

ABSTRAK

Siti Zakiah Arfi Haerani: Manajemen Strategik Digital Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat Dalam Meningkatkan Minat Muzakki

Perkembangan yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Islam menjadi salah satu bukti bahwa negara Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk umat muslim terbesar di dunia. Adanya pertambahan jumlah penduduk semakin meningkat pula dalam sektor Ekonomi Islam di Indonesia. Salah satu aktivitas dalam peningkatan ekonomi yaitu membayar zakat. Saat ini sudah masuk era digital, sejak mewabahnya virus *corona* sehingga aktivitas masyarakat dibatasi. Namun aktivitas membayar zakat terus dapat dilakukan masyarakat melalui program Digital *Fundraising* yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat.

Tujuan penelitian ini untuk membahas mengenai 1) formulasi manajemen strategik Digital *Fundraising* 2) implementasi manajemen strategik Digital *Fundraising*, 3) evaluasi manajemen strategik digital fundraising dalam meningkatkan minat *muzakki*. Untuk mengetahui lebih dalam strategik yang dilakukan BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam digital fundraising dana zakat.

Berdasarkan tujuan diatas maka penulis mengambil teori David dan David (2013) menjelaskan bahwa manajemen strategik merupakan seni dan pengetahuan dalam menformulasi, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik mengumpulkan data melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data deskriptif kualitatif untuk menganalisis, menjabarkan, meringkas berbagai kondisi dari hasil observasi dan wawancara dan disesuaikan dari pola umum ke khusus agar hasil penelitian mudah dipahami.

Adapun dalam hasil penelitian ini pada proses formulasi digital fundraising zakat diawali dengan menentukan tujuan, membuat tim, serta menentukan target sasaran. Dalam implementasi digital *fundraising* dilakukan dengan pelatihan, pembaharuan IT *Support* serta mengembangkan sistem. Serta dalam evaluasi digital fundraising dapat menarik perhatian donatur untuk ikut serta dalam membayar zakat, lebih terorganisir sistem keamanan data, serta dapat meminimalisir pengeluaran biaya operasional.

Hasil data dapat disimpulkan bahwa manajemen strategik digital *fundraising* sangat membantu dalam peningkatan minat *muzakki* dan berhasil mengambil perhatian dalam penambahan muzakki baru dalam proses digital *fundraising* zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat.

Kata Kunci: Manajemen Strategik, Digital *Fundraising*, Minat *Muzakki*



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG