

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang besar dalam pengelolaan zakat di Indonesia, terutama dalam hal pengumpulan dana dan pola interaksi antara lembaga zakat dengan muzakki. Fenomena ini semakin terlihat pada saat pandemi COVID-19, dimana dilakukan pembatasan kegiatan sosial yang mendorong lembaga zakat untuk beradaptasi dengan memanfaatkan platform digital sebagai media utama untuk mengumpulkan dana zakat.

Dalam hal ini sudah banyak lembaga pengelola zakat yang telah melakukan transformasi digital dengan memanfaatkan berbagai platform seperti aplikasi mobile, situs web resmi, dan media sosial untuk pengumpulan zakat. Penggunaan platform digital ini bukan hanya memudahkan dan meningkatkan efisiensi bagi masyarakat dalam memenuhi kewajiban zakat, tetapi juga memberikan kesempatan yang lebih luas bagi lembaga pengelola zakat untuk menjangkau muzakki dari kalangan generasi muda, yang umumnya sudah tidak asing dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-harinya.

Namun, Meskipun teknologi digital telah berkembang pesat dan dimanfaatkan oleh berbagai lembaga pengelola zakat, masih terdapat kesenjangan yang signifikan antara besarnya potensi zakat dengan realisasi pengumpulan yang ada di Indonesia. Menurut data KEMENAG, pada

tahun 2022 total potensi zakat di Indonesia mencapai Rp. 327 Triliun, jumlah ini hampir sama dengan anggaran perlindungan sosial APBN Indonesia yang mencapai Rp. 431,5 Triliun (KEMENAG, 2023).

Besar potensi ini menunjukkan bahwa zakat bisa menjadi sumber dana yang penting dalam mendorong ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Tetapi, kenyataannya pengumpulan zakat di Indonesia masih belum maksimal. Berdasarkan data Badan Amil Zakat Nasional tahun 2023, total zakat yang berhasil dikumpulkan hanya sekitar Rp. 32 Triliun. Angka ini hanya mewakili 9,7% dari potensi zakat yang ada di Indonesia.

Kesenjangan antara potensi yang ada dengan realita pengumpulannya menunjukkan bahwa masih banyak tantangan yang perlu diatasi untuk mengoptimalkan zakat di Indonesia. Dibutuhkan strategi yang tepat untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat, baik dari segi pendekatan, metode, maupun pemanfaatan media digital secara maksimal oleh lembaga pengelola zakat.

Salah satu lembaga pengelola zakat yang memiliki kinerja baik adalah Baznas Kota Bekasi. Berlokasi di Jl. Belut Raya RT 002 / RW 006, Kelurahan Kayuringin Jaya, Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi. Baznas ini beroperasi di kawasan yang memiliki potensi ekonomi dan pendapatan masyarakat yang tinggi. Hal ini terlihat dari keputusan gubernur Jawa Barat pada tahun 2025 yang menetapkan Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Bekasi sebesar Rp. 5.999.442 per tahun 2026,

sehingga menjadikan Kota Bekasi daerah dengan upah tertinggi di Jawa Barat (Dinas Ketenagakerjaan Kota Bekasi, 2026) .

Keberhasilan Baznas Kota Bekasi dalam mengelola zakat terlihat dari berbagai penghargaan yang diperoleh, salah satunya Baznas Awards 2025 untuk kategori “Baznas Kota Perencanaan Terbaik”. Berdasarkan observasi awal Baznas Kota Bekasi juga telah mampu mengimplementasikan berbagai *platform* digital seperti website, media sosial, dan *e commerce* dalam proses pengumpulan dana zakat sebagai respon terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan muzakki di era sekarang.

Namun, meskipun Baznas Kota Bekasi telah menunjukkan banyak prestasi dan inovasi, terutama dalam penggunaan teknologi digital, pengumpulan dana zakat masih menghadapi berbagai hambatan. Menurut laporan keuangan Baznas Kota Bekasi mengenai perubahan dana zakat, total pengumpulan zakat pada tahun 2023 tercatat sebesar Rp. 8.580.799.276, yang menunjukkan penurunan yang besar dibandingkan tahun 2022 yang mencapai Rp. 20.583.792.059.

