewajiban zakat secara tunai dan tatap muka agar bisa dilaksanakan dengan lebih praktis, kapan pun dan di mana pun.⁹ Dalam artian proses penghimpunan zakat, harus mengikuti arah perkembangan zaman saat ini, yaitu melalui pemanfaatan media digital.¹⁰

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta memperoleh dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) dan dana sosial keagamaan lainnya (DSKL) pada tahun 2022 sebesar Rp8,4 Miliar dengan persentase 79,3% zakat mal perorangan, 0,1% zakat mal badan, 0,9% zakat fitrah, 10,1% infak atau sedekah terikat, 7,9% infak atau sedekah tidak terikat, dan 1,6% DSKL. Pada tahun 2022 perolehan dana ZIS dan DSKL terjadi peningkatan yang sangat tinggi dibanding tahun 2021 yang hanya mencapai Rp5,9 Miliar.¹¹

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta memanfaatkan transformasi digital dengan menerapkan kanal pembayaran berbasis digital seperti layanan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang menaungi aplikasi dompet digital seperti *Go-Pay*, *Link Aja*,

⁹ Dea Sunarwan, *Digital Fundraising for Nonprofit: Bagaimana Menyambut Sebuah Kenormalan Baru dalam Berbagi*, (Malang: PT. Litera Media Tama, 2020), hlm. 36.

¹⁰ Nely Rahmawati Zaimah, "Analisis Progresif Skema...", hlm. 289.

¹¹ Amil SDM, *Laporan Pengelolaan ZIS DSKL BAZNAS Kota Yogyakarta Tahun 2022/1443*, <https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/25756>, diakses pada 21 Februari 2023, pukul 10.07 WIB

Dana, dan *Ovo*, layanan zakat via *e-commerce* yaitu *Tokopedia*, layanan zakat via *crowdfunding* yaitu *Kitabisa.com*, dan layanan *mobile banking*. Aplikasi digital ini dinaungi oleh satu layanan utama dalam *website* lembaga yang bernama “Kantor Digital” yang mewadahi seluruh proses pembayaran zakat secara digital di BAZNAS Kota Yogyakarta.

Penghimpunan zakat dengan menggunakan *platform* Kantor Digital ini bertujuan untuk memudahkan interaksi dengan *muzakki* dan utamanya mewujudkan efektivitas serta efisiensi pembayaran zakat, sebagaimana yang tertera dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2011, yang menjelaskan bahwa terdapat dua tujuan pengelolaan zakat, salah satunya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan penghimpunan zakat.¹² Layanan Kantor Digital ini juga menjadi salah satu keunggulan dan ciri khas bagi BAZNAS Kota Yogyakarta dalam upaya mengefektifkan penghimpunan dana zakat di wilayah Kota Yogyakarta sehingga menjadi daya tarik penelitian.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Pelaksanaan *Digital Fundraising* dalam Meningkatkan Pembayaran Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta”.

¹² Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 3.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan *digital fundraising* di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana efektivitas pelaksanaan *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan *digital fundraising* di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan efektivitas pelaksanaan *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan keilmuan, dan dapat dijadikan sebagai masukan referensi, bagi semua pihak untuk melakukan penelitian sejenis terkait

efektivitas pelaksanaan *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dan bahan pertimbangan bagi BAZNAS Kota Yogyakarta dan lembaga amil zakat lainnya dalam membuat pengembangan dalam penggunaan *digital fundraising* di masa sekarang atau yang akan datang.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berisi tentang tinjauan atas penelitian dan karya ilmiah terdahulu dan memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan.¹³ Kajian pustaka juga bertujuan untuk menghindari plagiasi secara judul atau tema, dan duplikasi hasil penelitian. Berikut adalah hasil penelitian yang telah dikaji:

Pertama, Jurnal Nidhomiya: *Research Journal of Islamic Philanthropy and Disaster* oleh Nurul Alfiatus Sholikhah dan Unun Roudlotul Janah yang berjudul “Efektivitas *Digital Fundraising* melalui platform “*indonesiadermawan.id*” pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo”.¹⁴ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang melatarbelakangi penggunaan platform “*indonesiadermawan.id*” sebagai salah satu metode *fundraising* oleh ACT Ponorogo, yaitu kepemilikan platform secara pribadi

¹³ Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014), hlm. 15.

¹⁴ Nurul Alfiatus Sholikhah dan Unun Roudlotul Janah, “Efektivitas *Digital Fundraising* melalui platform “*indonesiadermawan.id*” pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo”, *Jurnal Nidhomiya: Research Journal of Islamic Philanthropy and Disaster*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 1.

dan biaya operasional yang murah. Mekanisme penerapan *platform* jika dilihat berdasarkan kinerja belum efektif, sebab perolehan donasi masih jauh dari sasaran. Penggalangan dana melalui “*indonesiadermawan.id*” memiliki faktor pendukung diantaranya: *platform* milik pribadi, biaya operasional yang murah, kemudahan akses, informasi rinci dalam platform, dan menerima transfer melalui *e-wallet* dan gerai Alfamart. Selain itu ada pula faktor penghambat, yaitu kurang dikenal oleh masyarakat dan akses jaringan internet yang belum merata.

Kedua, jurnal MAZAWA oleh Nur Jamaludin dengan judul “Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang”.¹⁵ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penghimpunan dana zakat di BAZNAS kota Tangerang sudah dapat dikatakan efektif, dilihat dari terpenuhinya indikator efektivitas, yaitu pencapaian tujuan, dapat dilihat dari hasil perhitungan dan pengukuran rasio dengan. Dengan hasil 8,94% dan rumus 20 rasio penghimpunan pada tahun 2019 dengan hasil 1,73%, dan jika range kurang dari 2% maka dapat dikatakan efektif.

Ketiga, skripsi Rejeki Kasiro Siregar dengan judul “Efektivitas Pemanfaatan Layanan Digitalisasi dalam Pembayaran Zakat bagi *muzakki* di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara”.¹⁶

¹⁵ Nur Jamaludin, “Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Tangerang”, *Jurnal MAZAWA*, Vol. 2, No. 2, 2021, hlm. 1.

