

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan yang substansial dalam pertumbuhan ekonomi Islam menjadi salah satu bukti bahwa negara Indonesia adalah satu dari negara-negara yang mempunyai populasi dengan jumlah umat muslim terbesar di dunia. Adanya penambahan umat muslim di Indonesia maka semakin meningkat sektor ekonomi Islam di Indonesia. Dengan begitu, maka semakin banyak kegiatan yang menjadi sarana dalam peningkatan ekonomi salah satunya membayar zakat. Berdasar pada UU RI Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat bahwa Zakat tidak hanya ibadah yang sekedar diwajibkan untuk seluruh umat muslim dengan ketentuan syarat yang berlaku, namun lebih daripada itu zakat merupakan suatu pola penyaluran kekayaan di lingkup masyarakat yang memiliki kecukupan kepada masyarakat yang kurang berkecukupan. Dengan begitu hal ini dapat mempererat persatuan umat islam.

Zakat memiliki dua dimensi yaitu ketuhanan dan kemanusiaan, dengan zakat membuktikan bahwa hubungan sesama manusia, tolong menolong didasari oleh prinsip ketuhanan. Menjadi dasar dimana agama Islam bukan agama yang melupakan kehidupan dunia, namun dengan zakat dapat mengintegrasikan umat manusia agar tumbuh jiwa kepedulian yang hampir tidak dirasakan oleh manusia lainnya. Disisi lain zakat memiliki peranan yang

sangat penting seperti sebuah upaya dalam mencegah perilaku yang salah dari manusia yang sudah banyak diterapkan oleh sebagian orang kemudian menjadi jembatan antara yang berkecukupan dan yang tidak berkecukupan karena hal ini sering kali menjadi sebab adanya kesenjangan yang terjadi di masyarakat.

Allah SWT dalam Al Quran memerintahkan mengenai kewajiban membayar zakat setelah kalimat mendirikan shalat, seperti dalam firman-Nya *Aqimu as-shalata wa atu az-zakata* (dirikanlah oleh kalian shalat dan datangkanlah oleh kalian zakat) hal tersebut jelas bahwa dalam Islam tidak cukup hanya ketaatan yang dimiliki masing-masing, namun ibadah yang langsung berhubungan dengan manusia menempati tingkat yang sejajar dengan ibadah yang berhubungan langsung dengan Allah. Hal ini berarti dalam ayat kitab suci umat Islam tersebut memperlihatkan sebagai agama yang memperhatikan komponen sosial.

Seperti dalam UU No. 23 tahun 2011 pasal 4 ayat 1 menyatakan dalam dimana pemerintah telah membentuk BAZNAS sebagai lembaga zakat yang akan mengelola dana zakat. Pemerintah sudah meresmikan lembaga tersebut sebagai lembaga penghimpunan, pendistribusian, serta pendayagunaan zakat. Selain daripada hal tersebut diuraikan pula dalam pasal 7 ayat 1 menyatakan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan pelaporandari pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat masuk pada tupoksi BAZNAS. Hal tersebut tentu akan menjadi acuan lembaga untuk memaksimalkan tupoksi yang ada.

Situasi sekarang berbeda dengan situasi zaman dahulu, saat ini tengah berada di era serba digital, berbagai hal dapat dilakukan dengan mudah dan praktis. Dalam setiap kehidupan saat ini erat kaitannya dengan digitalisasi, oleh karena itu lembaga harus dapat melakukan *culture shifting* untuk dapat mengintegrasikan antara *offline* dan *online*. Perubahan digital telah melekat dalam kehidupan manusia yang sudah mengubah sistem konvensional menjadi digitalisasi termasuk dalam membayar zakat sehingga dapat memicu agar lembaga nirlaba khususnya bidang zakat dapat mengikuti perkembangan teknologi sehingga pengumpulan dana zakat dapat lebih cepat dan tepat. Karena hal tersebut akan mudah menemukan donatur secara menyeluruh serta mampu memudahkan *muzakki* untuk membayar zakat. Selain daripada itu dengan sistem digital akan terlihat dari penghimpunan dan penyaluran yang berdampak pada minat terhadap lembaga pengelola zakat.