Penurunan ini mengisyaratkan bahwa pengumpulan dana zakat belum menunjukkan kestabilan dan belum bisa memaksimalkan potensi zakat yang ada di Kota Bekasi, yang dimana termasuk daerah dengan tingkat ekonomi masyarakat yang cukup tinggi. Keadaan ini menunjukkan adanya perbedaan antara potensi zakat dan realisasi pengumpulannya di tingkat lokal. Ini juga menandakan bahwa strategi pengumpulan yang telah diterapkan, termasuk melalui platform digital, masih perlu disempurnakan agar bisa menjangkau

lebih banyak muzakki serta meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berzakat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital belum secara otomatis mampu meningkatkan penghimpunan zakat apabila tidak didukung oleh strategi *fundraising* yang tepat. Keberadaan berbagai platform digital perlu diimbangi dengan strategi yang mencakup identifikasi karakteristik muzakki, pemeliharaan hubungan dengan muzakki, serta monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan. Apabila strategi tersebut tidak dijalankan secara optimal, maka potensi zakat yang besar akan tetap sulit dikonversi menjadi penghimpunan zakat yang nyata. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi digital *fundraising* menjadi penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana lembaga zakat mengelola transformasi digital secara efektif sehingga dapat mengoptimalkan potensi zakat yang dimiliki

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian sebelumnya, ditemukan banyak penelitian yang sudah membahas tentang strategi *fundraising* pada lembaga zakat. Diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hadijah (2025) dengan judul *Strategi Fundraising Baznas Polman dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki* menunjukkan bahwa penggalangan dana melalui media sosial telah diterapkan dengan penekanan pada transparansi dan komunikasi, namun implementasinya masih belum maksimal dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang kompeten.

Penelitian yang dilakukan oleh Arif Rohman Adianto (2023) dengan judul *Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Pati* menunjukkan bahwa penghimpunan dana 90% merupakan dana dari UPZIS, sedangkan sisanya adalah perorangan karena sosialisasi berfokus pada UPZIS melalui strategi dan penerapan *dialogue fundraising*.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatkur Huda, dkk (2024) dengan judul “Strategi Digital *Fundraising* dalam Peningkatan Zakat, Infaq, dan Shadaqah di Lazismu Jombang” menunjukkan bahwa strategi digital *fundraising* berjalan dengan baik dan mengedepankan transparansi dalam mencapai target pengumpulan dana.

Penelitian yang dilakukan oleh Zalika Fauza, dkk (2023) dengan judul “Strategi *Fundraising* Dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWAF) pada *E-commerce* Link Aja Syariah” menunjukkan bahwa penghimpunan dana ZISWAF melalui layanan Link Aja Syariah sangat efisien karena memudahkan muzakki dalam menunaikan ZISWAF kapan saja dan dimana saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Nia Kurniasih (2023) dengan judul “Strategi Pengumpulan (*Fundraising*) dalam Mengoptimalkan Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah pada Baznas Kota Serang” menunjukkan bahwa Baznas Kota Serang masih belum optimal dalam mengumpulkan dana karena kurangnya sumber daya manusia yang mumpuni dan kurangnya kesadaran masyarakat untuk menunaikan ZIS.

Penelitian yang dilakukan oleh Maulidina Dwi Choirun Nisaa (2025) dengan judul *Strategi Fundraising Zakat, Infaq, dan Sedekah pada Organisasi Pengelola Zakat di Madiun* menunjukkan bahwa penerapan strategi *fundraising* yang diterapkan oleh Baznas Kabupaten Madiun dan Laznas Nurul Hayat Madiun memiliki perbedaan dari aspek identifikasi donatur, metode *fundraising*, pengelolaan donatur, dan evaluasi strateginya. Penelitian-penelitian tersebut memiliki kesamaan yaitu fokus pada strategi penghimpunan dana dan menjadikan Baznas atau Laz sebagai objek studi.

Namun, terdapat gap penelitian yang signifikan, dimana penelitian terdahulu lebih dominan membahas strategi *fundraising* secara umum dengan penekanan pada metode konvensional dan hanya membahas aspek digital sekilas. Belum ada penelitian yang mengkaji secara mendalam dan khusus tentang strategi penghimpunan digital sebagai strategi utama dalam konteks lembaga zakat di era digital saat ini.

Penelitian ini memiliki keterkaitan erat dengan bidang ilmu manajemen dakwah. Dalam perspektif manajemen dakwah, zakat bukan hanya di nilai sebagai tuntutan agama, namun juga sebagai media dakwah yang membutuhkan pengelolaan secara profesional. Strategi digital *fundraising* dalam pengumpulan dana zakat merupakan wujud nyata penerapan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam konteks dakwah modern. Hal ini mencerminkan bagaimana dakwah harus beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Selain itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada lokasi yang diteliti. Dimana penelitian ini dilakukan di Baznas Kota Bekasi yang merupakan kota industri dengan karakteristik unik dan memiliki potensi ekonomi yang besar. Lebih dari itu, masyarakat Kota Bekasi sangat terbuka terhadap penggunaan teknologi digital dalam aspek kehidupannya. Termasuk dalam transaksi keuangan dan aktivitas keagamaan.

Baznas Kota Bekasi juga telah menunjukkan komitmen dan inovasi dalam mengelola zakat. Oleh karena itu, Baznas Kota Bekasi menjadi lokasi penelitian yang tepat untuk mengkaji strategi digital *fundraising* yang diharapkan dapat dijadikan model bagi lembaga amil zakat lainnya di Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan dengan karakteristik yang sama.



## B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Sistem Digital *Fundraising* yang Diterapkan oleh Baznas Kota Bekasi dalam Menghimpun Zakat?
2. Bagaimana Baznas Kota Bekasi Melakukan Identifikasi dan Segmentasi Muzakki Melalui *Platform* Digital?
3. Bagaimana Strategi Pemeliharaan Hubungan dengan Muzakki yang Dilakukan Baznas Kota Bekasi Melalui Media Digital?
4. Bagaimana Evaluasi dan Monitoring yang Dilakukan Baznas Kota Bekasi dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat Melalui Digital *Fundraising*?

## C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan Sistem Digital *Fundraising* yang Dikembangkan dan Diimplementasikan oleh Baznas Kota Bekasi dalam Menghimpun Zakat.
2. Menganalisis Proses Identifikasi dan Segmentasi Muzakki yang Dilakukan Baznas Kota Bekasi Melalui *Platform* Digital.
3. Menganalisis Strategi Pemeliharaan Hubungan dengan Muzakki yang Diterapkan Baznas Kota Bekasi Melalui Media dan *Platform* Digital.
4. Mengevaluasi Monitoring dan Efektivitas Strategi Digital *Fundraising* di Baznas Kota Bekasi dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Secara Akademis**

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu Manajemen Dakwah, khususnya dalam pengelolaan organisasi dakwah yang memfokuskan pada layanan masyarakat seperti Baznas. Penekanan pada pentingnya pengelolaan yang terstruktur, sistematis, dan berdasarkan kebutuhan masyarakat sangatlah penting.

Kajian mengenai strategi pengumpulan dana secara digital akan melengkapi pemahaman manajemen dakwah masa kini yang menekankan inovasi, efisiensi, dan profesionalisme dalam administrasi lembaga keagamaan, terutama dalam menghadapi perubahan teknologi digital dan perilaku masyarakat. Selain itu,

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dalam Manajemen Dakwah dengan menyajikan pandangan empiris tentang penerapan strategi penggalangan dana digital, sehingga bisa menjadi referensi akademis dalam pengembangan konsep, model, dan praktik manajemen dakwah yang responsif, dapat dipertanggungjawabkan, serta berfokus pada peningkatan kualitas layanan dan kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola zakat.

