

## BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan melakukan analisa dan pembahasan dari hasil informasi yang telah didapatkan selama melakukan kegiatan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Seluruh data dan informasi yang telah didapatkan akan diolah untuk kemudian akan dijelaskan dan dijabarkan pada penulisan penelitian ini. Pada penelitian ini akan digunakan juga indikator kesiapan digital dari BAZNAS untuk membantu proses pengolahan data dan informasi dalam penelitian ini. Hasil analisa yang didapatkan akan membantu peneliti untuk menentukan kesimpulan pada penelitian ini.

### **V.1 Mekanisme Pelaksanaan Digital *Fundraising* Zakat di Mizan Amanah**

Mizan Amanah tidak memiliki departemen atau unit khusus yang mengelola kegiatan digital *fundraising* zakat. Namun hal tersebut tergabung dalam departemen *marketing* dan komunikasi sebagai salah satu upaya dalam menjalankan digital marketingnya mereka. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Adil selaku manager *fundraising* zakat di Mizan Amanah, dimana beliau mengatakan:

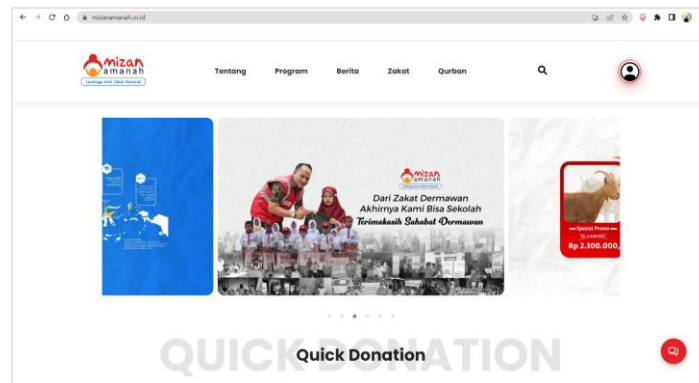
“Tidak ada departemen khusus namun tergabung dalam departemen marketing dan komunikasi. Saya sendiri tergabung dalam departemen disitu dan disitu terdapat kegiatan online dan offline. Dan untuk operasional kita belum ada departemen khusus”

Untuk tata cara yang dilakukan Mizan Amanah dalam kegiatan operasional untuk kegiatan digital *fundraising* zakat ialah pertama, Mizan Amanah sebagai lembaga amil zakat nasional menyediakan layanan di website untuk masyarakat umum melakukan donasi online seperti sedekah, zakat, wakaf dan dana sosial lainnya. Lalu Mizan Amanah menyediakan aplikasi yang dapat diunduh dan diakses di Google playstore atau Appstore oleh masyarakat melalui *smartphone* mereka. Yang terbaru dari Mizan Amanah adalah mereka sudah membuka layanan donasi yang bekerja sama dengan salah satu *crowd funding* besar di Indonesia yaitu Kitabisa sebagai portal untuk program-program Mizan Amanah untuk kemanusiaan.

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan operasional digital *fundraising* zakat Mizan Amanah dilaksanakan melalui:

a. Website Resmi Mizan Amanah

Website resmi Mizan Amanah dapat diakses melalui <https://mizanamanah.or.id>. Pada website resmi Mizan Amanah ini terdapat banyak layanan untuk masyarakat. Seperti layanan zakat, wakaf, sedekah, infaq dan layanan donasi-donasi lainnya.



Gambar 15. Laman Depan Website Mizan Amanah  
Sumber: Dokumentasi (2022)

b. Aplikasi Mizan Amanah

Mizan Amanah juga memiliki aplikasi resmi dengan nama Mizan Amanah. Aplikasi tersebut bisa di unduh di smartphone baik di android dan IOS.



Gambar 16. Laman Depan Aplikasi Mizan Amanah  
Sumber: Dokumentasi (2022)

c. *Crowd Funding*

Dalam menjalankan kegiatan operasional Mizan Amanah bekerja sama dengan *crowd funding* sebagai upaya untuk memperluas portal donasi agar

masyarakat umum dapat melakukan transaksi di Mizan Amanah lewat platform lain. Selain itu hal ini dijalankan guna untuk sebagai upaya agar Mizan Amanah semakin dikenal dengan masyarakat umum lainnya. Salah satu *crowd funding* yang bekerja sama dengan Mizan Amanah ialah Kitabisa.com. Masyarakat kini bisa berdonasi di Mizan Amanah melalui platform Kitabisa tersebut. Hal ini tentu memudahkan masyarakat untuk terus melakukan donasi ke Mizan Amanah tanpa harus mengunjungi laman website atau aplikasi Mizan Amanah.