Berdasar penelitian awal melalui observasi yang telah dilaksanakan pada BAZNAS Provinsi Barat yaitu lembaga yang mengelola dana zakat dari mulai menghimpun, dan mendayagunakan dibangun sebagai lembaga Unggul dan Kompetitif di Tingkat Nasional sehingga menjadi pilihan di masyarakat. Dengan adanya wabah virus *corona* maka aktivitas masyarakat dibatasi agar mematuhi anjuran pemerintah, sehingga hal ini menjadi perhatian khususnya lembaga zakat agar tidak tergerus dan mengalami kemunduran ketika pandemi virus *corona*. Dengan demikian BAZNAS Jawa Barat melakukan banyak perubahan dan mengambil peran untuk mengikuti perkembangan zaman sehingga dalam pengumpulan dana zakat itu tetap dilakukan.

Adanya pandemi virus *corona* serta berkembangnya teknologi yang begitu cepat. Lembaga zakat yang diawasi oleh pemerintah melakukan pengembangan untuk menemukan hal baru berkaitan dengan pelayanan terhadap *muzakki*. Yang kemudian ikut dalam perkembangan teknologi dan terus berusaha memaksimalkan penghimpunan zakat dari masyarakat, Badan Amil Zakat Nasional berusaha melakukan peningkatan layanan terhadap *muzakki* serta berinovasi dengan program layanan sehingga penghimpunan zakat dapat maksimal.

Suatu lembaga tentunya harus berkembang dan dapat berinovasi dengan kondisi terkini. Dan perlu menggunakan manajemen strategik agar dapat memaksimalkan setiap tahapan yang akan dilakukan. Hal ini sejalan dengan teori David bahwa manajemen strategik merupakan seni atau sains dalam memformulasikan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang akan mendorong organisasi untuk dapat mencapai tujuannya. (David, 2019:3)

Sepanjang tahun 2020 strategi penghimpunan dana ZIS dan sumber dana sosial lainnya yaitu dengan cara konvensional (*meeting* dan pendekatan) dan digital marketing melalui internet. Beberapa program layanan zakat yang disediakan BAZNAS diantaranya meliputi *website* donasi, QR Code, *Crowdfunding*, perbankan, aplikasi *muzakki corner*, konsultasi zakat, jemput zakat, gerai zakat dan lainnya. Dari beberapa program tersebut sebagai bukti kesungguhan BAZNAS dalam mengumpulkan zakat dari *muzakki*, serta

BAZNAS melakukan dan bekerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta. Sebagian dari layanan tersebut tidak terlepas dari digitalisasi.

Berdasarkan banyak hal, dengan adanya kemajuan dan pencapaian target BAZNAS di dukung oleh layanan zakat dengan metode digitalisasi. Peneliti ingin mengetahui manajemen strategik pengimpunan dana zakat secara digital untuk mencapai suatu tujuan sebagai lembaga zakat. Adapun alasan akademik peneliti melakukan penelitian zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat karena program studi penulis yang berkaitan antara lembaga dan dakwah, serta menjadi penambah pemahaman berkenaan dengan tata kelola zakat BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan berkaitan dengan digital *fundraising* pada Lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Barat berkaitan dengan zakat sehingga menarik perhatian saya untuk dapat meneliti dan mengkaji masalah yang ada. Berdasar pada permasalahan peneliti merumuskan permasalahan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Formulasi Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat Muzakki?
2. Bagaimana Implementasi Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat Muzakki?
3. Bagaimana Evaluasi Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat Muzakki?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Formulasi Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat Muzakki.
2. Implementasi Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat Muzakki.
3. Evaluasi Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat Muzakki.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai sumbangsih pemikiran dalam memperkaya referensi keilmuan dan bahan perbandingan khususnya jurusan Manajem Dakwah (MD) dan untuk para pengembang disiplin ilmu yang hendak meneliti hal yang sama.

2. Secara Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini agar menjadi acuan Lembaga Pengelola Zakat dalam digital *fundraising* agar lebih mengoptimalkan peluang yang ada.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Mieta (2021) dengan judul penelitian “Analisis Strategi *Fundraising* Baznas Kota Bandung Dalam Meningkatkan Jumlah *Muzakki* Di Kota Bandung.” Dalam hasil penelitiannya memiliki tujuan untuk mengetahui strategi

fundraising dalam peningkatan jumlah donatur, mengkaji proses penerapan Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandung serta mengetahui dampak dari kegiatan *fundraising* dalam meningkatkan jumlah *muzakki*.

Dalam hal tersebut sehingga penulis dapat memahami latar masalah serta rumusan masalah pada kegiatan penghimpunan, sehingga hubungannya sama-sama membahas strategi lembaga zakat.