##### **2. Secara Praktis**

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi Baznas Kota Bekasi sebagai panduan untuk memperbaiki efektivitas pendekatan penggalangan dana digital sebagai bagian dari dakwah yang profesional,

terencana, dan responsif terhadap kebutuhan serta karakteristik muzakki di zaman digital.

Dengan adanya temuan dari penelitian ini, Baznas Kota Bekasi diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh tentang bagaimana memaksimalkan penggunaan media digital, sistem informasi, dan inovasi pelayanan dalam kegiatan pengumpulan dana ZIS, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, loyalitas muzakki, serta hasil penggalangan dana yang berkelanjutan.

Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi sumber rujukan bagi lembaga zakat dan organisasi dakwah lainnya dalam merancang dan melaksanakan metode pengumpulan dana yang lebih kreatif, transparan, akuntabel, dan berkelanjutan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Landasan Teoretis**

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia*, yang memiliki arti seni yang digunakan oleh pemimpin dalam peperangan. Secara umum strategi didefinisikan sebagai cara untuk memperoleh kemenangan atau mencapai tujuan. JhonA. Byrne mengemukakan bahwa strategi adalah sebuah pola mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan (Sunardi, 2023).

Sedangkan *fundraising* atau penggalangan dana menurut Michele Norton adalah meyakinkan orang lain untuk berdonasi dan menunjukkan alasan-alasan mengapa kegiatan yang bersangkutan penting. Strategi *fundraising* merupakan tulang punggung dari kegiatan *fundraising* (Hikmawati, 2015).

Strategi *Fundraising* menurut Hamid Abidin adalah sebuah cara yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menilai berbagai sumber dana yang potensial, metode yang efisien dalam mengumpulkan dana, dan mengadakan evaluasi terhadap kapasitas lembaga Amil Zakat dalam menghimpun dana dari masyarakat (Gunawan, dkk., 2021).

Menurut Hamid Abidin, strategi *fundraising* terdiri atas empat aspek yang dapat diterapkan (Abidin, dkk., 2009:134), yaitu:

1. Identifikasi Donatur / Muzakki

Pada umumnya, identifikasi donatur atau muzakki adalah langkah untuk mengetahui, memahami, dan mengkategorikan orang atau kelompok yang berpeluang memberikan donasi atau zakat kepada lembaga zakat, badan amal, atau organisasi sosial.

2. Penggunaan Metode / Sistem *Fundraising*

Secara teori, terdapat dua cara dalam pengumpulan dana (*fundraising*), yaitu *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. *Direct fundraising* merupakan metode pengumpulan dana yang dilakukan dengan bertemu langsung, melalui surat, telepon, atau media digital. Sedangkan *Indirect Fundraising* adalah metode

pengumpulan dana yang dilakukan tanpa pertemuan langsung dengan donatur, menggunakan berbagai saluran dan aktivitas untuk menarik donasi dari donatur.

### 3. Pengelolaan dan Penjagaan Donatur / Muzakki

Pengelolaan dan penjagaan hubungan dengan donatur atau muzakki merupakan bagian penting dalam upaya pengumpulan dana, khususnya untuk organisasi pengelola zakat. Secara keseluruhan, salah satu faktor yang membangun kesetiaan pelanggan adalah kepuasan yang mereka rasakan.

### 4. Monitoring dan Evaluasi *Fundraising*

Monitoring adalah kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus selama proses pengumpulan dana berlangsung. Tujuannya untuk memastikan bahwa program pengumpulan dana berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat dan jika terjadi kendala dapat segera dikenali dan ditangani.

Evaluasi merupakan kegiatan untuk mengukur seberapa efektif dan berdampak sebuah kegiatan pengumpulan dana setelah program selesai atau pada periode tertentu selama program tersebut berjalan (Choirunnisa, 2025).