Gambar 17. Portal Donasi Mizan Amanah di Kitabisa.com  
Sumber: Dokumentasi (2022)

Selain itu dalam melakukan kegiatan digital *fundraising* zakat, Mizan Amanah melakukan digital *marketing* yang berupa Facebook Ads dan Goodle Ads. Mizan Amanah juga bekerja sama dengan media nasional yaitu Republika untuk mempublikasi laporan audit sebagai bahan kepercayaan masyarakat umum kepada Mizan Amanah. Dan Mizan Amanah juga belum lama memiliki program CRM (*Customer Relationship Management*) sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan para donatur dan muzaki agar terus berdonasi di Mizan Amanah. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Adil selaku manajer *fundraising* Mizan Amanah dimana beliau mengatakan:

“Kami menyediakan layanan di website untuk donasi online, aplikasi yang dapat di download di appstore, bekerjasama dengan crowd funding seperti kitabisa.com. Yang terbaru membuka portal donasi untuk program-program yang lebih banyak binaan di luar panti untuk kemanusiaan. Setelah itu kita mempunyai media, kita lakukan digital marketing atau digital fundraising, bisa berupa Facebook ads untuk aktif sosial media dan kita lakukan juga di Google ads. Dan untuk media-media nasional paling kita di Republika dan itu untuk laporan

Audit sebagai sarana kepercayaan juga. Selain itu juga dalam waktu tertentu kita juga ada program CRM.”

Dalam kegiatan digital fundraising zakat, Mizan Amanah tidak memiliki instrumen khusus yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, Mizan Amanah hanya menggunakan metode fundraising yang pada umumnya diterapkan di lembaga amil zakat lain yaitu metode *direct* dan *indirect*. Dimana hal tersebut dikatakan oleh Pak Adil sebagai berikut:

“Saya sebetulnya kurang paham untuk metode khusus, metode yang digunakan Namanya apa. Tapi, sebetulnya kegiatan fundraising biasa yang dilakukan *direct* dan *indirect*.”

Dalam menjalankan kegiatan digital *fundraising* tentunya Mizan Amanah memiliki target agar dalam kegiatan tersebut Mizan Amanah dapat mencapai keberhasilan. Tentunya dalam mencapai target tersebut Mizan Amanah memiliki strategi untuk mencapai keberhasilan lembaga.

“Karena kita mengejar target dana, yang pertama kita buka kemudahan orang untuk berdonasi. Jadi kita buka layanan website, *crowd funding*. Mungkin yang belum kita lakukan adalah dengan menggunakan *fintech*.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, salah satu strategi yang dilakukan Mizan Amanah dengan cara membuka portal donasi melalui sistem digital, seperti website resmi, kerja sama dengan *crowd funding*.

Dalam pelaksanaan kegiatan *fundraising* tersebut, Mizan Amanah masih memiliki target yang tidak terlalu besar. Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising Digital* mengatakan bahwa target jumlah pengimpunan zakat di Mizan Amanah masih disekitar 3 Milyar saja, dan untuk saat ini target tersebut baru mencapai 10% dari jumlah yang ditargetkan. Dimana hal tersebut dikatakan oleh beliau sebagai berikut:

“Kalau zakat kita belum punya target keseluruhan dan targetnya masih kecil. Target kami untuk fundraising sendiri masih disekitar 3 milyar dan masih jauh dari target. Kami baru mencapai 10% dari target.”

Untuk itu dalam mencapai target tersebut, Mizan Amanah terus bergerak mengembangkan segala sistem dan kinerjanya untuk mendorong agar Mizan Amanah dapat mencapai keberhasilan.

### V.1.1 Tantangan Mizan Amanah dalam Melaksanakan Digital *Fundraising* Zakat

Dalam menjalankan strategi untuk mencapai target keberhasilan dalam kegiatan digital *fundraising* zakat, Mizan Amanah tentu menghadapi kesulitan atau tantangan dalam mencapai hal tersebut. Tantangan yang dihadapi oleh Mizan Amanah dalam mencapai target menurut Pak Adil sebagai Manajer *Fundraising* Digital adalah dikatakan sebagai berikut:

“Sekarang mungkin kendalanya adalah hampir semua lembaga melakukan hal tersebut, kalau bahasa marketingnya kita harus memiliki program yang unik kalau bisa program itu memang seperti program-program dari ACT seperti mengambil banyak dari momentum, sedangkan kita menjalankan program jangka panjang. Jadi masalah kita salah satunya adalah harus membuat program jangka Panjang kita ini semenarik mungkin dan tidak boleh kalah dengan Lembaga lain. Dan juga mungkin karena tim kita tidak begitu lengkap yang menyebabkan kita sering keteteran. “

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi oleh Mizan Amanah dalam menjalankan digital *fundraising* untuk mencapai target keberhasilan ialah:

- 1) Sistem yang digunakan hampir sama dengan lembaga amil zakat yang lain

Pak Adil selaku manajer fundraising mengatakan bahwa sistem yang digunakan di Mizan Amanah sekarang ini hampir sama dengan lembaga amil zakat lainnya. Seperti diberlakukannya metode direct dan indirect dalam proses fundraising. Lalu juga sekarang sudah hampir semua lembaga amil zakat sudah melek teknologi, seperti penggunaan portal website dan aplikasi sebagai wadah untuk masyarakat berdonasi, lalu saat ini juga lembaga amil zakat lainnya sudah lebih aktif di media sosial untuk mempererat hubungan sekaligus mengedukasi masyarakat mengenai zakat melalui konten-konten yang menarik.