2. Annida (2021) dengan judul “Strategi *fundraising* Unit Pengumpul Zakat dalam meningkatkan kepercayaan *Muzakki* : Studi Deskriptif di UPZ Kecamatan Karangtengah.” Dalam hasil penelitiannya pada proses perencanaan menyusun program sosialisasi kemudian membagi tim dan mengedukasi masyarakat. Kemudian dalam pengorganisasian adanya pembentukan tim untuk memperluas penyebaran. Serta dalam proses pelaksanaan tidak sinkron antara sistem dan hasil manual karena penyebabnya yaitu amil yang membagikan zakat masih awam tidak sesuai perhitungan.

3. Ahmad (2021) dengan judul “Strategi penghimpunan zakat, infaq, dan *shadaqah* pada Lembaga Amil Zakat al-Hilal : Studi deskriptif pada Lembaga Amil Zakat al-Hilal Jln. Gegerkalong Hilir No. 155A, Kota Bandung.” Dengan hasil lembaga Amil Zakat al-Hilal dengan langkah yang dilakukan dalam penghimpunan dana ZIS dapat berjalan dengan baik diantaranya mampu memanfaatkan teknologi dengan baik, tiap divisi menyusun strategi penghimpunan dengan baik, adanya jalinan komunikasi antara pengelola dengan donatur laporan keuangan di publikasikan melalui web resmi.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Strategi merupakan suatu penentuan langkah yang dilaksanakan untuk dapat menghasilkan sesuatu yang maksimal, tepat dan cepat untuk mencapai suatu tujuan dari lembaga yang ditetapkan dan umumnya dalam strategi terdapat penentuan rencana yang fokus kepada tujuan masa yang akan datang. Disisi lain menurut David diterjemahkan oleh (Lukman & Melvi, 2003: 5) Manajemen Strategik diartikan sebagai ilmu mengenai formulasi, implementasi, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan.

Terdapat beberapa faktor yang dikemukakan oleh (Malayu S.P Hasibuan,2009:102) dalam menyusun strategi diantaranya menganalisis kelebihan dan kelemahan pihak lain, memanfaatkan kelebihan dan kelemahan pihak lain, memperhitungkan kondisi lingkungan dalam dan luar yang dapat mempengaruhi organisasi, memperhitungkan faktor ekonomis, sosial, psikologis, sosial kultural, hukum, ekologis, geografis, serta menganalisis rencana pihak lain.

Terdapat beberapa faktor yang dikemukakan oleh (Hasibuan,2009:102) dalam menyusun strategi diantaranya menganalisis kelebihan dan kelemahan pihak lain, memanfaatkan kelebihan dan kelemahan pihak lain, memperhitungkan kondisi lingkungan dalam dan luar yang dapat mempengaruhi organisasi, memperhitungkan faktor ekonomis, sosial,

psikologis, sosial kultural, hukum, ekologis, geografis, serta menganalisis rencana pihak lain.

Dalam berbagai hal terutama dalam suatu lembaga sangat diperlukan strategi, sama halnya dalam zakat, strategi merupakan hal yang diperlukan agar tepat sasaran serta dapat disesuaikan dengan kondisi yang berubah-ubah. Dengan begitu suatu lembaga tentunya harus merancang strategi yang tepat agar permasalahan mengenai pengumpulan zakat agar maksimal juga selaras dengan tujuan lembaga tersebut. Tentunya dalam penentuan strategi ada tiga tahap yang dapat menjadi pegangan dalam pengumpulan ZIS seperti yang dikemukakan oleh Bakar dan Muhammad:

a. Segmentasi serta Sasaran Donatur

Tahap ini dilakukan agar dapat memperoleh informasi kondisi masyarakat muslim dalam aspek sosial, budaya geografis dan ekonomi. Dan adanya pengenalan dan pembinaan dalam wajibnya berzakat untuk menunjang transformasi sosial ekonomi masyarakat.

b. Mempersiapkan Sumber Daya Manusia

Tahap ini sebagai penunjang sebab suatu lembaga memerlukan sumber daya manusia yang berguna agar lembaga dapat optimal dan berjalan sesuai perencanaan, oleh karena itu tentu harus dapat menentukan *amil* yang memiliki komitmen serta mampu dalam pengelolaan zakat, memperbaiki SDM yang ada dengan kemampuan yang sesuai, serta membuat standar operasi yang baik.

