

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kewajiban bagi umat muslim ialah membayar zakat, yang termasuk salah satu dari hukum islam yang lima. Karenanya setiap muslim harus berusaha mewujudkan ibadah zakat dalam rangka menyempurnakan keislamannya. Berbicara zakat selalu tidak luput dari Infaq dan Shadaqah karena ketiga hal tersebut merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan Islam dan termasuk kepada salah satu system dari Ekonomi Syariah itu sendiri karena Zakat infaq Shadaqah secara jelas di perintahkan dalam AL-Qur'an maupun hadist, kata zakat dalam Al-Quran disebutkan sebanyak 26 kali (Faqih, 2019).

Zakat merupakan suatu kewajiban yang harus ditunaikan oleh umat muslim yang termasuk golongan wajib zakat, sedangkan infaq dan sedekah merupakan pemberian sukarela baik berupa harta maupun yang lainnya dengan niat karena Allah dan berbuat amal Shaleh. Zakat, Infaq, dan Shadaqah dinilai mampu menjadi sumber dana untuk membantu sesama umat muslim untuk memenuhi dan meringankan kebutuhannya.

Potensi Zakat di Indonesia pada tahun 2021 menurut data yang di kumpulkan oleh Pusat Kajian Badan Amil Zakat Nasional mencapai angka Rp. 327 Triliun pertahun namun yang terkumpul hanya sebesar Rp. 17 triliun (Outlook zakat Indonesia 2021). Angka tersebut masih jauh dari kata

optimal oleh karena itu dibutuhkan "*marketing*" dan peruntukannya yang terkait dengan kepercayaan masyarakat kepada lembaga pengelola zakat selama ini. Adanya kesenjangan yang cukup besar antara potensi zakat yang ada dengan besarnya zakat yang berhasil dihimpun dan didistribusikan mengundang banyak pertanyaan, mengingat banyaknya jumlah Organisasi Pengelola Zakat dan besarnya perhatian pemerintah dalam menangani persoalan zakat. Rendahnya rasio penghimpunan zakat di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor (Nurhasanah, 2018).

Kesadaran umat muslim dalam kewajibannya untuk menunaikan zakat dinilai rendah oleh karena itu potensi zakat yang ada di Indonesia tidak dapat terhimpun secara maksimal maka berdirilah beberapa badan dan lembaga di bidang zakat. Badan Zakat ialah badan yang dibentuk oleh pemerintah yaitu saat ini bernama Badan Amil Zakat Nasional atau disingkat BAZNAS sedangkan lembaga zakat ialah lembaga yang dibentuk oleh Masyarakat dan diresmikan dengan izin hukum dari pemerintah. Badan dan lembaga zakat itu bertugas dan bertujuan untuk membantu meningkatkan kesadaran umat muslim dalam zakat, infaq, dan Shadaqah. Zakat yang hukumnya wajib jadi sekaligus menjadi ajang untuk berdakwah bagi para Lembaga zakat selain untuk menghimpun zakat tersebut yang akan diberikan kepada yang berhak menerima.

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menjelaskan mengenai pengelolaan zakat di Indonesia diantara pada pasal 5 menjelaskan bahwa untuk melaksanakan pengelolaan zakat

pemerintah membentuk BAZNAS. BAZNAS merupakan lembaga pemerintah nonstructural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri dan pada Pasal 17 menjelaskan bahwa untuk membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat masyarakat dapat membentuk LAZ atau lembaga amil zakat. LAZ wajib melaporkan pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat yang telah di audit kepada BAZNAS secara berkala (Pemerintah Republik Indonesia, 2011).

Lembaga Zakat harus bekerja keras untuk meningkatkan kesadaran umat muslim dalam berzakat dan untuk mendapatkan dana zakat dari muzzaki. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan cara atau strategi yang baik untuk menarik dan memberi kesadaran para muzzaki untuk mengeluarkan zakatnya, selain itu lembaga zakat harus bisa memberikan kepercayaan kepada masyarakat atau calon dari muzzaki tersebut agar hasil yang didapatkan oleh Lembaga zakat lebih maksimal.

Di era modern ini masyarakat pada umumnya lebih banyak berkecimpung di dunia digital dibandingkan pada dunia nyata, maka hal ini menjadi peluang bagi para Lembaga zakat untuk menjadikan sarana digital sebagai salah satu strategi dari penghimpunan zakat infaq dan shadaqah. Sarana digital sangat luas jangkauannya. Oleh karena itu strategi *fundraising* di dunia digital di nilai sangat efektif dilakukan oleh para lembaga zakat di era modern ini. Sehingga lembaga zakat maupun lembaga sosial sudah merambah ke dunia digital dalam proses penghimpunan

dananya mengingat potensi yang dihasilkan dalam dunia digital cukup menjanjikan. Metode yang sering dipakai dan lumrah bagi para lembaga zakat ialah penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) atau biasa disebut QRIS. QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) menggunakan QR kode, QRIS dikembangkan oleh industri sistem bersama dengan bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (BI, 2020).