- 2) Program yang diterapkan adalah program jangka panjang

Program-program di Mizan Amanah merupakan program yang diberlakukan dan dijalankan secara terus-menerus dari tahun ke tahun. Hal ini menjadikan Mizan Amanah menganggap bahwa program-program yang dijalankan dan ditawarkan ke masyarakat akan kalah dengan program lembaga

amil zakat atau lembaga pengelola dana sosial lainnya yang memiliki program-program momentum, dimana program tersebut dijalankan setiap ada momen-momen besar seperti bencana alam atau hari-hari besar lainnya.

3) Kurangnya jumlah anggota dalam tim

Jumlah dalam divisi yang bertugas untuk mengelola kegiatan digital *fundraising* zakat ini jumlahnya masih sedikit. Hal ini dikarenakan kegiatan digital *fundraising* masih dibawah divisi marketing, jadi belum ada petugas atau tim khusus yang mengelola hal tersebut.

## V.2 Analisis Kesiapan Digital pada Mizan Amanah

Penggunaan sistem digital di Mizan Amanah sudah dimanfaatkan untuk media pembayaran, khususnya dalam pembayaran zakat. Pemanfaatan sistem pembayaran digital tersebut diberlakukan sebagai salah satu upaya Mizan Amanah untuk terus bergerak memaksimalkan kegiatan *fundraising* zakat.

Penerapan sistem pembayaran digital di Mizan Amanah menunjukkan dampak yang positif untuk perkembangan penghimpunan zakat di Mizan Amanah, hal ini dikatakan sendiri oleh Pak Adil selaku Manajer *Fundraising Digital* yaitu:

“Iya betul, pembayaran digital merupakan hal yang sangat berpengaruh untuk menjadi salah satu upaya dalam kegiatan fundraising. Apalagi kemarin saat terjadinya pandemic sangat berpengaruh sekali. Mungkin banyak pertanyaan apakah donatur bisa transfer via rekening tapi dengan via rekening itu kan kita harus konfirmasi dan sebagainya yang menjadikan banyak step yang terlalu panjang. Nah dengan adanya sistem pembayaran layanan digital donatur bisa melakukan pembayaran sendiri dengan pembayarannya tidak harus ada kegiatan konfirmasi, bukti pembayaran pun sudah masuk secara otomatis melalui email atau whatsapp.”

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan sistem pembayaran digital, jumlah penghimpunan zakat meningkat. Ditambah lagi saat masa pandemi Covid-19, dimana pada saat itu segala lini kegiatan masyarakat dilakukan secara daring.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indeks kesiapan digital BAZNAS sebagai tolak ukur keberhasilan Mizan Amanah dalam menggunakan sistem

pembayaran digital sebagai upaya dalam mengoptimalkan digital fundraising zakat. Dimana indikator-indikator tersebut ialah sebagai berikut:

### **V.2.1 Infrastruktur Digital**

Dalam variabel infrastruktur digital ini terdapat 2 indikator yang digunakan yaitu:

#### **1. Jaringan Internet**

Jaringan internet yang dimaksud pada indikator ini merupakan ketersediaan jaringan internet yang mendukung aktivitas pengumpulan zakat. Dalam hal ini disebutkan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising Digital* zakat bahwa Mizan Amanah memiliki jaringan internet yang sangat memadai. Mizan Amanah menyediakan jaringan internet dengan kecepatan kurang lebih 100 Mbps. Hal tersebut dikatakan sangat cukup untuk digunakan sebagai sarana lembaga untuk mengelola kegiatan digital seperti kegiatan marketing, *fundraising*, dll. Dimana hal tersebut dikatakan oleh Bapak Adil sebagai berikut:

“Ya alhamdulillah kalo untuk di kantor kita (kantor pusat) internetnya sudah sangat memadai. Jadi untuk divisi marketingnya sendiri kita sudah menyediakan internet dengan kecepatan kurang lebih 100Mbps ya. Jadi memang sangat cukup untuk kita produksi konten dan upload video-video dan memang sudah sangat memadai.”

Dengan adanya sistem jaringan internet yang memadai, Mizan Amanah dapat melakukan kegiatan seperti mengunggah konten-konten seperti video, foto, dan *campaign-campaign* dari Mizan Amanah sebagai bentuk upaya untuk menarik perhatian dan juga untuk mengedukasi masyarakat mengenai produk-produk yang dijalankan di Mizan Amanah.