c. Membuat Sistem Komunikasi

Salah satu bagian terpenting yaitu komunikasi agar dapat merealisasikan tujuan dengan baik, oleh karenanya suatu lembaga diharuskan memilih media komunikasi yang tepat agar cepat dan tepat, terbiasa menerapkan komunikasi yang sistematis dan masif, dan melakukan kerjasama dengan media masa.

d. Merencanakan dan Melakukan Sistem Pelayanan yang Tepat

Lembaga harus senantiasa memberikan pelayanan terbaik agar dapat menjadi perhatian masyarakat, dalam pelayanan individu dimana individu tersebut dapat melakukan pembayaran zakat dimana pun kapan pun serta dalam kondisi apapun seperti ATM, Aplikasi lembaga dan lainnya. Kemudian dapat juga dengan jemput zakat, infaq, dan shadaqah. (Bakar dan Muhammad, 2011:96)

Proses Manajemen Strategik

Terdapat tiga tahap dalam manajemen strategi menurut Fred R David, meliputi:

a. Formulasi Strategik

Meliputi aktivitas dalam merencanakan visi dan misi suatu lembaga, melihat setiap kesempatan dan hambatan dalam maupun luar organisasi. Suatu lembaga merumuskan berbagai strategi yang akan dipakai seperti membuat rencana yang akan dilakukan dengan melihat perkembangan informasi,

menentukan sumber daya manusia dalam setiap kebutuhan lembaga, memperluas akses lembaga, merencanakan pembentukan dalam pelaksanaan tugas, keluar dari zona aman untuk dapat mengembangkan lembaga dengan segala resiko yang ada agar terhindar dari pesaing. (David,2019:4)

b. Implementasi Strategik

Lembaga dalam hal ini harus dapat menentukan objek, menentukan kebijakan, memotivasi sumber daya manusia, serta membagi sumber daya sesuai dengan potensinya sehingga perumusan langkah awal dapat terlaksana, aktivitas strategi meliputi pembuatan struktur organisasi yang tepat, membuat budaya kerja yang mendukung dalam strategi yang telah dirumuskan, menyelenggarakan pengarahan kembali untuk dapat memahami sumber daya manusia pada usaha pemasaran, mempersiapkan anggaran, melihat dan terus mengembangkan sistem informasi, serta mengkorelasikan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja lembaga.(David,2019:4)

Pelaksanaan strategi sering dikatakan tahapan tindakan dalam manajemen strategis untuk melaksanakan strategi yang dirumuskan. Dalam tahap penerapan strategi diasumsikan sebagai tahap yang sulit karena mengharuskan suatu lembaga agar berkomitmen, disiplin hingga mengorbankan pribadi. Sesuatu yang telah dirancang namun tidak dilakukan maka tidak akan bermanfaat, suatu keberhasilan strategik tergantung pada kemampuan seorang manajer dalam mendorong sumber daya manusia di dalamnya.

c. Evaluasi Strategik

Evaluasi merupakan langkah terakhir dalam proses strategik. Seorang manajer perlu mengetahui alasan strategik yang telah dirancang tidak dapat dilakukan. Langkah ini merupakan hal utama dalam mendapatkan informasi. Dalam strategi tidak akan sama dan dapat berubah karena beberapa penyebab dalam maupun luar lembaga. Sedikitnya ada tiga yang dapat dilakukan dalam kegiatan evaluasi meliputi: menganalisis ulang penyebab baik dalam maupun luar lembaga yang menjadi dasar dalam pelaksanaan strategik yang diterapkan, melaksanakan tindakan yang korelatif serta mengukur kinerja.(David,2019:5)

Langkah ini dilaksanakan karena keberhasilan yang diraih bukan berarti akan terus berhasil dalam kondisi selanjutnya, sebab dalam keberhasilan akan menciptakan sesuatu permasalahan yang baru dan berbeda dari permasalahan sebelumnya. Suatu lembaga yang terlalu cepat puas akan mati dengan sendirinya. Kegiatan dalam proses manajemen strategik ini terjadi pada tingkat hierarki seperti divisi, korporat, maupun unit bisnis dan fungsional. Adanya komunikasi yang baik dan tepat dari para manajer dan sumber daya manusia di dalamnya, maka akan membantu suatu lembaga dimana keduanya berfungsi sebagai tim yang diharapkan.