¹⁶ Rejeki Kasiro Siregar, “Efektivitas Pemanfaatan Layanan Digitalisasi Dalam Pembayaran Zakat Bagi Muzakki di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara”, *Skripsi*, 2021, hlm. 1-2.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan pembayaran digital sebagai media penghimpunan dana zakat yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Utara adalah masih kurang efektif. Dapat dilihat dari pertumbuhan penerimaan zakat secara transfer kurang dari 60% dan hanya mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebanyak 26,25% dan penerimaan secara total hanya mengalami peningkatan pada tahun 2017 pada 55,88%. Hal ini disebabkan kurangnya antusiasme muzakki untuk memperoleh informasi dan penggunaan teknologi yang terhambat oleh usia pada sebageian muzakki yang telah berusia lanjut serta kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kewajiban zakat bagi umat Muslim.

Keempat, jurnal Dwi Andini Putri dan Siti Ernawati yang berjudul “Rancang Bangun Aplikasi Zakat *Online* berbasis *Web* pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bogor”.¹⁷ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kekurangan pada *web* BAZNAS Kota Bogor yaitu belum tersedianya laman khusus untuk muzakki, belum tersedianya chat langsung bagi muzakki, belum tersedianya data atau mustahik atau penerima zakat, dan ketidakefektifan dalam laporan data pemberi dan penerima zakat.

Kelima, Winda Dkk dalam jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul “Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Zakat

¹⁷ Dwi Andini Putri dan Siti Ernawati, “Rancang Bangun Aplikasi Zakat Online Berbasis Web pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bogor”, *Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi*, Vol. 3, No. 1, 2019, hlm 1.

untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Miskin”.¹⁸ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mendukung aktivitas optimalisasi pengumpulan zakat harus dibuat basis teknologi informasi agar lebih efektif dan cepat, seperti adanya *Whatsapp Center, Twitter, Facebook, Instagram*, serta produk digital lainnya lainnya bukan hanya data *muzakki* yang bisa dengan mudah terkumpul namun data *mustahik* pun bisa dilihat dengan basis data teknologi informasi.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah ditinjau, terdapat relevansi tema dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu efektivitas zakat melalui media teknologi digital. Adapun perbedaan mendasar yang ditemukan adalah latar penelitian, di mana BAZNAS Kota Yogyakarta yang dijadikan sebagai lokasi penelitian berbeda dan belum tercantum dalam penelitian-penelitian terdahulu. Atas dasar tersebut, diperlukan penelitian lebih lanjut dan mendalam mengenai efektivitas pelaksanaan *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta.

¹⁸ Winda, “Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Zakat untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Miskin”, *JEBI : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* , Vol 3 No. 2, Juli Desember, 2018, hlm. 227-236.

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan tentang Efektivitas

a. Pengertian efektivitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia efektivitas berarti ada pengaruhnya, akibatnya, manjur atau mujarab. Efektivitas mengandung arti pengaruh atau keberhasilan setelah melakukan sesuatu. Efektivitas merupakan kemampuan untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara atau peralatan yang tepat.

Efektivitas diartikan sebagai pedoman kata yang menunjukkan taraf pencapaian suatu tujuan dengan kata lain bahwa suatu usaha dapat dikatakan efektif jika usaha tersebut mencapai tujuannya. Efektivitas merupakan adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas yang dituju. Selanjutnya dijelaskan bahwa efektivitas adalah berkaitan erat dengan perbandingan antara tingkat pencapaian tujuan dengan rencana yang telah disusun sebelumnya, atau perbandingan hasil nyata dengan hasil yang direncanakan.¹⁹

Upaya mengevaluasi jalannya suatu organisasi, dapat dilakukan melalui konsep efektivitas. Konsep ini adalah salah satu faktor untuk menentukan apakah perlu dilakukan perubahan secara signifikan terhadap bentuk dan manajemen organisasi atau tidak.

Dalam hal ini, efektivitas merupakan pencapaian tujuan organisasi

¹⁹ E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2004), hlm. 82.

melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efisien, ditinjau dari sisi masukan (*input*), proses, maupun keluaran (*output*). Dalam hal ini yang dimaksud sumber daya meliputi ketersediaan personil, sarana dan prasarana serta metode dan model yang digunakan. Suatu kegiatan dikatakan efisien apabila dikerjakan dengan benar dan sesuai prosedur, sedangkan dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat.²⁰

Menurut Bastian dalam Asnawi, efektivitas dapat diartikan sebagai keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu efektivitas adalah hubungan antara *output* dan tujuan di mana efektivitas diukur berdasarkan seberapa jauh tingkat *output* atau keluaran kebijakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selanjutnya istilah efektivitas adalah pencapaian tujuan atau hasil yang dikehendaki tanpa menghiraukan faktor-faktor tenaga, waktu, biaya, pikiran, alat-alat dan lain-lain yang telah ditentukan.²¹

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan suatu keadaan yang terjadi sebagai akibat dari apa yang dikehendaki. Misalkan saja jika seseorang

²⁰ Iga Rosalina, "Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan pada Kelompok Pinjaman Bergulir di Desa Mantren Kec. Karangrejo Kabupaten Magetan", *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 1, No. 1, Februari 2012, hlm. 4.

²¹ Asnawi, "Efektivitas Penyelenggaraan Publik pada Samsat Corner Wilayah Malang Kota", *Skripsi*, (Malang: FISIP, Universitas Muhammadiyah Malang), hlm. 6.

melakukan suatu perbuatan dengan maksud tertentu dan memang dikehendakinya, maka perbuatan orang itu dikatakan efektif jika hasil yang dicapai sesuai dengan apa yang dikehendakinya dan telah direncanakan sebelumnya.

b. Indikator efektivitas

Efektivitas bisa diukur menggunakan beberapa indikator. Indikator-indikator efektivitas yang umum diterapkan adalah apa yang telah dijelaskan oleh James L. Gibson, antara lain:²²

- 1) Produktivitas dalam mencapai tujuan. Indikator pertama yang paling penting ini dimaknai sebagai ukuran terhadap besarnya hasil yang didapatkan dari target awal yang telah dirancang, diatur, dan ditetapkan oleh organisasi ataupun lembaga. Sederhananya, seberapa besar hasil realisasi dari ekspektasi. Dalam hal ini pencapaian tujuan merupakan sebuah proses, oleh karena itu agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin maka perlu diadakannya penetapan pencapaian, baik itu pencapaian bagian-bagian dari organisasi ataupun pencapaian dari keseluruhan organisasi.
- 2) Kemampuan adaptasi. Indikator ini merupakan penanda akan upaya dan usaha yang dilakukan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Dalam kemampuan adaptasi, hal

²² James L. Gibson, dkk., *Organisasi (Perilaku, Struktur, dan Proses)* terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 30.

krusial yang perlu diperhatikan adalah organisasi atau lembaga dapat benar-benar tanggap atau responsif terhadap segala bentuk perubahan yang terjadi, baik dari sisi internal dan eksternal yang mungkin akan dihadapi sewaktu-waktu.