#### **2. Rasio Perangkat *Hardware***

Rasio perangkat *hardware* berupa laptop dan komputer yang digunakan oleh lembaga amal zakat dalam melakukan pengumpulan zakat secara digital. Untuk di Mizan Amanah khususnya dalam divisi *marketing* kurang lebih berjumlah sekitar 62 perangkat PC, dimana hal tersebut dikatakan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising Digital* sebagai berikut:

“Ya kalo secara keseluruhan di divisi marketing kurang lebih kita untuk di cabang saja, di tiap cabang ada komputer kurang lebih 52 ya, di pusat ada 3 jadi 55, ditambah tim kita di pusat itu ada 7. Jadi kurang lebih ada 62 jumlah pc kita yang digunakan untuk kebutuhan penggalangan baik itu untuk mencatat transaksi ataupun untuk produksi konten-konten digital marketing. Dan memang kalau spek kita sesuaikan dengan personal, kita sesuaikan dengan task. Tentunya kalo misalnya bagian admin ya speknya untuk admin, ya standar. Tapi kalau untuk design atau video speknya bisa lebih tinggi lagi, menyesuaikan dengan kebutuhan kerja.”

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah perangkat hardware atau PC di Mizan Amanah adalah:

Tabel 4. Rasio Perangkat Hardware Mizan Amanah

Penempatan	Jumlah Unit Perangkat Hardware
Kantor Cabang	52 unit
Kantor Pusat	10 unit
<b>Total</b>	<b>62 unit</b>

Sumber: Data diolah (2022)

Laptop dan komputer tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan penggalangan dana zakat dan dana donasi lainnya, seperti untuk mencatat kegiatan transaksi, atau sebagai alat memproduksi konten-konten untuk digital *marketing* Mizan Amanah. Untuk spesifikasi perangkat yang digunakan di Mizan Amanah disesuaikan dengan pekerjaan setiap petugas, seperti contoh divisi administrasi hanya menggunakan perangkat laptop atau komputer dengan spesifikasi yang biasa saja. Namun jika di divisi yang bertanggung jawab untuk design, lalu konten-konten video atau foto untuk sosial media dan website Mizan Amanah, maka perangkat yang disediakan spesifikasinya lebih bagus dan lebih tinggi lagi dibandingkan dengan divisi lain.

## V.2.2 Penggunaan Alat atau Aplikasi Digital

Pada variabel penggunaan alat atau aplikasi digital terdapat 4 indikator yang digunakan yaitu:

### 1. Platform Internal



Platform internal pada indikator ini adalah berupa kepemilikan platform berupa website atau aplikasi yang digunakan untuk mendukung aktivitas pengumpulan dana ZIS secara digital. Dimana dikatakan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital yaitu sebagai berikut:

“Iya betul, kita ada website di [mizanamanah.or.id](https://mizanamanah.or.id) nah itu bisa donasi di sana donatur kita atau siapapun. Atau kita bisa juga download aplikasi, Namanya juga sama Mizan Amanah. Itu sudah tersedia juga di Android store atau apple store, atau apay a Appstore ya namanya.”

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diartikan bahwa, Mizan Amanah sendiri sudah memiliki layanan website resmi dan aplikasi digital. Dimana website resmi Mizan Amanah dapat diakses pada <https://mizanamanah.or.id> dan aplikasi digital Mizan Amanah dapat diunduh di Google playstore untuk pengguna Android dan Appstore untuk pengguna IOS/Apple.

## **2. Platform Eksternal**

Penggunaan platform eksternal ini digunakan dalam mendukung aktivitas kegiatan pengumpulan dana ZIS khususnya zakat. Pada Mizan Amanah sendiri ketersediaan platform eksternal Mizan Amanah dijelaskan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital yaitu sebagai berikut:

“Ya kita juga kerjasama dengan beberapa platform, ada Kitabisa terus mungkin kita juga sempet sih tapi udah gak aktif seperti di Amalsholeh, terus juga di namanya tuh we care tapi emang paling aktif di kitabisa aja sih. Soalnya mungkin lebih kelihatan progresnya. Dan sebetulnya kalo kita banyak platform, kesulitan kita harus menambah sdm sih untuk mengelola platform tersebut. Nah untuk hal tersebut kan memang diurus langsung oleh kita, nah kalau kita emang pengen banyak platform sebetulnya makin banyak belum tentu bagus juga gitu, yang terpenting itu kan ada yang mengerjakan dan mengurus. Saya sempat juga dengan Tokopedia gitu ya waktu qurban dua tahun kemarin tapi memang kita coba di rasa berat juga nih, berat juga pengembangan donasi di situ. Karena orang perlunya di Tokopedia itu kaya mau belanja gitu bukan mau donasi.”

Mizan Amanah sendiri juga bekerja sama dengan beberapa platform eksternal diluar dari platform resmi milik Mizan Amanah sendiri yaitu melalui Kitabisa.com. Hal tersebut diterapkan oleh Mizan Amanah sebagai salah satu

sarana untuk memperluas portal-portal donasi agar semakin banyak masyarakat yang minat dan mau untuk berdonasi dimanapun dan kapanpun.