## 2. Kerangka Konseptual

### a. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang diambil dari kata “*stratos*”, yang berarti angkatan bersenjata dan “*Ag*” yang memiliki arti memimpin. Strategi dipahami sebagai kepemimpinan jenderal yang merupakan tindakan yang diambil oleh para jenderal saat merencanakan untuk mengalahkan lawan dan meraih kemenangan dalam pertempuran (Ladiku, 2021).

Secara umum strategi adalah suatu rencana yang disusun dan ditentukan secara sadar untuk melaksanakan suatu aktivitas atau tindakan. Strategi meliputi sasaran dari aktivitas, pihak yang terlibat dalam aktivitas, konten dari aktivitas, langkah-langkah dalam aktivitas, serta fasilitas yang mendukung aktivitas tersebut (Handayani, 2020).

### b. Digitalisasi

Digital merupakan sistem komputer yang sangat cepat yang mengelola berbagai jenis informasi dalam bentuk angka (Maharani, dkk., 2022: 36). Digitalisasi adalah suatu bentuk layanan keuangan resmi (perbankan) yang berkaitan dengan cara suatu layanan perbankan dapat memindahkan semua layanan yang mereka tawarkan ke dalam berbagai media (*platform*).

Digitalisasi memainkan peran krusial dalam institusi pada saat ini, beberapa hal yang menekankan betapa pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan jumlah donatur yaitu meningkatkan efisiensi

operasional, menghadirkan inovasi baru, memperluas jangkauan pasar, pengurangan biaya operasional, keamanan dan perlindungan data, serta daya saing dan kelangsungan lembaga (Afifah, 2023).

c. Badan Amil Zakat

Badan Amil Zakat merupakan lembaga resmi dan satu-satunya yang didirikan oleh pemerintah berdasarkan keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 (Mukhsinun, 2018). Tugas pokok Badan Amil Zakat yaitu mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS) sesuai ketentuan syariat Islam ditingkat nasional (Hendriani, 2022).

Baznas Kota Bekasi merupakan salah satu lembaga zakat yang menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Lembaga ini dibentuk berdasarkan keputusan Walikota Bekasi untuk mengelola zakat secara lebih terstruktur dan efisien pada lingkup perkotaan. Keputusan ini merujuk pada ketentuan Undang - Undang No. 23 Tahun 2011 mengenai pengelolaan zakat dan Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2014 mengenai wacana pelaksanaan Undang – Undang Pengelolaan Zakat (Setiawan, dkk., 2025).



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Peneliti, 2025

Penelitian ini berawal dari fenomena potensi zakat di Indonesia yang belum optimal. Terutama di kota Bekasi, meskipun sebagian besar penduduknya beragam Islam. Perbedaan antara potensi dan realisasi pengumpulan zakat menunjukkan perlunya strategi *fundraising* yang lebih efektif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi digital. Untuk mengeksplorasi fenomena ini secara mendalam, penelitian ini mengadopsi teori strategi *fundraising* dari Hamid Abidin (2009: 134) sebagai landasan analisis.

Menurut Hamid Abidin, strategi *fundraising* yang efektif terdiri atas empat aspek yang berkaitan. Pertama, identifikasi muzakki, yaitu proses mengenali dan mengkategorikan calon muzakki. Kedua, penerapan metode *fundraising* yang sesuai, baik melalui pendekatan langsung maupun tidak langsung, dengan cara

konvensional maupun digital. Ketiga, pengelolaan dan pemeliharaan hubungan dengan donatur melalui komunikasi yang baik dan pelayanan yang memuaskan. Keempat, monitoring dan evaluasi *fundraising* untuk menilai sejauh mana strategi yang diterapkan berhasil melakukan perbaikan yang berkelanjutan. Keempat aspek tersebut diterapkan oleh Baznas Kota Bekasi sebagai lembaga resmi yang mengurus zakat di tingkat kota. Baznas Kota Bekasi telah mengubah strategi *fundraising* tradisional ke dalam strategi berbasis digital, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pengumpulan zakat di Baznas Kota Bekasi.