- 3) Kepuasan kerja adalah perasaan positif seseorang tentang pekerjaan yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristiknya. Kepuasan kerja muncul dari performa yang dihasilkan oleh lembaga melalui lingkungan, metode, dan sistem pekerjaan yang memenuhi kebutuhan seorang pekerja sehingga dapat memberi dampak positif yang memuaskan perasaannya.
- 4) Pengembangan yang merupakan cara atau mengukur sebuah kemampuan organisasi untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menghadapi tuntutan. Seperti pengembangan yang terdiri dari sumber daya manusia, sarana, dan prasarana yang sangat menentukan keberhasilan organisasi ataupun lembaga dalam mencapai tujuan.

c. Pendekatan efektivitas

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas suatu organisasi ada tiga pendekatan yang dapat digunakan, seperti yang dikemukakan oleh Lubis dan Huseini yakni:²³

²³ S.B. Hari Lubis dan Martani Huseini, *Teori Organisasi (Suatu Pendekatan Makro)*, (Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia, 1987), hlm 55.

- 1) Pendekatan sumber (*resource approach*) yakni mengukur efektivitas dari *input*. Pendekatan ini mengutamakan adanya keberhasilan organisasi untuk memperoleh sumber daya baik fisik maupun nonfisik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.
 - 2) Pendekatan proses (*process approach*) adalah untuk melihat sejauh mana efektivitas pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi.
 - 3) Pendekatan sasaran (*goals approach*) dimana pusat perhatian pada output, mengukur keberhasilan organisasi untuk mencapai hasil (*output*) yang sesuai dengan rencana.
2. Tinjauan tentang *Digital Fundraising*

a. Pengertian *fundraising*

Fundraising berarti pengumpulan atau penghimpunan dana. Sedangkan orang yang mengumpulkannya adalah *fundraiser*.²⁴ *Fundraising* juga dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan, maupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai

²⁴ Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, dan Miftah Arifin, “Strategi Fundraising Zakat Profesi Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara”, *Jurnal Proceeding of conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAEE)*, Vol. 2 , 2019, hlm. 123.

program dan kegiatan operasional organisasi atau lembaga sehingga mencapai tujuannya.²⁵

Adapun tujuan *fundraising* yaitu:²⁶

1) Menghimpun dana

Mengumpulkan dana adalah tujuan *fundraising* yang paling mendasar, dana dimaksudkan adalah dana zakat maupun dana operasi pengelola zakat. Termasuk dalam pengertian dana adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material.

2) Meningkatkan jumlah *muzakki* / donatur

Amil melakukan *fundraising* dengan harapan menambah jumlah atau populasi *muzakki*/donatur zakatnya. Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap *muzakki* atau menambah *muzakki* baru. Dari kedua pilihan tersebut menambah *muzakki* adalah cara yang relatif lebih mudah daripada menaikkan jumlah donasi dari setiap *muzakki*.

3) Meningkatkan kepuasan *muzakki*

Kepuasan *muzakki* akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diberikan kepada lembaga. Mereka akan mendonasikan dananya kepada lembaga secara berulang-ulang, bahkan

²⁵ Jauhar Faradis dkk, "Manajemen Fundraising Wakaf Produktif: Perbandingan Wakaf Selangor (PWS) Malaysia dan Badan Wakaf Indonesia", *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 49, No. 2, Desember, 2015, hlm. 506.

²⁶ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar", *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, Desember, 2018, hlm. 60.

menginformasikan kepuasannya terhadap lembaga secara positif kepada orang lain.

- 4) Membangun, mempertahankan, dan meningkatkan citra lembaga (*brand image*)

Disadari atau tidak, aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh organisasi pengelola zakat, baik langsung atau tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga. Citra ini dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memberikan dampak positif. Dengan citra ini setiap orang akan menilai lembaga, dan pada akhirnya menunjukkan sikap atau perilaku terhadap lembaga. Citra yang baik akan sangat mudah sekali mempengaruhi masyarakat untuk memberikan donasi kepada lembaga.

- 5) Menghimpun simpatisan, relasi, dan pendukung

Kadang kala ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh

sebuah BAZNAS atau LAZ. Mereka mempunyai kesan positif dan bersimpati terhadap organisasi pengelola zakat tersebut.

Akan tetapi, pada saat itu mereka tidak mempunyai kemampuan untuk memberikan dana kepada lembaga tersebut sebagai donasi karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi *muzakki*. Setidaknya terdapat dua

strategi atau model utama yang digunakan dalam proses *fundraising* yakni:²⁷

a) *Direct fundraising* (*fundraising* langsung)

Dengan menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung) dilakukan.

b) *Indirect fundraising* (*fundraising* tidak langsung)

Metode tidak langsung adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan data akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika.

b. Pengertian *digital fundraising*

Menurut Sargeant & Jay yang dikutip oleh John Basco, *digital fundraising* merupakan teknik penggalangan dana apapun yang menggunakan media digital untuk menghasilkan dana dari audiens.²⁸

²⁷ Arman Marwing, "Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan Fundraising Zakat", *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1, Oktober, 2015, hlm. 206.

²⁸ John Basco, "Digital Fundraising Strategies for Nonprofit Marketing Leaders in International Markets", *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*, 79. 12, Agustus, 2018, hlm. 7.

Digital fundraising merupakan kegiatan yang sangat dinamis dan akan selalu membutuhkan teknologi dan informasi yang sesuai dengan *trend* perkembangannya,²⁹ yaitu media sosial yang semakin sering digunakan untuk mengumpulkan dana dari pendukung seperti *instagram, facebook, twitter*, dan lain sebagainya. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *digital fundraising* diartikan sebagai penghimpunan dana zakat dari individu maupun organisasi secara *digital* yakni dengan menggunakan berbagai *platform* seperti *e-commerce, website*, aplikasi, dan sosial media.