Mizan Amanah juga pernah bekerja sama dengan platform Amalsholeh.com dan Wecare.id namun tidak berjalan lama karena ternyata progres yang ditunjukkan dan lebih kelihatan adalah hanya melalui Kitabisa.com, selain itu pula dengan semakin banyaknya platform eksternal yang digunakan maka Mizan Amanah harus menambah jumlah SDM untuk mengurus platform tersebut. Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital di Mizan Amanah juga mengatakan bahwa semakin banyak platform eksternal yang digunakan maka semakin tidak efektif juga penggunaannya.

### 3. Fasilitas Penyimpanan Database

Fasilitas penyimpanan database pada lembaga kini harus berbasis cloud, di Mizan Amanah sendiri dikatakan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital, dimana beliau mengatakan:

“Untuk transaksi donasi terus baik *online* ataupun *offline*, ada juga sih akuntansi ya kita semua sudah from computing ya. Kita sudah minimal save data di pc sendiri, semua sudah tersave di server. Terus untuk kolaborasi juga kita kerja dengan tim kita juga menggunakan Google workspace atau Google drive. Nah alhamdulillah kalo Google workspace ini dia ternyata punya program *free for non profit* gitu, nah kita dapet kurang lebih 100 akun lah user untuk kita gunakan. Nah itu kita gunakan kolaborasi untuk kerja. Karena memang bukan hanya masalah donasi saja yang kita kerjakan. Kan ada masalah-masalah dan kerjaan-kerjaan lain. Dan kita lebih menggunakan yang namanya Google workspace untuk save data kaya hasil-hasil video *campaign* kita, kita *save* disitu.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tim amil zakat menggunakan Google workspace dan Google drive sebagai tempat penyimpanan database mengenai kegiatan pengumpulan zakat. Dalam penggunaan fasilitas penyimpanan tersebut, Mizan Amanah mendapatkan kurang lebih sebanyak 100 akun pengguna untuk digunakan.

### 4. Sistem Pembayaran Zakat

Sistem pembayaran yang diterapkan oleh Mizan Amanah kini dapat diakses melalui tunai maupun non tunai. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital bahwa:

“Iya betul, kita sudah bisa. Kalo dari awal berdiri kita tunai ya tentunya warga sekitar yang memang rumahnya dekat dengan panti biasanya mereka bayar langsung ke panti secara tunai. Walaupun disitu, di panti pun tidak hanya tunai gitu ya ada juga kita sediakan untuk debit kartu, kita sediakan namanya mesin EDC itu ya. Ada juga Qris yang mau di scan, nah itu yang secara offline. Nah kalo online ya bisa di website, jadi self service lah sistemnya kalo di online itu. Selfservice, dia input data sendiri, pilih programnya sendiri, nanti donasi tergantung metode pembayarannya. Kita sediakan juga banyak bank transfer untuk semua bank ada ya, bank-bank umum kita ada ya BSI, Mandiri, BCA, BNI, BRI. Untuk e-wallet kita juga adanya OVO, Dana, Shopeepay, Gopay. Terus via alfamart juga ada sih di website, tapi orang jarang pake mungkin ya, karena kan donasi online ya ngapain saya harus dateng ke alfamart gitu kan ya, makannya kita jarang gunakan itu sih.”

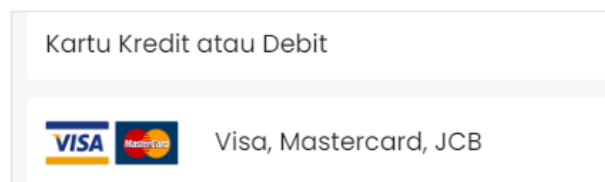
Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran yang diterapkan di Mizan Amanah tersebut ialah:

**a. Pembayaran tunai dengan datang langsung ke Mizan Amanah**

Transaksi ini dilakukan dengan menggunakan uang tunai (uang fisik) dan dibayarkan langsung ke petugas amil di Mizan Amanah.

**b. Pembayaran non tunai dengan datang langsung ke Mizan Amanah**

Mizan Amanah menyediakan layanan EDC untuk pembayaran menggunakan kartu kredit dan debit ATM.



Gambar 18. Layanan Pembayaran Melalui Kartu Kredit dan Debit  
Sumber: Dokumentasi (2022)

Selain itu juga terdapat QRIS yang dapat dipindai di smartphone para muzaki dan masyarakat umum untuk melakukan pembayaran zakat dan donasi lainnya melalui pembayaran digital namun dilakukan langsung di Mizan Amanah.