### **3. Langkah – langkah Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan. Menurut Nasution (2003: 43) dalam (Gaspar, dkk., 2023) lokasi penelitian berarti lokasi sosial yang mempunyai tiga unsur, di antaranya pelaku, tempat, dan kegiatan yang dapat diobservasi. Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu berada di Jl. Belut Raya RT 002 / RW 006, Kelurahan Kayuringin Jaya, Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi.

Alasan peneliti memilih lokasi ini karena Baznas Kota Bekasi merupakan salah satu lembaga amil zakat yang aktif melakukan inovasi digital dalam penghimpunan dana ZIS, sehingga sangat relevan dengan fokus penelitian mengenai implementasi strategi digital *fundraising*.

## 2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma Konstruktivisme berasal dari kata *konstruktiv* dan *isme*. Konstruktiv artinya membina, memperbaiki, dan membangun. Sedangkan isme dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya paham atau aliran. Konstruktivisme merupakan realitas sosial yang sifatnya subjektif, terbentuk oleh pengalaman dan persepsi individu, serta tidak bisa terlepas dari konteks sosial dan budaya (Nurhaswinda, dkk., 2025).

Peneliti menggunakan paradigma ini karena peneliti ingin memahami bagaimana para pelaku di Baznas Kota Bekasi (wakil ketua bidang pengumpulan, kepala bidang pengumpulan, tim humas, dan muzakki) memaknai dan mengkonstruksi strategi digital *fundraising* berdasarkan pengalaman dan perspektif mereka.

Adapun pendekatan yang digunakan oleh penulis yaitu pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi alamiah. Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai instrumen kunci, menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, analisis data sifatnya induktif, serta hasil penelitiannya lebih menekankan makna dibanding generalisasi. Sementara Strauss dan Corbin (2009) mendefinisikan penelitian

kualitatif adalah jenis penelitian yang hasil temuannya tidak diperoleh secara statistik atau perhitungan.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi mendalam dan komprehensif mengenai proses dibalik strategi tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena secara alami melalui wawancara mendalam dan observasi langsung.

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode studi kasus. Menurut Woodside (2010) mendefinisikan studi kasus adalah penyelidikan empiris yang terdiri atas penyelidikan tentang fenomena kontemporer dalam konteks realita, terutama saat batasan antara fenomena dan konteks kurang jelas. Sedangkan Swanborn (2010) berpendapat bahwa studi kasus adalah studi mengenai fenomena atau proses yang berkembang dalam satu kasus. Secara praktis, studi kasus hanya fokus pada satu jenis kajian subjek atau fenomena yang ingin di teliti lebih dalam. Peneliti menggunakan metode ini karena dengan metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap strategi digital *fundraising* di Baznas Kota Bekasi sebagai suatu fenomena yang berlangsung dalam konteks nyata.

#### 4. Jenis Data dan Sumber Data

##### A. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti adalah data kualitatif. Menurut Sugiyono (2006:14) dalam Pratiwi (2017) data kualitatif merujuk pada informasi yang disampaikan melalui kata-kata, kalimat, dan ilustrasi. Jenis data kualitatif sifatnya deskriptif dan bukan berbentuk angka, melainkan berupa narasi, kata-kata, atau simbol. Data ini sering didapatkan melalui metode wawancara, observasi, dan analisis dokumen (Sutriyanti & Muspawi, 2024).

Adapun jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berkaitan dengan fokus penelitian berdasarkan aspek strategi *fundraising* menurut Hamid Abidin, yaitu data mengenai identifikasi dan segmentasi muzakki, penggunaan metode *fundraising*, pengelolaan dan penjagaan muzakki, serta monitoring dan evaluasi *fundraising* di Baznas Kota Bekasi.