Berikut ini adalah cara orang dapat memberi secara *digital*, tetapi dana pada dasarnya dihasilkan dalam tiga cara:³⁰

1) *On going online donations* (donasi *online* berkelanjutan)

Donasi datang melalui *website* atau halaman penggalangan dana online sepanjang tahun.

2) *Digital fundraising campaigns* (kampanye penggalangan dana digital)

Pendapatan dari *digital fundraising campaigns* yang spesifik, biasanya direncanakan dan dibatasi waktunya.

3) *Digital fundraising by sponsoship* (penggalangan dana digital melalui sponsor)

²⁹ Dea Sunarwan, *Digital Fundraising fo Nonprofit...*, hlm. 171.

³⁰ *Ibid*, hlm. 14.

Uang dikumpulkan secara digital melalui sponsor pendukung dan dibayarkan dari *fundraising*.

3. Tinjauan tentang Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat menurut bahasa artinya bertambah dan berkembang. Secara istilah, zakat yang bermakna mengeluarkan sebagian harta yang telah diwajibkan Allah SWT untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya, dengan kadar, haul tertentu dan memenuhi syarat dan rukun nya.³¹ Zakat merupakan kewajiban bagi setiap orang muslim baik laki-laki maupun perempuan yang merdeka dan memiliki satu nisab atau lebih dari harta yang diwajibkan di dalamnya zakat.³²

Menurut Yusuf Qardhawi yang dikutip oleh Muhammad, zakat adalah sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Zakat merupakan salah satu ibadah yang memiliki spesifikasi khusus artinya dalam hal pengelolaannya harus benar-benar dikelola dengan baik dan sesuai syariat Islam, sedangkan dalam

³¹ M. Ali Hasan, *Masail Fiqhiyah: Zakat, Pajak, Asuransi dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2000), hlm. 1.

³² Husein As-Syahatah, *Akuntansi Zakat: Panduan Praktis Penghitungan Zakat Kontemporer* (Jakarta: Penerbit Pustaka Progressif, 2004), hlm. 9

pendistribusianya sudah ada didalam Al Qur'an, jadi tidak semua orang berhak mendapatkan zakat.³³

b. Dasar hukum Zakat

Zakat merupakan konsep ajaran Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits, bahwa harta kekayaan yang dimiliki seseorang adalah amanat yang diberi Allah SWT dan berfungsi sosial. Dengan demikian, zakat adalah suatu kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT. Dasar hukum zakat terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits antara lain :

1) Al- Qur'an

Ada beberapa aturan tentang zakat yaitu di dalam Al-Qur'an dan salah satunya firman Allah SWT surah Al-Baqarah [2] : 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: Dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang yang rukuk. (Q.S. Al – Baqarah : 43).³⁴

2) Hadits

Selain Al-Qur'an dasar untuk menunaikan zakat adalah Hadist Rasulullah SAW. Salah satunya adalah Hadist riwayat Nabi Muhammad SAW, bersabda :

³³ Muhammad, *Zakat Profesi: Wacana Pemikiran dalam Fiqih Kontemporer* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm. 10.

³⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al- Qur'an dan Terjemahannya, <https://quran.kemenag.go.id/surah/2> , diakses pada 5 Desember 2022 pukul 13.21 WIB.

وَقَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ وَجِبَتْ عَلَيْهِ الزَّكَاةُ فَلَمْ يَدْفَعْهَا فَهُوَ

فِي النَّارِ

Nabi Muhammad SAW, bersabda, “*Siapa yang wajib atasnya zakat, lalu ia tidak membayarkannya, maka ia di dalam neraka.*”³⁵

c. Tujuan Zakat

Hasbi Ash-Shiddieqy mengutip dari Yusuf Qardhawi yang membagi tujuan zakat menjadi tiga sasaran, yaitu tujuan zakat bagi *muzakki*, *mustahik*, dan bagi masyarakat.³⁶

1) Tujuan zakat bagi *muzakki*

a) Dengan melakukan zakat maka jiwa dapat terbebas dari sifat yang buruk yaitu kikir. Seringnya sifat kikir.

Seringnya sifat kikir muncul karena rasa cinta yang berlebihan terhadap harta benda atau yang bersifat duniawi.

Sehingga mau melakukan apa saja untuk mendapatkan materi atau harta yang telah digadangkan meskipun dengan cara yang melanggar norma-norma.

b) Zakat mengajarkan untuk berbagi, hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi penyakit kikir adalah dengan membiasakan diri untuk berbagi, salah satunya dengan bersedekah atau berzakat.

³⁵ Annisa Nurul Hasanah, *Hadis-hadis Keutamaan Zakat*, <https://bincangsyariah.com/khazanah/hadis-hadis-keutamaan-zakat/>, diakses pada 5 Desember 2022, pukul 15.33.

³⁶ Hasbi Ash –Shiddieqy, *Pedoman Zakat*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), hlm. 24.

- c) Zakat merupakan wujud rasa syukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah kepada kita.
- d) Selain salah satu rukun Islam, zakat merupakan ujian bagi seorang hamba. Apakah dengan rezeki yang melimpah ia menjadi taat atau menjadi hamba yang lupa dan menggunakan harta bendanya di jalan kemaksiatan
- e) Zakat mendatangkan kecintaan akan sesama manusia. Zakat dapat menciptakan kerukunan dan keharmonisan antara orang kaya dan orang miskin. Dengan zakat kita dapat menghilangkan sifat iri dan sombong terhadap orang lain.

2) Tujuan zakat bagi *mustahik*

- a) Zakat dapat meringankan bahkan membebaskan *mustahik* dari kesulitan yang tengah menimpa dirinya.
- b) Zakat dapat menghilangkan sifat benci dan dengki.