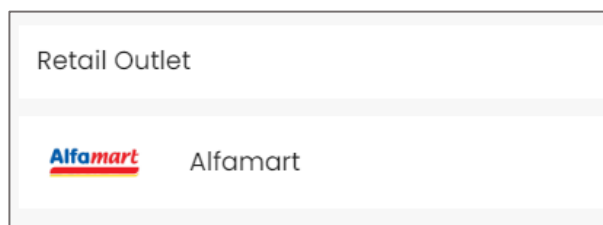


Gambar 19. QR Code Zakat Mizan Amanah

Sumber: Dokumentasi (2022)

**c. Pembayaran tunai namun tidak datang langsung ke Mizan Amanah**

Mizan Amanah juga memiliki layanan pembayaran zakat dan donasi melalui Alfamart. Pembayaran ini dapat dilakukan dengan menggunakan uang tunai dan dibayarkan melalui jasa retail tersebut.



Gambar 20. Pembayaran Zakat Melalui Alfamart

Sumber: Dokumentasi (2022)

**d. Pembayaran non tunai namun tidak datang langsung ke Mizan Amanah**

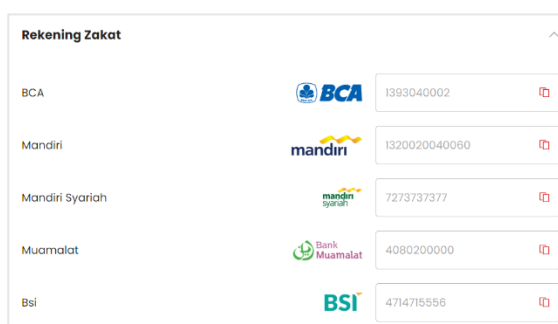
Mizan Amanah menyediakan layanan pembayaran zakat dan donasi lainnya melalui pembayaran non tunai tanpa harus datang langsung ke Mizan Amanah. Hal ini ditujukan agar dapat dilakukan dimana dan kapan saja untuk para muzaki menunaikan zakatnya. Pembayaran digital tersebut dapat diakses di website resmi dan aplikasi Mizan Amanah, dengan metode pembayaran sebagai berikut :

- 1) Pembayaran instan melalui Gopay, OVO, Dana, LinkAja



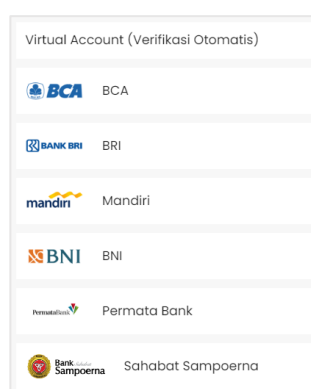
Gambar 21. Layanan Metode Pembayaran Digital  
Sumber: Dokumentasi (2022)

## 2) Transfer bank melalui rekening bank



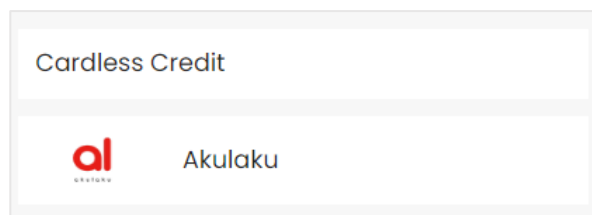
Gambar 22. Daftar Nomor Rekening Zakat Mizan Amanah  
Sumber: Dokumentasi (2022)

## 3) Virtual account dengan verifikasi otomatis (BCA, BRI, Mandiri, BNI, Permata Bank, dan Sahabat Sampoerna)



Gambar 23. Layanan Metode Pembayaran Melalui Virtual Account  
Sumber: Dokumentasi (2022)

#### 4) *Cardless credit* melalui Akulaku



Gambar 24. Layanan Metode Pembayaran Melalui *Cardless Credit*

Sumber: Dokumentasi (2022)

### V.2.3 Ekosistem dan Budaya Digital

Pada variabel ini memiliki 2 indikator yang merepresentasikan mengenai ekosistem dan budaya digital tersebut, ialah sebagai berikut:

#### 1. Regulasi Internal

Pada variabel ini adalah kepemilikan regulasi internal yang dimiliki oleh Mizan Amanah yang mendukung aktivitas pengumpulan zakat secara digital. Berdasarkan pernyataan Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital, dalam hal regulasi internal Mizan Amanah dikatakan sebagai berikut:

“Oke, tentunya kita di dukung juga oleh yayasan. Yang pertama kita dibuatkan bagian khusus, walaupun disana kita masih dibawah marketing gitu ya di divisi digital marketing. Dan memang setiap bulan kita juga diberikan aktivitas digital *marketing* begitu, iklan ataupun kegiatan lainnya. Seperti itu sih kalau regulasinya. Kita pun merubah cara kerja ya, tim-tim di lapangan pun diwajibkan dia setelah melakukan kegiatan, dia segera mungkin update kegiatan. Baik itu di upload ke sosmed Instagram, Facebook, ataupun youtube gitu ya, ataupun dia langsung upload konten disitu. Jadi itu beberapa dukungan dari yayasan.”