Pengertian Digital *Fundraising*

Fundraising suatu aktivitas dalam pengumpulan dana zakat dari masyarakat. Zaimah mengemukakan bahwa *fundraising* pengumpulan dana individu maupun kelompok bersumber dari masyarakat yang pada akhirnya

dana yang terkumpul akan dialokasikan untuk kegiatan serta merealisasikan program dari lembaga tersebut. (Zaimah,2017:285-316)

Selain daripada hal itu *fundrising* juga sebagai langkah dalam mendorong individu maupun kelompok agar ikut serta melakukan kebaikan dalam penyaluran dana atau lainnya yang bermanfaat bagi orang yang membutuhkan. Proses tersebut seperti menginformasikan, mengingatkan, mendorong, mengajak termasuk juga melakukan penguatan jika diperbolehkan. *Fundrising* erat kaitannya dengan hubungan individu, oeganisasi, atau pemerintah dalam mendorong manusia agar timbul rasa sadar dan simpati terhadap manusia lainnya.(Marwing,2015:5)

Tentunya dalam aktivitas *fundrising* sendiri ada proses edukasi, sosialisasi, dan promosi yang dilaksanakan oleh suatu membaga untuk membagikan informasi agar dapat menumbuhkan rasa sadar pada para *muzakki* atau calon *muzakki* dalam pelaksanaan program atau hal yang berkaitan dengan tata kerja suatu lembaga.(Rohim,2015:4) *Fundrising* tidak hanya sebatas menghimpun dana tetapi seluruh bentuk kontribusi masyarakat dan rasa peduli masyarakat terhadap lembaga baik berupa uang, benda atau pun fasilitas yang digunakan untuk kebutuhan lembaga. Pada awalnya *fundrising* merupakan usaha penghimpunan dana dalam bentuk materi, namun di dalamnya mencangkup dukungan atau suport *non* materi seperti peminjaman fasilitas maupun tempat, bantuan pemikiran, dan tenaga. (Norton,2002:2)

Tentunya agar dapat sesuatu yang optimal dari penghimpunan dana (*fundraising*) suatu lembaga memerlukan berbagai alternatif yang akan dilakukan yang searah dan bersifat berkelanjutan agar dapat memperoleh dana secara maksimal. Karena dengan alternatif strategi yang dilaksanakan akan membantu lembaga dalam mendapatkan hasil sesuai yang diinginkan lembaga. Agar target dalam fundraising dapat terpenuhi maka memerlukan alternatif yang dikembangkan karena pada aktivitas *fundraising* akan ada proses mempengaruhi. Dapat dikatakan bahwa digital *fundraising* merupakan aktivitas dalam pengumpulan donasi zakat dalam internet atau seluler.

Tujuan *Fundraising*

a. Penghimpunan Dana

Suatu hal utama yang menunjang yaitu dana yang memiliki sifat material. Suatu lembaga zakat jika tidak ada aktivitas *fundraising* maka akan kurang tepat dan apabila dalam *fundraising* tidak berjalan akan dikatakan gagal karena apabila hal tersebut terjadi maka lembaga tidak akan mempunyai kekuatan, karena sumber daya dan lembaga tidak memiliki kemampuan untuk dapat menyelenggarakan program. (Juwaini,2005:5)

b. Memperbanyak *Muzakki*

Dalam aktivitas *fundraising* tentunya amil memiliki tujuan untuk dapat memperbanyak jangkauan *muzakki*. Ada dua hal yang dapat dilakukan, bisa dengan menambah jumlah donasi yang diberikan oleh muzakki yang ada, atau menambah jumlah *muzakki* baru. Diantara keduanya tentu lebih mudah

meningkatkan jumlah donatur yang baru daripada menambah jumlah donasi dari donatur yang ada, dan untuk selanjutnya kegiatan *fundraising* ini didorong agar fokus pada penambahan jumlah donatur.(Juwaini,2005:5)

c. Meningkatkan Kepuasan Muzakki

Hal ini akan mempengaruhi terhadap nilai donasi yang akan di salurkan kepada lembaga zakat. *Muzakki* akan memberikan dana secara terus menerus dan menyebarkan informasi kepuasannya kepada masyarakat lainnya hingga berkelanjutan sehingga secara tidak langsung status *muzakki* tersebut menjadi tenaga *fundraiser*.(Juwaini,2005:6)

d. Membangun, Mempertahankan, dan Memperbaiki Citra Lembaga

Fundraising adalah kegiatan dalam bersosialisasi dan memberikan informasi kepada masyarakat. Sehingga dampaknya akan dapat memperbaiki citra lembaga. Hal tersebut dirancang agar memunculkan citra positif dengan begitu akan menghadirkan simpatisan serta dukungan dengan sendirinya pada lembaga, sehingga tidak sulit dalam mencari donatur karena dibangun dengan citra yang baik. (Juwaini,2005:6)

e. Mengumpulkan Simpatisan, Relasi, dan Pendukung

Individu maupun kelompok yang tidak memiliki kemampuan untuk menyalurkan dana, mereka akan menjadi promotor dalam memberikan informasi yang positif mengenai lembaga kepada khalayak.(Juwaini,2005:7)