Salah satu Lembaga Amil Zakat yang ada pada saat ini ialah Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam (LAZ PERSIS) Lembaga tersebut merupakan sebuah lembaga yang berada dibawah naungan organisasi masyarakat Persatuan Islam yang telah memiliki badan hukum yang resmi dan sudah terdaftar di kementerian agama dengan SK Menteri Agama RI No 425 tahun 2022. LAZ Persis sudah memiliki banyak cabang baik tingkat provinsi yang disebut Kantor perwakilan, tingkat kabupaten/kota yang disebut kantor layanan, dan tingkat kecamatan yang disebut kantor layanan pembantu. Peran LAZ Persis pada saat ini yang bisa dirasakan oleh masyarakat salah satunya ialah menyalurkan dana Infaq dan Shadaqah kepada korban bencana, LAZ Persis sering terjun langsung pada saat terjadi bencana dan membantu meringankan beban para korban baik itu berupa materi maupun non materi. Sehingga LAZ Persis dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan hal tersebut semoga menambah

kepercayaan dan kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, infaq, dan shadaqah kepada Lembaga Amil Zakat.

Menurut riset yang dilakukan oleh peneliti saat ini Lembaga LAZ Persis ini sedang mencoba strategi untuk menghimpun zakat infaq shadaqah ini dengan cara digital diantaranya dengan menggunakan media sosial ataupun yang lainya yang sangat banyak macamnya. Contohnya untuk menghimpun dana zakat, Infaq, dan Shadaqah dengan cara menyebarkan konten akan kewajiban zakat, Infaq, dan Shadaqah disertai dengan cara pembayaran yang beragam seperti dengan cara transfer ataupun dengan cara menghubungi amilin untuk menjemput dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah tersebut.

Salah satu strategi digital fundarishing yang dilakukan oleh LAZ Persis Kantor Layanan Pembantu Jatinangor ini adalah dengan menggunakan QRIS yang bisa diakses oleh seluruh dompet digital dan seluruh bank dan akan otomatis masuk ke satu akun bank LAZ Persis yang didaftarkan. LAZ Persis layanan pembantu Jatinangor ini berdiri secara resmi pada tanggal 14 Waret 2021 dan mulai menggunakan QRIS pada bulan oktober 2021. Menurut data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Kepala kantor LAZ Persis Jatinangor bahwa ada beberapa penambahan *muzzaki* yang menggunakan QRIS tersebut secara keseluruhan ada sebanyak 17 orang sedangkan muzzaki yang menggunakan QRIS secara rutin bulanan sebanyak 5 orang (Hasil Wawancara awal dengan kepala kantor LAZ Persis Jatinangor).

Berdasarkan data yang didapat dari kepala Kantor LAZ Persis Jatinangor selama tahun 2022 penerimaan zakat yang terkumpul dari penggunaan QRIS sebesar Rp. 10.000.000. Keseluruhan dana zakat yang dihimpun sebesar Rp 85.000.000, Artinya sebesar 12% dari seluruh penghimpunan dana zakat menggunakan strategi digital QRIS. Menurut data tersebut bahwa salah satu strategi digital yang diterapkan dalam sebuah lembaga zakat cukup baik manfaatnya meskipun dari segi jumlah yang didapatkan oleh LAZ Persis Jatinangor ini masih kecil. Namun ketika dilakukan strategi digital yang lain akan menjadi potensi yang baru lagi bagi sebuah lembaga zakat khususnya oleh LAZ Persis ini dalam menghimpun dana zakat infaq dan shadaqah. Menurut wawancara dengan bagian marketing dan komunikasi LAZ Persis Jatinangor ini pada program kerja tahun 2023 bahwa akan mencoba membuat website untuk *Crowdfunding* untuk menghimpun dana Zakat maupun dana infaq untuk dijadikan program sosial karena menurut beberapa contoh seperti Kitabisa.com strategi digital fundarishing melalui hal tersebut cukup baik dan akan menjadi sumber penerimaan yang baru bagi sebuah zakat. Oleh karena itu sangat penting bagi kita untuk mengetahui tingkat kemanfaatan dan dampak dari strategi digital yang dilakukan oleh sebuah lembaga zakat dalam penghimpunan zakat infaq dan shadaqah ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “*Analisis Strategi Digital Fundraising dalam Penghimpunan Dana Zakat Infaq dan Shadaqah di LAZ Persis Jatinangor*”.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi digital *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Persis Jatinangor ?
2. Bagaimana penerapan strategi digital *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Persis Jatinangor?
3. Bagaimana dampak dari strategi digital *fundraising* terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat infaq dan shadaqah di LAZ Persis Jatinangor?

C. Tujuan Penelitian

Setiap sebuah penelitian tentunya mempunyai tujuannya masing-masing sebuah penelitian pasti meiliki target dan target itulah yang merupakan tujuan dari sebuah penelitian, maka dari itu tujuan penilitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi digital *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Persis Jatinangor.
2. Mengetahui penerapan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Persis Jatinangor
3. Mengetahui dampak dari strategi digital *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Persis Jatinangor.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian diharapkan memberi pengetahuan serta pengalaman tentang Strategi digital fundraising zakat, infaq, dan shadaqah.

2. Bagi Lembaga zakat

Penelitian ini diharapkan memberi masukan bermanfaat bagi Lembaga zakat tentang strategi digital fundraising zakat, infaq, dan shadaqah.

3. Bagi Pembaca

Penelitian diharapkan memberikan informasi dan bahan bacaan bagi pembaca tentang strategi digital fundraising zakat, infaq, dan shadaqah. Dan mendorong masyarakat untuk menggunakan Platform digital untuk membayar zakat infaq dan Shadaqah