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mizan Amanah mendapatkan dukungan dari yayasan untuk dibuatkan bagian atau divisi khusus untuk mengurus pengumpulan dana zakat secara digital, walaupun divisi tersebut masih dibawah divisi digital *marketing*.

#### 2. Sistem Bekerja Remote

Untuk sistem bekerja remote, Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital mengatakan bahwa saat di masa pandemi Covid-19 kemarin seluruh

petugas Mizan Amanah bekerja melalui sistem WFH (*Work From Home*) hal ini menjadikan Mizan Amanah bisa bekerja dengan sistem remote. Kegiatan ini dijelaskan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital yaitu:

Ya kalo untuk kerja remote dengan tim, bisa kita lakukan ya. Karena kita juga pernah melakukan itu ketika WFH. Dan tadi kita menggunakan Google workspace. Untuk pendataan kita semua online dan memang tim kami di divisi marketing ini nah itu kan terpisah-pisah, ada di cabang masing-masing. Nah ya kalau secara aturan harus remote sih, di kami gak ada gak pakai remote karena kita ke kantor. Tapi tetep kolaborasi itu dengan tim kan 50 orang itu di daerah-daerah, di cabang-cabang.”

Selain itu khusus di divisi marketing sendiri, untuk terus berkoordinasi dengan divisi *marketing* lain yang berada di cabang-cabang daerah, mereka juga menggunakan sistem remote atau koordinasi dari jarak jauh dengan menggunakan sistem pribadi yang dimiliki oleh Mizan Amanah untuk menjalankan tugasnya.

#### **V.2.4 Kemampuan Digital Sumber Daya Manusia**

Pada variabel kemampuan digital SDM ini terdapat 3 indikator yang mendukung keberhasilan variabel tersebut, yaitu:

##### **1. Divisi atau Unit Pengumpulan Zakat Digital**

Dalam hal ini membahas mengenai kepemilikan atau ketersediaan divisi atau unit khusus yang menangani pengumpulan zakat secara digital di Mizan Amanah. Mizan Amanah sendiri memiliki divisi khusus yang mengurus hal tersebut, yaitu terdapat di divisi *marketing*, dimana divisi tersebut bertanggung jawab untuk menjalankan kegiatan digital *marketing* sebagai pengupayaan dalam menangani pengumpulan zakat secara digital atau digital *fundraising*. Dimana hal tersebut dikatakan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital yaitu sebagai berikut :

“Ya ada namanya digital marketing, dia yang bertanggung jawab utamanya gitu. Nah tapi kita juga kerja sama dengan departemen lain seperti program terus di panti-panti daerah, Cuma memang yang meng-*create* itu adalah digital marketing divisinya.”

##### **2. Penguasaan Teknologi**

Dalam hal ini merupakan rasio amil yang menguasai perangkat komputer atau laptop untuk mendukung aktivitas pengumpulan zakat, dijelaskan oleh

Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital dimana ia mengatakan sebagai berikut :

“Tadi ya kita ada 65 ya personal dengan pusat yang sudah kompeten, kita melakukan kegiatan digital marketing gitu. Dan ya beda-beda lah levelnya, mungkin kalo di cabang mereka ambil hari ini mereka sudah bisa bikin konten juga selain menerima donasi. Terus kita juga menggunakan Google workspace tadi ya. Jadi insyaallah ada 65 personal khusus ya yang ini bisa mengoperasikan komputer dan alat-alat digital marketing lainnya.”

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa di Mizan Amanah sendiri untuk pengurus zakat yang sudah menguasai teknologi sudah ada 65 orang petugas yang kompeten. Selain itu di kantor-kantor cabang juga mereka sudah kompeten untuk menguasai teknologi, salah satunya untuk membuat dan mengunggah konten-konten digital *marketing* di Mizan Amanah melalui sosial media seperti instagram, facebook, dan youtube.

### **3. Kemampuan Sumber Daya Manusia**

Kemampuan SDM ini menunjukkan mengenai ketersediaan SDM amil yang memiliki sertifikasi dan pernah mengikuti pelatihan tentang pengumpulan zakat digital. Dalam hal ini dikatakan oleh Bapak Adil selaku Manajer *Fundraising* Digital, dimana ia mengatakan:

“Kita udah pernah ikut pelatihan digital *fundraising* Namanya, dengan nama lembaganya itu IFI (Institute Financing Indonesia) terus kita juga ikut digital marketing tapi itu umum ya, namanya lembaganya di RevoU dan itu sedang dalam on progress. Nah kalo saya sendiri sedang belajar data analisis atau data scientist nah kalo saya sendiri ngambilnya di data camp jadi saya ngambilnya di luar. Cuma kalo lebih murah lebih worth it, ya kaya kita nih offline pelatihannya kita mendengarkan oh begini fundraising tuh, narasumbernya juga bagus ya dari BAZNAS, Pak Arif Purwakanta dan satu lagi saya kurang tahu. Nah kalo revo u khursus gitu nanti kita dikasih sertifikat untuk digital fundraising.”