Metode *Fundraising*

Kegiatan *fundraising* ada beberapa teknik dan metode yang dapat digunakan. Metode merupakan aktivitas yang khas dilakukan oleh lembaga dalam pengumpulan dana dari masyarakat. Terbagi dalam dua macam yaitu secara langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect*).

a. Metode *Fundraising* Langsung (*direct fundraising*)

Proses ini melibatkan *muzakki* secara langsung. Dimana dalam pelaksanaan interaksi dan daya akomodasi terhadap respon *muzakki* dapat dilakukan. Metode ini dapat dipakai oleh lembaga zakat seperti *Telefundraising*, Presentasi langsung, *Direct Mail Direct Advertising* atau lainnya. (Ridwan,2016:301)

b. Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*indirect fundraising*)

Proses ini tidak melibatkan *muzakki* secara langsung, dalam metode ini mengarah pada pembentukan citra lembaga. Proses dalam metode ini dapat dilakukan dengan cara promosi. Seperti melalui referensi, penyelenggaraan *event*, *image campaign*, *advertorial*, melalui perantara, menjalin relasi, mediasi para tokoh dan sebagainya. (Ridwan,2016:301)

Ruang Lingkup *Fundraising*

Fundraising tidak hanya sebatas uang namun ranahnya sangat luas dan dalam, pengaruhnya sangat penting dalam *branding* dan kemajuan lembaga. Karena itu untuk dapat memahami ruang lingkup terlebih dahulu harus

memahami substansi dari *fundraising*. Adapun substansi dari *fundraising* terbagai dalam tiga diantaranya:

a. Motivasi

Motivasi merupakan sesuatu rasa yakin sebagai alasan dalam mendorong donatur untuk mengeluarkan zakat. Dalam kerangka *fundraising* amil harus terus dapat memberikan informasi, sosialisasi, edukasi, dan promosi agar dapat menumbuhkan kesadaran serta kebutuhan muzakki atau calon muzakki untuk membayar zakat.

b. Program

Kegiatan yang dilakukan lembaga zakat dalam proses penerapan visi dan misi lembaga sehingga masyarakat terdorong untuk dapat berkontribusi menyalurkan dana zakat.