Data tersebut diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dengan informan terkait, serta dokumentasi yang mendukung penelitian mengenai strategi digital *fundraising* dalam meningkatkan potensi zakat di Baznas Kota Bekasi. Data kualitatif yang diperoleh oleh peneliti adalah data yang didapatkan melalui observasi dan wawancara dengan berbagai informan di lokasi penelitian. Oleh karena itu, untuk

memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang telah dijelaskan oleh peneliti, ada informasi yang dihimpun terkait strategi digital *fundraising* di Baznas Kota Bekasi.

## B. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini terbagi atas dua bagian, yaitu :

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber atau informan. Data primer bisa didapatkan melalui wawancara langsung ataupun wawancara tidak langsung dan observasi (Arvyanda, dkk., 2023). Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data yang diperoleh langsung dari beberapa pihak yang berwenang dan sesuai kriteria di Baznas Kota Bekasi.

Data tersebut dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber pertama atau tempat penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer secara langsung dari beberapa informan yang memiliki kewenangan dan keterkaitan dengan fokus penelitian di Baznas Kota Bekasi, yaitu bapak Muhammad Nurcholique selaku Wakil Ketua II Bidang Pengumpulan, bapak Fachry

Fauzi selaku Kepala Bidang Pengumpulan, Hanifah Musyrid selaku Kepala Bidang Administrasi, SDM, dan Umum, serta beberapa muzakki yang menyalurkan zakat melalui Baznas Kota Bekasi. Informan tersebut dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan terkait strategi digital *fundraising* dalam meningkatkan potensi zakat.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui sebuah perantara. Data ini diperoleh melalui bukti, catatan, buku, jurnal, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip (Arvyanda, dkk., 2023). Dalam penelitian ini data yang akan dijadikan sumber data sekunder oleh peneliti berasal dari buku, laporan, jurnal, artikel, serta dokumentasi berupa rekaman suara dan foto sebagai bukti penelitian.

## 5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian

### A. Informan dan Unit Analisa

Penentuan informan dalam penelitian kualitatif merupakan aspek penting karena akan menentukan kualitas dan kedalaman data yang akan diperoleh. Menurut Moleong (2012:132) dalam (Alifah, dkk., 2022) Informan adalah orang atau individu yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terkait situasi

maupun kondisi latar penelitian. Melalui informan, peneliti akan mengetahui sumber informasi apapun yang menjadi objek penelitian.

Sedangkan unit analisis menurut Sugiyono (2017:45) mendefinisikan bahwa unit analisis adalah satuan terkecil sebuah objek penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai klasifikasi pengumpulan data. Informan dan unit analisis yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan, Kepala Bidang Pengumpulan, Bidang Administrasi, SDM, dan Umum, serta Muzakki. Pihak tersebut yang mampu memberikan informasi terkait pertanyaan peneliti.

#### B. Teknik Penentuan Informan

Pada penelitian ini peneliti memilih informan menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2015:53) dalam Khosiah, dkk., (2017) Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data melalui beberapa pertimbangan, misalnya individu tersebut dianggap paling mengetahui apa yang penulis harapkan sehingga dapat memudahkan peneliti dalam menjelajahi objek atau situasi sosial.

Peneliti menggunakan teknik ini untuk memastikan bahwa informan yang dipilih benar-benar memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara mendalam dan komprehensif.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis yang digunakan oleh peneliti dan bertujuan untuk memperoleh data dalam penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Menurut Sevilla,dkk (2006) observasi adalah proses dimana peneliti atau pengamat melihat gambaran situasi penelitian. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Dibandingkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi, teknik observasi lebih akurat dalam pengumpulan data. Karena dengan teknik ini peneliti mampu melihat, mendengar, mencium, meraba, serta merasakan fakta-fakta yang ada di lapangan.

Dalam konteks ini peneliti akan berkunjung langsung ke Baznas Kota Bekasi untuk memperoleh gambaran dan informasi data mengenai strategi digital *fundraising* yang diterapkan.