3) Tujuan Zakat bagi masyarakat

- a) Zakat dan tanggung jawab sosial. Hal ini adalah sifat identitas sosial, seperti saling membantu dan menolong orang lain, meringankan beban orang – orang yang lemah seperti, fakir, miskin orang - orang yang berhutang dan Ibnu Sabil.
- b) Zakat dan aspek ekonomi. Dilihat dari aspek ekonomi, zakat dapat membuat para pemilik harta untuk terus bekerja

mencari rizki, agar digunakan untuk membayar zakat. Bisa juga mengurangi ketimpangan antara miskin dan kaya, kesenjangan ekonomi sering menimbulkan konflik maka dari itu di redam dengan cara berzakat.

d. Harta yang wajib dizakati

Al-Qur'an tidak memberi ketegasan tentang kekayaan wajib zakat dan syarat-syarat apa yang mesti dipenuhi, serta tidak menjelaskan berapa besar yang harus dizakatkan. Memang terdapat beberapa jenis kekayaan yang disebutkan dan diperingatkan AL-Qur'an untuk dikeluarkan zakatnya sebagai hal Allah, yaitu sebagai berikut:³⁷

- 1) Emas, perak dan uang wajib dikeluarkan zakatnya apabila telah dipunyai (dimiliki secara pasti) selama satu tahun penuh dan mencapai nisabnya.
- 2) Pendapatan dari perdagangan dan perusahaan lain bisnis. Zakat perdagangan yang dimaksud bukan merupakan zakat profesi sebagai pedagang, melainkan zakat yang dihasilkan dari keuntungan berniaga selama satu tahun (masa haul) yang dihitung sejak waktu pembelian barangnya. Besarnya nishab barang perniagaan ini sama dengan nisab emas dan perak, senilai 85 gram emas, zakat nya sebesar 2,5% para zakat

³⁷ Didin Hafidhudin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 34.

menganalogikan zakat perindustrian sama dengan zakat perdagangan. Sehingga nishab emas yaitu 85 gram emas, kadar zakatnya sebesar 2,5%. Sedangkan nisab untuk zakat perusahaan adalah senilai 85 gram emas.

- 3) Hasil bumi dan pertambangan. Zakat pertambangan adalah segala yang dikeluarkan dari hasil bumi yang dijadikan Allah di dalamnya dan berharga, seperti timah, besi dan sebagainya. Harta makdin (pertambangan) yang berupa besi, baja, tembaga, kuningan, timah, minyak, batu bara dan lain – lain di Indonesia dikuasai oleh negara. Adapun yang berupa batu-batuan, emas dan perak, oleh pemerintahan masyarakat masih diperbolehkan menambangnya. Makdin yang dikenakan zakat, yaitu 2,5%. Adapun nisabnya seharga nisab emas ialah 20 dinas atau 96 gram.

- 4) Pendapatan dan jasa profesi. Zakat pendapatan dan jasa profesi zakat profesi (penghasilan) adalah zakat yang dikeluarkan dari hasil profesi (pekerjaan) seseorang, baik dokter, arsitek, notaris, ulama, karyawan, guru, dan lain-lain. Ada dua macam yang menghasilkan uang. Pertama, pekerjaan yang dikerjakan sendiri tanpa tergantung kepada orang lain, berkat kecekatan tangan maupun otak. Kedua, pekerjaan yang dikerjakan seseorang buat pihak lain, baik pemerintah, perusahaan, maupun perorangan dengan memperoleh upah yang diberikan, dengan telapak

tangan, otak ataupun kedua keduanya. Penghasilan dari pekerjaan seperti itu, berupa gaji, upah, ataupun honorium.

e. Golongan penerima zakat

Harta zakat tidak bisa diberikan kepada sembarang orang, serta ketentuannya telah ditetapkan oleh syariat Islam hal itu diatur dalam firman Allah Swt dalam Q.S At-Taubah ayat 60 sebagai berikut:³⁸

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي
الرِّقَابِ وَالْغُرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
حَكِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Mahabijaksana.” (QS. At-Taubah: 60).

Berdasarkan Q.S At-Taubah ayat 60, terdapat 8 asnaf yang menerima zakat. Antara lain fakir, miskin, amil, mualaf, *riqab*, *gharimin*, *fisabilillah* dan *ibnu sabil*. Berikut masing – masing penjelasannya:³⁹

1) Fakir

Fakir menurut mazhab hanafi merupakan orang yang memiliki apa-apa dibawah nilai nisab menurut hukum zakat yang sah,

³⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, <https://quran.kemenag.go.id/surah/9> , diakses pada 5 Desember 2022 pukul 14.16 WIB.

³⁹ Muhammad Firdaus, dkk., *Economic Estimation and Determinations of Zakat Potential in Indonesia*, Islamic Research and Training Institute, hlm.18.

atau nilai sesuatu yang dimiliki mencapai nisab atau lebih yang terdiri dari perabot rumah tangga, barang-barang, pakaian, buku sebagai keperluan pokok sehari-hari. Fakir dalam definisi fikih adalah orang yang tidak memiliki harta atau pekerjaan yang layak yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya sendiri dan orang-orang yang wajib dinafkahi olehnya. Maksud dari kebutuhan hidup adalah sandang, pangan dan papan serta kebutuhan lain sesuai standar kelayakan yang di berikan.

2) Miskin

Miskin adalah keadaan saat ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, tempat berlindung, pendidikan dan kesehatan. Kemiskinan dalam arti ini dipahami sebagai situasi kelangkaan barang – barang dan pelayanan dasar.

3) Amil

Secara bahasa amil berarti pekerja (orang yang melakukan pekerjaan) Secara istilah amil adalah orang yang diangkat oleh pemerintah (imam) untuk mengumpulkan dan mendistribusikan zakat kepada orang – orang yang berhak menerimanya.

4) Muallaf

Muallaf adalah orang yang dilembutkan hatinya dengan tujuan agar mereka berkenan menerima agama Islam secara utuh.

5) Riqob

Secara bahasa riqob atau budak dalam bahasa arab yang bermakna orang yang dimiliki baik laki-laki maupun perempuan. Sedangkan secara istilah para ulama fikih mendefinisikan riqob ini dengan keadaan manusia yang menjadi hak milik dari manusia yang lain.

6) Gharimin

Secara bahasa kata gharmin atau yang berhutang bermakna orang yang wajib membayar utangnya. Dalam bahasa arab kata gharimin juga sering disebut dengan istilah Al-Madin. Sedangkan secara istilah hukum syariat, istilah Al-Gharim bermakna orang yang berutang dan tidak mampu untuk membayar utangnya. Berutang disini karena kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya.