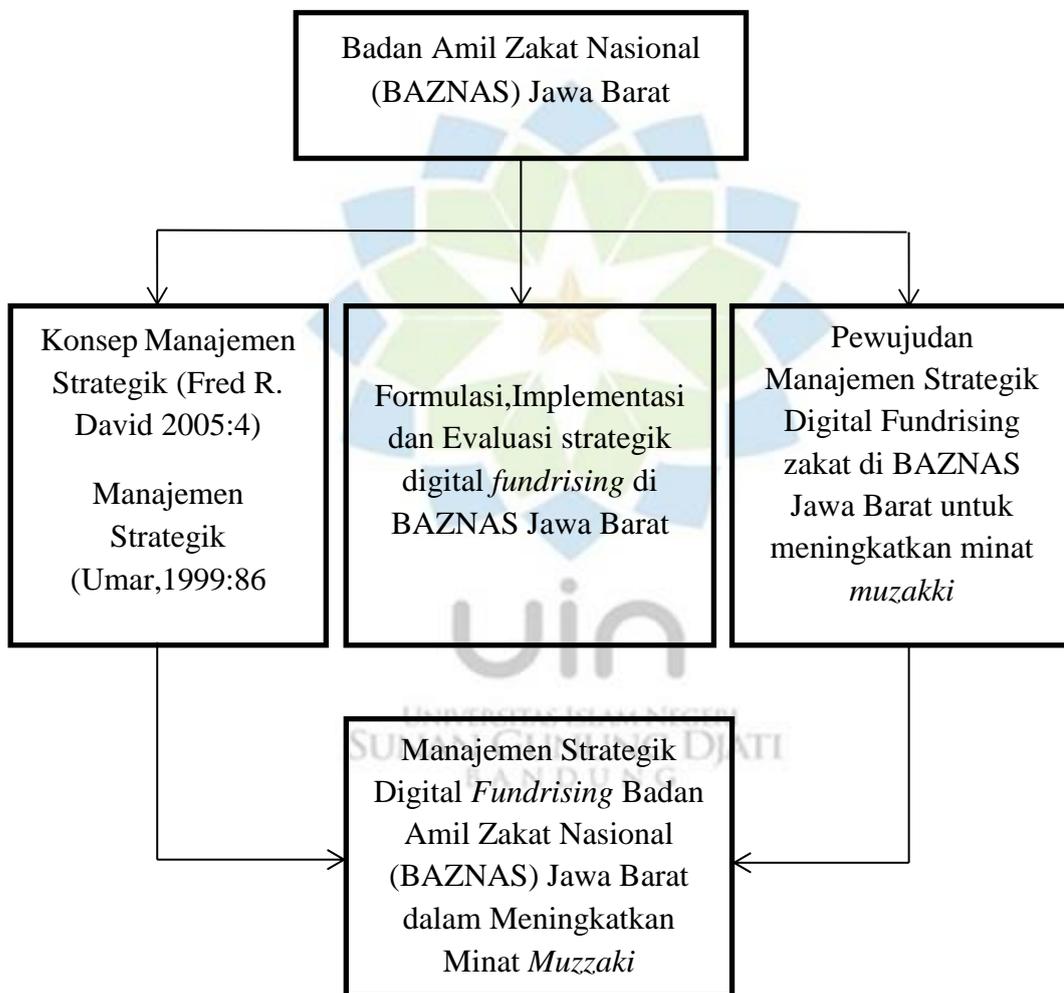
c. Metode *Fundraising*

Sesuatu cara yang dilakukan lembaga zakat dalam penghimpunan dana dari masyarakat. Sehingga dalam cara yang dilakukan dapat memberikan manfaat, kemudahan, rasa bangga dan yang terpenting kepercayaan dari donatur kepada lembaga. (Hasanudin, 2010:132)

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual suatu alur yang akan penulis lakukan sebagai dasar penelitian, dalam hal ini sebagai model konsep yang berhubungan dengan teori yang berkaitan berdasar pada rumusan masalah yang ada. Adanya model digital *fundraising* yang dilaksanakan oleh Badan Amil Zakat Nasional

Provinsi Jawa Barat untuk dapat meningkatkan kepercayaan *muzakki* agar dapat meningkatkan potensi zakat serta dapat menambah kepercayaan *muzakki* kepada lembaga pengelola zakat. Merujuk pada pemaparan sebelumnya, secara ilustratif dapat di gambarkan dalam pola berdasar pada fokus penelitian penulis.



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

Terlihat dari kerangka konseptual potensi zakat di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat hal yang penting dalam merancang strategik digital *fundrising* yang dilaksanakan BAZNAS Provinsi Jawa Barat. Strategi digital *fundrising* yang sesuai akan meningkatkan potensi zakat yang ada pada BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun yang dijadikan lokasi penelitian yaitu Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat dalam berlokasi di Jalan Soekarno-Hatta No. 458 Bandung pengambilan lokasi tersebut disesuaikan mengingat bahwa di lembaga tersebut besar kemungkinan penelitian dapat dilakukan melihat data-data yang dibutuhkan tersedia dan tidak terlalu sukar didapatkan.

2. Paradigma dan Pendekatan

Adapun penelitian ini menggunakan paradigma interpretif agar peneliti dapat mudah memahami suatu peristiwa yang diteliti yang kemudian dapat mengambil kesimpulan dari peristiwa yang terjadi. Seperti yang diungkapkan oleh (Newman, 1997: 68) secara general pendekatan interpretif termasuk dalam sistem sosial yang memaknai perilaku detail langsung dengan proses pengamatan. Menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat memperoleh data secara deskriptif dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilaksanakan di lapangan.

3. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif mengenai Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat *Muzakki*. Metode deskriptif seperti yang dikemukakan oleh (Sugiono 2009: 209) merupakan suatu rumusan masalah yang memandu penelitian dalam mengeksplorasi situasi sosial yang akan diteliti lebih secara menyeluruh dan mendalam.

Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data diapangan dengan analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan deskriptif. Dimana pendekatan tersebut memiliki teknik-teknik penelitian untuk menentukan kesimpulan secara spesifik dan objektif dari suatu teks. (Sadiah,2015:20) Dalam pengumpulan data lebih terpaku kedalam pengamatan lapangan dan suasana ilmiah dengan mengamati gejala, mencatat, mengkategorikan, dan menghindari pengaruh agar terjaga keasliannya.(Rahmat, 1985: 34-35)

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini yakni berbentuk deskriptif berdasarkan pada tujuan penelitian peneliti ingin mengamati keadaan lapangan dengan lebih spesifik, transparan, dan mendalam. Data kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif baik berbentuk lisan atau tertulis dari orang ataupun perilaku yang diamati.(Wahidin, 2001:47)

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang di perlukan dalam penelitian, sumber data yang peneliti gunakan yaitu:

1) Sumber Data Primer

Data primer yakni peneliti mengumpulkan data-data pengamatan dan wawancara langsung dari orang atau sumber pertama seperti Kepala Divisi Penghimpunan Yuningsih,S.T, Kiki Agung Saputra,S.Ap Kepala Departemen Kesekretariatan dan Cahya Geriyana selaku *Relationship Manager Retail* dan Digital berkaitan dengan Manajemen Strategik Digital *Fundrising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat *Muzakki* diantaranya

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder yakni peneliti mengumpulkan data dari orang atau sumber kedua seperti; bahan-bahan pustaka berupa buku, makalah, arsip, dokumen, artikel, catatan dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh yang sudah tersedia melalui publikasi dan informasi dari berbagai sumber, data diperoleh dari literatur, buku-buku, majalah, artikel dan tulisan mengenai Manajemen Strategik Digital *Fundrising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik kegiatan penelitian dengan mencatat kegiatan yang penting secara sistematis dan runtut. Memerlukan beberapa alat seperti perekam, kamera, dan alat tulis. Melalui observasi adanya pengalaman yang mendalam antara peneliti dan subjek penelitian. (Sadiah,2015:87) Observasi suatu kegiatan mengamati secara langsung maupun tidak langsung (Riyanto,2010:96) dalam tahap ini peneliti mengamati lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat, penulis mengobservasi berkenaan dengan Strategi Digital *Fundrising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat *Muzakki*. Dalam observasi tersebut data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian diantaranya meliputi formulasi, implementasi, dan evaluasi.

b. Wawancara

Dalam sebuah penelitian wawancara ini memiliki tujuan untuk mengumpulkan beberapa informasi mengenai objek yang diteliti dengan beberapa orang kemudian melakukan tanya jawab seputar pertanyaan penelitian. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk dapat mengumpulkan data di lapangan.(Bachtiar,1999:72) Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara semi strutural agar dapat dikembangkan dan fleksibel sehingga dapat memudahkan penulis dalam mengembangkan pertanyaan. (Arikunto,1998:145) dengan teknik wawancara akan dilakukan

tanya jawab dengan Kepala Divisi Penghimpunan Yuningsih,S.T dan Kiki Agung Saputra,S.Ap Kepala Departemen Kesekretariatan dan dan Cahya Geriyana selaku *Relationship Manager Retail* dan Digital untuk memperoleh data Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat Muzakki.

c. Dokumentasi

Proses pengumpulan data seperti buku, catatan, history, arsip, surat kabar, majalah, jurnal. Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data untuk mengambil sebuah data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen terdahulu. (Sadih,2015:91) Studi dokumentasi meliputi sebuah data yang di dapat dari arsip penting dari lembaga penelitian (Hamidi,2004:72) dalam hal ini pengambilan gambar dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian. Dalam tekniknya penulis mengumpulkan data berupa *soft file* pendukung rekapan kenaikan *muzakki* yang membayar zakat, kemudian foto struktur pengurus, dokumentasi penulis pada saat melakukan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan proses menyusun data agar dapat ditafsirkan (Nasution,1996). Menyusun berarti mengklasifikasikan ke dalam pola. Berdasarkan pada data yang telah di dapatkan maka selanjutnya data tersebut akan di analisis kemudian disesuaikan dari pola umum ke khusus agar hasil daripada penelitian mudah di pahami. Dalam hal ini penulis menggunakan data kualitatif berikut langka-langkah yang dilakukan seperti:

- a. Mengumpulkan data dengan kondisi objektif mengenai Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat *Muzakki*.
- b. Mengklasifikasi dan mengklarifikasi data yang sudah di dapatkan.
- c. Menyimpulkan data sesuai dengan tujuan yang dijadikan acuan penelitian sehingga dapat mengetahui Manajemen Strategik Digital *Fundraising* BAZNAS Provinsi Jawa Barat dalam Meningkatkan Minat *Muzakki*.