## 2. Wawancara

Menurut Sugiyono, (2015:72), wawancara adalah suatu interaksi antara dua individu untuk berbagi informasi dan gagasan lewat proses tanya jawab, sehingga makna dari topik tertentu dapat dibangun. Dengan melakukan wawancara, peneliti dapat memahami lebih dalam tentang pengalaman informan dalam menafsirkan kondisi dan fenomena yang ada, yang mana hal ini tidak dapat diperoleh hanya dengan observasi.

Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan adalah semi terstruktur, dimana peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengamati, meneliti, lalu mencatat informasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Sugiyono (2015) dalam Khosiah, dkk., (2017) menyatakan bahwa metode dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data terkait hal-hal atau variabel yang berupa catatan, dokumen, surat kabar, transkrip, buku, majalah, notulen rapat, agenda, dan lain-lain. Peneliti menggunakan metode ini agar

menemukan data yang berkaitan dengan subjek/objek yang akan diteliti.

#### 6. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data dalam menguji keabsahan data. Dalam penelitian kualitatif, hasil atau informasi dapat dianggap valid jika tidak terdapat perbedaan antara apa yang disampaikan oleh peneliti dan kenyataan yang terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2015).

Triangulasi data adalah metode pengumpulan informasi yang bersifat mengombinasikan berbagai data dan sumber yang sudah ada. Menurut Wijaya (2018:120-121) dalam Kojonglan, dkk., (2022), triangulasi data merupakan metode untuk memverifikasi informasi dari berbagai sumber dengan berbagai cara serta pada waktu yang berbeda.

#### 7. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Milles dan Huberman. Analisis data menurut Sugiyono, (2014:244) dalam Khosiah, dkk., (2017), adalah proses yang dilakukan untuk mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi.

Miles dan Huberman (1984:16) menyatakan bahwa proses dalam menganalisis data kualitatif dilakukan dengan interaksi yang berkelanjutan hingga selesai, sehingga data mencapai tingkat

kejenuhan. Tingkat kejenuhan data dapat dikenali ketika tidak ada lagi data atau informasi baru yang diperoleh. Alur analisis data ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, tafsir data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan sangat banyak, sehingga perlu dicatat dengan cermat dan rinci. Oleh karena itu, analisis data perlu dilakukan melalui proses reduksi. Mereduksi data berarti menyusun ulang, memilih informasi yang penting, dan memfokuskan pada aspek-aspek yang utama untuk menemukan tema dan pola. Dengan cara ini, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, serta memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data lebih lanjut dan mencarinya jika diperlukan (Khosiah, dkk., 2017).

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menampilkan data tersebut. Dalam penelitian kualitatif, cara yang paling umum untuk menyajikan data adalah melalui narasi. Dengan menampilkan data, pemahaman tentang situasi yang terjadi akan lebih mudah, serta dapat merinci langkah-langkah berikutnya berdasarkan pemahaman tersebut (Kojonglan, dkk., 2022).

Pada tahap ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk ringkasan, yang disusun dengan kalimat-kalimat yang mudah dipahami. Kalimat-kalimat ini diatur agar saling terhubung satu sama lain secara naratif. Metode inilah yang paling sering dipakai dalam menampilkan data (Miles Huberman, 1994).

c. Tafsir Data

Tafsir data adalah proses pemberian makna pada data yang telah di proses dan disajikan, dengan cara mengaitkannya dengan teori dan konteks yang ada dalam penelitian. Dalam studi ini, peneliti menginterpretasikan data untuk menangkap fenomena yang ada serta menjawab pertanyaan penelitian (Qomaruddin, dkk., 2024).

Proses tafsiran data dilaksanakan dengan menemukan pola, keterkaitan, dan tema dari data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya dianalisis sesuai dengan teori yang berhubungan sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang objek yang diteliti.

d. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan pendapat Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah proses yang berkaitan. Kesimpulan yang diperoleh pada awalnya bersifat sementara dan bisa berubah jika tidak ada bukti kuat yang mendukung pada fase pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika kesimpulan

awal didukung oleh data yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan informasi, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel (Kojonglan, dkk., 2022)