7) Fi Sabilillah

Jumhur ulama memberikan pengertian fisabilillah sebagai mempertahankan dan memperjuangkan agama dan kaum muslimin.

8) Ibnu Sabil

Secara bahasa istilah Ibnu Sabil terdiri dari dua kata yaitu ibnu yang berarti ana laki – laki dan sabil yang berarti jalan, jadi makna dari ibnu sabil adalah orang yang menempuh perjalanan jauh. Sedangkan secara istilah umumnya para ulama

mendefinisikan istilah *ibnu sabil* sebagai orang yang terputus dari hartanya, baik di luar negerinya atau di dalam negerinya atau melewatinya. Dapat disimpulkan orang yang sudah kehabisan harta dan tidak memiliki bekal untuk meneruskan atau kembali lagi ke rumahnya.

f. *Muzakki*

Muzakki adalah seorang muslim atau perusahaan yang wajib mengeluarkan zakat, menurut Pasal 1 Ayat 5 Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011.⁴⁰ *Muzakki* merupakan orang atau perusahaan yang *fardhu 'ain* mengeluarkan zakat setelah memenuhi ketentuan yang telah berlaku. Ada beberapa syarat menjadi *muzakki* yaitu:⁴¹

1) Merdeka

Sesuai dengan yang disampaikan oleh *Sayyidina Umar bin Khatab ra.*, menegaskan bahwa harta seorang hamba sahaya tidak akan dikenakan zakat, sehingga ia merdeka.

2) Islam

Zakat hanya diwajibkan kepada seorang islam, jadi bagi seseorang bukan beragama islam tidak wajib membayar zakat.

⁴⁰ Wahyu Akhbar dan Jeffry Tarantang, *Manajemen Zakat (Hakikat Spirit Al-Qur'an Surah At-Taubat [9] : 103)*, (Yogyakarta : K-Media, 2018), hlm. 19.

⁴¹ Ahmad Sudirman Abbas, *Zakat : Ketentuan dan Pengelolaannya*, (Bogor: CV. Anugrah Berkah Sentosa, 2017), hlm. 23.

Adapun menurut pendapat Wahbah Zuhaili bahwa syarat zakat mal sebagai berikut:⁴²

- a) Islam
- b) Sempurna kepemilikannya
- c) Halal
- d) Berkembang
- e) Mencapai *nisab* atau batas minimal zakat kecuali rikaz (tidak diisyaratkan)
- f) Lebih dari kebutuhan pokok
- g) Bebas dari hutang
- h) Haul (lebih dari satu tahun *Qomariyah*)
- i) Merdeka

G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁴³ Cakupan metode yang digunakan pada penelitian ini meliputi:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan

⁴² Bambang Sudibyo, dkk., *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*, (Jakarta : Badan Amil Zakat Nasional, 2018), hlm. 44.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 3.

lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁴⁴ Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap permasalahan yang diteliti, yaitu efektivitas pelaksanaan *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta.

2. Ruang Lingkup Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber informasi untuk mencari data-data dalam penelitian.⁴⁵ Adapun subjek penelitian ini adalah ketua bidang *fundraising*, staf *fundraising*, serta *Muzakki*.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal pokok yang akan diteliti dari penelitian.⁴⁶ Objek penelitian ini terkait efektivitas pelaksanaan *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat BAZNAS Kota Yogyakarta.

⁴⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 6.

⁴⁵ Tatang Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 2002), hlm. 92.

⁴⁶ Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1997), hlm. 167.

3. Sumber Data

a. Data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul.⁴⁷ Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu dengan menggunakan metode wawancara. Wawancara dilakukan dengan tatap muka bersama informan baik secara langsung atau tidak langsung.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data⁴⁸, seperti melalui orang lain atau dokumen⁴⁹. Adapun sumber data sekunder penelitian ini berupa buku, jurnal, profil lembaga, arsip-arsip, dan semua informasi yang berkaitan dengan strategi menggunakan *digital fundraising* di BAZNAS Kota Yogyakarta.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam melakukan penelitian. Tanpa pengumpulan data, suatu penelitian mustahil dapat dilaksanakan. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui:

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...* hlm. 308.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 309.

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 134.

a. Wawancara

Mengutip dari Moleong, wawancara adalah pembicaraan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban.⁵⁰ Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*in depth interviewe*) berupa wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta untuk menyatakan pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan bantuan pedoman wawancara untuk memudahkan dan memfokuskan pertanyaan yang diutarakan.⁵¹ Wawancara dilakukan dengan ketua bidang *fundraising*, staf *fundraising* dan *muzakki* BAZNAS Kota Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dengan pengamatan suatu objek yang diteliti. Pada observasi, data dikumpulkan secara langsung di lokasi penelitian, yang kemudian

⁵⁰ Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif...* hlm. 186.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 73-74.

diwujudkan dalam bentuk tulisan dan berperan sebagai data lapangan.⁵² Penelitian ini menggunakan teknik observasi non partisipatif dimana peneliti tidak ikut terlibat secara langsung dalam kegiatan orang yang akan diamati. Kegiatan yang dilakukan di BAZNAS Kota Yogyakarta akan diamati melalui foto kegiatan, dokumen-dokumen dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini, guna untuk melengkapi penelitian yang akan dibuat.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.⁵³

5. Teknis Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman. Analisis data Miles dan Huberman dikutip dalam Sugiyono, mencakup tiga proses analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Proses ini dilakukan sebelum pengumpulan data, tepatnya pada saat menentukan rancangan dan perencanaan penelitian, pada saat proses ini dilakukan sebelum pengumpulan data, tepatnya pada saat menentukan rancangan dan

⁵² Nana Syaodiah Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 220.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 124.

perencanaan penelitiapan, pada saat proses pengumpulan data dan analisis awal, serta setelah tahap pengumpulan akhir.⁵⁴

a. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal – hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk meakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian data

Setelah data direduksi, kemudian langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan mendisplay data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya.

c. Kesimpulan dan verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan langkah terakhir. Tahap verifikasi dilakukan penetapan makna dari data yang tersedia. Penelitian diharapkan dapat menjelaskan rumusan penelitian dengan lebih jelas berkaitan dengan pelaksanaan *digital fundraising* di BAZNAS Kota Yogyakarta. Selanjutnya peneliti akan melaporkan hasil penelitian dengan mendeskripsikan melalui

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 335.

kalimat yang baik. Setelah itu menyederhanakan dan menyusun secara sistematis. Langkah selanjutnya adalah menjabarkan hal – hal yang penting untuk selanjutnya data diolah sesuai dalam sistematis penulisan dalam usaha memahami kenyataan yang ada dalam usaha menarik kesimpulan.