Petugas amil di Mizan Amanah sendiri sudah pernah mengikuti pelatihan mengenai digital *fundraising* zakat yang diselenggarakan oleh IFI (Institute *Financing* Indonesia) dan dihadiri dengan Direktur Utama BAZNAS M Arifin Purwakananta. Dari pelatihan tersebut, para petugas amil di Mizan Amanah



khususnya di divisi *marketing* sudah mendapatkan sertifikat atas pelatihan digital *fundraising* zakat tersebut.

## **BAB VI PENUTUP**

### **VI.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan operasional Mizan Amanah dalam kegiatan digital *fundraising* zakat dilaksanakan oleh divisi marketing. Untuk kegiatan operasional Mizan Amanah sendiri yang dilakukan dalam kegiatan digital *fundraising* zakat ialah pertama dengan membuka layanan untuk pembayaran zakat melalui website dan aplikasi resmi yang dapat diunduh di smartphone melalui Google Playstore dan Appstore. Selain itu Mizan Amanah juga bekerja sama dengan platform eksternal *crowd funding* Kitabisa.com untuk memperluas portal donasi dan zakat. Hal tersebut juga dijadikan oleh Mizan Amanah sebagai strategi untuk menjalankan kegiatan digital *fundraising* zakat agar penghimpunan zakat di Mizan Amanah menjadi optimal. Selain itu Mizan Amanah juga menyediakan berbagai pilihan untuk metode pembayaran untuk muzaki dalam menunaikan zakat, mulai dari pembayaran melalui *e-wallet*, *e-commerce*, *virtual account*, transfer rekening bank, *credit cardless*, dan QR Code. Dalam pelaksanaan kegiatan digital *fundraising* zakat ini Mizan Amanah telah memenuhi kesesuaian dengan indikator kesiapan digital menurut BAZNAS, walaupun dalam indikator divisi atau unit pengumpulan zakat digital Mizan Amanah belum memiliki divisi khusus yang menjalankan hal tersebut dan masih dibawah divisi *marketing*, namun secara garis besar Mizan Amanah sudah baik dalam menjalankan aktivitas digital khususnya dalam pembayaran digital untuk terus mengoptimalkan kegiatan digital *fundraising* zakat.

### **VI.2 Keterbatasan**

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mengalami keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya referensi penelitian mengenai pemanfaatan pembayaran digital untuk kegiatan *fundraising* zakat.
2. Dalam penelitian tidak meninjau kesiapan digital pada Mizan Amanah menggunakan rasio atau indeks.

### VI.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan, dan kesimpulan diatas. Maka peneliti akan memberikan saran yang berkaitan dengan pemanfaatan pembayaran digital dalam optimalisasi *fundraising* zakat yaitu sebagai berikut:

#### 1. Aspek Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa pembahasan mengenai pemanfaatan pembayaran digital dalam optimalisasi *fundraising* zakat ini belum sempurna dan masih banyak kesalahan. Atas dasar hal tersebut, peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan pembahasan yang serupa dapat memahami lebih dalam mengenai permasalahan terkait dan dapat melengkapi kekurangan dan kesalahan pada penelitian ini, agar dalam penelitian yang akan datang dapat membahas dan menelaah lebih baik mengenai pemanfaatan pembayaran digital dalam optimalisasi digital *fundraising* zakat.

#### 2. Aspek Praktis

##### a. Bagi Masyarakat

Peneliti berharap masyarakat umum sadar atas kewajibannya dalam berzakat. Di era digital ini, segala lini kegiatan sudah dapat lebih mudah dijangkau, salah satunya dalam menunaikan zakat. Hal ini seharusnya dapat mendorong masyarakat untuk lebih menyadari bahwa zakat merupakan kewajiban seorang umat muslim, karena dalam menunaikan dan membayarkan zakat sudah bisa melewati pembayaran digital yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

##### b. Bagi Praktisi

Dalam pelaksanaan kegiatan operasional Mizan Amanah untuk kegiatan digital *fundraising* zakat, diharapkan agar memiliki divisi atau departemen khusus yang bertugas mengelola hal tersebut. Selain itu peneliti berharap agar Mizan Amanah selalu meningkatkan kinerja dan jumlah petugas amil dalam mengelola kegiatan digital *fundraising* zakat.

##### c. Bagi Regulator

Pemerintah diharapkan dapat membuat regulasi mengenai kewajiban berzakat untuk masyarakat umum agar perkembangan zakat di Indonesia dapat meningkat sehingga banyak umat yang mendapatkan kesejahteraan. Selain itu pemerintah diharapkan bisa menyediakan fasilitas pelatihan untuk para amil zakat mengenai kegiatan digital *fundraising* zakat, agar amil zakat di Indonesia senantiasa berkembang seiring dengan perkembangan teknologi.