6. Uji Keabsahan Data

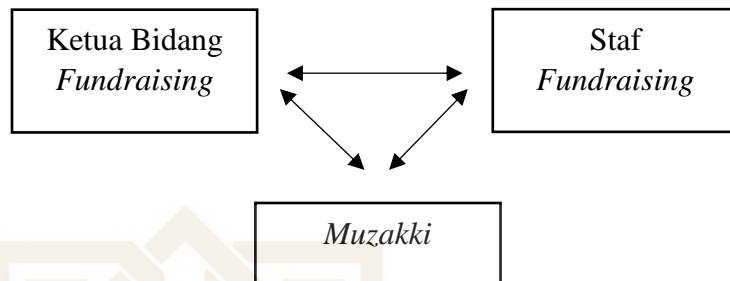
Pengujian keabsahan dalam metode kualitatif umumnya terdiri dari beberapa jenis, seperti uji validitas internal (*credibility*), validitas eksternal (*transferability*), reliabilitas (*reliability*), dan objektivitas (*confirmability*).⁵⁵ Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan melalui uji validitas dengan teknik triangulasi. Triangulasi dalam diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.⁵⁶

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui sumber. Visualisasi triangulasi sumber ini dapat dilihat pada Gambar 1.1. berikut:

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm. 270.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...* hlm. 125.

Gambar 1.1
Triangulasi Sumber



Sumber: Buku Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D⁵⁷

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk menunjukkan rangkaian pembahasan penelitian secara sistematis. Penelitian proposal skripsi ini disusun dalam empat bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kajian teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Gambaran Umum, meliputi informasi umum mengenai BAZNAS Kota Yogyakarta, letak geografis lembaga, dasar hukum dan kelembagaan, visi dan misi, struktur organisasi, dan program kerja.

BAB III : Pembahasan mengenai pelaksanaan *digital fundraising* pada BAZNAS kota Yogyakarta dan efektivitas *digital fundraising*

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hlm. 368.

dalam meningkatkan pembayaran zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta.

BAB IV: Penutup, meliputi kesimpulan, saran-saran , serta rekomendasi.

Pada akhir penyusunan penelitian ini akan ditambahkan daftar pustaka.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait dengan efektivitas pelaksanaan *digital fundraising* dalam meningkatkan pembayaran zakat di BAZNAS kota Yogyakarta menunjukkan bahwa *digital fundraising* zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta dilaksanakan dalam dua langkah, yaitu penetapan sasaran *muzakki* prioritas dan penyediaan media pembayaran zakat digital melalui *website* Kantor Digital yang mewadahi layanan *digital fundraising* seperti QRIS, *e-commerce*, dan *crowdfunding*. Media yang digunakan ini memudahkan *muzakki* untuk melakukan pembayaran zakat sehingga pelaksanaannya dapat berjalan dengan efektif.

Efektivitas pelaksanaannya dilihat dari beberapa indikator, yaitu (1) Produktivitas, dimana terdapat peningkatan penerimaan zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta pada setiap tahunnya serta dapat mengatasi berbagai kendala terkait pembayaran zakat, hanya saja peningkatan tersebut belum memenuhi target yang diharapkan. (2) Kemampuan adaptasi dengan adanya program *digital fundraising* di BAZNAS Kota Yogyakarta dapat diterima dengan baik segala perubahannya serta memberikan kemudahan untuk masyarakat atau *muzakki* serta amil yang bertugas untuk menghimpun dana zakat. (3) Kepuasan kerja dalam *digital fundraising* zakat di BAZNAS Kota Yogyakarta dapat memenuhi kebutuhan *muzakki* dengan baik sehingga

dapat memudahkan dalam melakukan pembayaran zakat serta dapat meningkatkan kepercayaan di kalangan masyarakat. (4) Pengembangan sistem media *digital fundraising* yang di lakukan oleh BAZNAS Kota Yogyakarta yaitu dengan memaksimalkan layanan-layanan digital yang belum sepenuhnya memenuhi target yang akan dicapai, seperti *e-commerce* dan *crowdfunding*.

B. Saran

Saran dari hasil temuan penelitian yang di lakukan di BAZNAS Kota Yogyakarta sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga

Berdasarkan hasil temuan ini, peneliti menyarankan agar menyederhanakan aksesibilitas layanan Kantor Digital sehingga cukup mengakses *website* dan tidak perlu diarahkan kepada aplikasi penunjang yang harus diunduh terlebih dahulu.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya untuk memperluasa pembahasan dan menambah informan penelitian agar informasi yang terkumpul bisa lebih kuat serta dengan menambah indikator-indikator yang akan diteliti agar bisa menambah referensi bacaan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Ahmad Sudirman, *Zakat: Ketentuan dan Pengelolaannya*, Bogor: CV. Anugrah Berkah Sentosa, 2017.
- Akhbar, Wahyu dan Jeffry Tarantang, *Manajemen Zakat (Hakikat Spirit Al-Qur'an Surah At-Taubat [9] : 103)*, Yogyakarta : K-Media, 2018.
- Al-Dagistani, Maryam Ahmad. *Masharif al-Zakah fi al-Syari'ah al-Islamiyyah*. Kairo: al-Mathba'ah al-Islamiyyah al-Haditsah, 1992.
- Ali Hasan, M, *Masail Fiqhiyah: Zakat, Pajak, Asuransi dan Lembaga Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2000.
- Andini Putri, Dwi, dan Siti Ernawati, "Rancang Bangun Aplikasi Zakat Online Berbasis Web Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)", Malang: Seminar Nasional Sistem Informasi , Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang, 2019.
- Arifin, Tatang, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Rajawali, 2002.
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian* , Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Ash –Shiddieqy, Hasbi, *Pedoman Zakat*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984.
- Asnawi, "Efektivitas Penyelenggaraan Publik Pada Samsat Corner Wilayah Malang Kota", *Skripsi*, Malang: Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2013.
- As-Syahatah, Husein, *Akuntansi Zakat: Panduan Praktis Penghitungan Zakat Kontemporer* Jakarta: Penerbit Pustaka Progressif, 2004.
- Badan Amil Zakat Nasional, *Statistik Zakat Nasional 2019*, Jakarta: BAZNAS, 2020.
- Basco, John, "Digital Fundraising Strategies for Nonprofit Marketing Leaders in International Markets", *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*, 79. 12, Agustus, 2018.
- BAZNAS Kota Yogyakarta, *Profil: Struktur Organisasi*, <https://baznas.jogjakota.go.id/page/index/struktur-organisasi> diakses 31 Juli 2023, pukul 20.42 WIB.
- BAZNAS Kota Yogyakarta, *Program: Jogja Cerdas*, <https://baznas.jogjakota.go.id/page/index/jogja-cerdas> , diakses 31 Juli 2023, pukul 21.40 WIB.

- BAZNAS Kota Yogyakarta, *Program: Jogja Peduli*, <https://baznas.jogjakota.go.id/page/index/jogja-peduli> , diakses 31 Juli 2023, pukul 21.44 WIB.
- BAZNAS Kota Yogyakarta, *Program: Jogja Sehat*, <https://baznas.jogjakota.go.id/page/index/jogja-sehat> , diakses 31 Juli 2023, pukul 21.41 WIB.
- BAZNAS Kota Yogyakarta, *Program: Jogja Sejahtera*, <https://baznas.jogjakota.go.id/page/index/jogja-sejahtera> , diakses 31 Juli 2023, pukul 21.43 WIB.
- BAZNAS Kota Yogyakarta, *Program: Jogja Taqwa*, <https://baznas.jogjakota.go.id/page/index/jogja-taqwa> , diakses 31 Juli 2023, pukul 21.39 WIB.
- BAZNAS Kota Yogyakarta, *Program: Jogja Taqwa, Mualaf Center BAZNAS Kota Yogyakarta*, <https://baznas.jogjakota.go.id/page/index/mualaf-centre-baznas-kota-yogyakarta> , diakses 31 Juli 2023, pukul 21.49 WIB.
- Faisal, “Sejarah Pengelolaan Zakat di Dunia Muslim dan Indonesia”, *Analisis*, vol. 11 : 2, 2011.
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Faradis, Jauhar, dkk., “Manajemen Fundraising Wakaf Produktif: Perbandingan Wakaf Selangor (PWS) Malaysia dan Badan Wakaf Indonesia”, *Asy-Syir’ah*, Vol. 49, No. 2, Desember, 2015.
- Hafidhudin, Didin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Hasanah, Annisa Nurul, *Hadis-hadis Keutamaan Zakat*, <https://bincangsyariah.com/khazanah/hadis-hadis-keutamaan-zakat/>, diakses pada 5 Desember 2022, pukul 15.33.
- Hutami, Nurul, dan Irwansyah, “Pemanfaatan Aplikasi *Mobile* Kitabisa Dalam Pelaksanaan *Crowdfunding* Di Indonesia”, *Komunikasi*, vol. 13 : 2, 2019.
- Indonesia.go.id, *Transaksi Uang Elektronik Melejit*, Indonesia.go.id - Transaksi Uang Elektronik Melejit , diakses pada 3 Agustus 2023, pukul 13.37 WIB.
- Jamaludin, Nur, “Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Tangerang”, *MAZAWA*, Vol. 2, No. 2, 2021.

- Jogja, Harian, *Haryadi Lantik Pengurus Baznas*, <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/02/17/510/1063908/haryadi-lantik-pengurus-baznas>, diakses 24 Juli 2023, pukul 21.10 WIB.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, <https://quran.kemenag.go.id/surah/9> , diakses pada 5 Desember 2022 pukul 13.21 WIB.
- Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia, 1997.
- M, Muhammad, *Wacana Pemikiran Zakat dalam Fiqih Kontemporer* Jakarta: Salemba Diniyah, 2011.
- Martono, Ricky Virona. *Analisis Produktivitas dan Efisiensi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Moleong, Lexy. J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Mulyasa, E., *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep Strategi dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2004.
- Nopiardo, Widi, “Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar”, *Imara*, Vol. 1, No. 1, Desember, 2018.
- Nur Rohim, Ade, “Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising”, *Al-Balagh*, Vol. 4. No. 1, Januari-Juni 2019, hlm. 62.
- Nuruddin, Amiur, *Dari Mana Sumber Hartamu*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2021*, Jakarta: BAZNAS, 2021.
- Rohman, Taufiqur, dan Rachma Indrarini, “Efektivitas Penggunaan E-Commerce Dalam Menunjang Penyerapan Zakat Studi Kasus LAZ AL-AZHAR”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, vol. 4 : 2, 2021.
- Rosalina, Iga, “Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir di Desa Mantren Kec. Karangrejo Kabupaten Magetan”, *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 1, No. 1, Februari 2012.
- S.B, Lubis Hari, dan Martani Husaini, *Teori Organisasi (Suatu Pendekatan Makro)*, Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia, 1987.
- Sholikhah, Nurul Alfiatus, dan Unun Roudlotul Janah, “Efektivitas Digital Fundraising melalui platform “indonesiadermawan.id” pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo”, *Nidhomiya: Research Journal of Islamic Philantropy and Disaster*, Vol. 1, No. 1, 2022.

- Siregar, Rejeki Kasiro, "Efektivitas Pemanfaatan Layanan Digitalisasi Dalam Pembayaran Zakat Bagi Muzakki Di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara", *Skripsi*, Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021.
- Sudiby, Bambang, dkk., *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*, Jakarta : Badan Amil Zakat Nasional, 2018,
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sukmadinata, Nana Sayodiah, *Metode Penelitian Pendidikan* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Sunarwan, Dea, *Digital Fundraising for Nonprofit: Bagaimana Menyambut Sebuah Kenormalan baru dalam berbagi*, Malang: PT. Litera Media Tama, 2020.
- Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat
- Winda, "Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Zakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Miskin", *JEBI*, Vol. 3, No. 2, Juli-Desember, 2018
- Zaimah, Nely Rahmawati, "Analisis Progresif Skema Fundraising Wakaf dengan Pemanfaatan E-commerce di Indonesia", *Jurnal Amil Islam*, Vol. 10 No. 2, Desember, 2017.