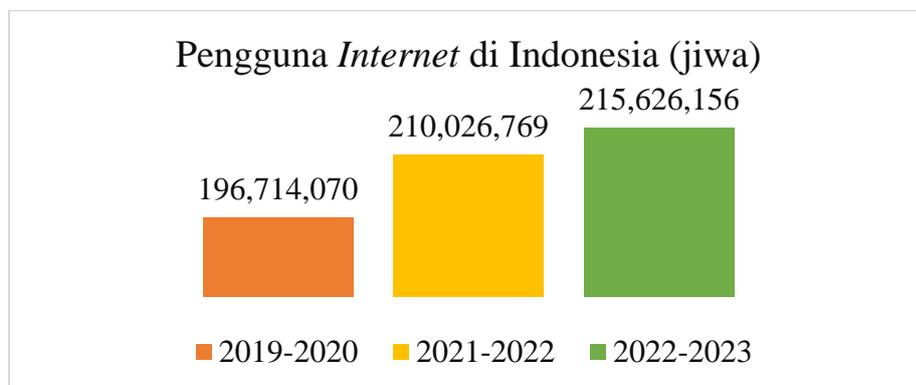


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam menjalankan aktivitas penghimpunan dana zakat, *infaq*, dan *shadaqah*, Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) mempunyai dua jenis strategi yang dijalankan yaitu penghimpunan secara langsung (*direct fundraising*) dan penghimpunan secara tidak langsung (*indirect fundraising*). Adapun bentuk kegiatan *direct fundraising* diantaranya seperti jemput zakat, pemasangan *banner* atau spanduk, menyebarkan kotak zakat, *infaq*, dan *shadaqah*, serta kemitraan. Sedangkan bentuk kegiatan *indirect fundraising* contohnya melalui *website*, rekening bank, *direct email*, media sosial, dan media *campaign* (Nugroho et al., 2021). Kegiatan penghimpunan dana zakat, *infaq*, dan *shadaqah* menjadi penting sebab merupakan pilar utama bagi OPZ (Kinanti et al., 2021). Dengan begitu, maka aktivitas penghimpunan dana zakat, *infaq*, dan *shadaqah* sangatlah menentukan keberhasilan suatu lembaga sebab menjadi tolak ukur yang akan berperan dalam upaya mendukung jalannya program yang telah ditetapkan dan digariskan (Guntur et al., 2021).



Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 1. Grafik Pengguna *Internet* di Indonesia (jiwa)

Gambar 1 menunjukkan bahwa perkembangan teknologi semakin berkembang pesat terutama di era *modern* seperti sekarang. Di Indonesia sendiri hal ini ditunjukkan dengan peningkatan jumlah pengguna *internet* yang terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menuturkan bahwa pada tahun 2022-2023 jumlah pengguna *internet*

mencapai 215.626.156 jiwa (APJII, 2023). Sedangkan pada tahun 2019-2020 total pengguna *internet* berjumlah 196.714.070 jiwa dan pada tahun 2021-2022 berjumlah 210.026.769 jiwa (APJII, 2023). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika berbagai sektor kehidupan manusia kini dimasuki oleh perkembangan teknologi yang pada akhirnya membawa perubahan pada gaya hidup dan perilaku manusia.

Salah satu contohnya dalam aktivitas ekonomi yang melibatkan teknologi menyebabkan terjadinya perubahan disetiap aktivitas transaksi yang dilakukan. Hal ini turut mempengaruhi masyarakat dalam melakukan aktivitas zakat, *infaq*, dan *shadaqah*. Berdasarkan pendapat Arifin Purwakananta, Deputi Baznas dalam Sakinah & Ucu (2018) mengungkapkan bahwa perilaku muzaki Indonesia pada masa kini diasumsikan akan menghadapi perubahan yaitu sikap muzaki yang mulanya bertransaksi fisik berubah menjadi transaksi digital dalam melakukan pembayaran zakatnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan hampir seluruh OPZ saat ini dalam melakukan kegiatan diseminasi maupun *fundraising* berupaya agar selalu menciptakan inovasi digital dengan maksud untuk memaksimalkan penghimpunan zakat (Rohim, 2019). Melalui digitalisasi maka diharapkan mampu membawa dampak inklusif yang bisa mendukung ekosistem pengelolaan zakat di Indonesia agar berada pada level terbaik.

Hadirnya digitalisasi mendorong munculnya berbagai inovasi yang membawa pembaharuan bagi OPZ mulai dari bekerjasama dengan *e-commerce*, portal berita, radio, menyediakan fitur pembayaran QRIS, pemaksimalan penggunaan media social, *website*, *email marketing*, *search engine optimization marketing* hingga membentuk *platform* khusus untuk aktivitas penggalangan dana *online* yang disebut dengan *platform social crowdfunding* atau *donation-based crowdfunding*. *Platform social crowdfunding* menjadi salah satu jenis dari *Financial Technology (Fintech)* yang diaplikasikan untuk sektor layanan jasa keuangan yang merupakan industri keuangan berbasis teknologi dengan menggunakan *internet* (Avisha et al., 2019). Pertumbuhan *platform donation-based crowdfunding* ini semakin marak di Indonesia. Dalam penelusuran peneliti, setidaknya terdapat 42 *platform donation-based crowdfunding* yang ada di Indonesia, sebagaimana tertulis pada tabel 1

Tabel 1. *Platform Donation-based Crowdfunding* di Indonesia

No	Nama Platform	Website
1	AirFunding	<a href="https://airfunding.net">https://airfunding.net</a>
2	Aku Berbagi	<a href="https://akuberbagi.com/">https://akuberbagi.com/</a>
3	Al-Azhar Peduli	<a href="https://alazharpeduli.or.id">https://alazharpeduli.or.id</a>
4	Amal Sholeh	<a href="https://amalsholeh.com">https://amalsholeh.com</a>
5	AtapKita	<a href="https://atapkita.com">https://atapkita.com</a>
6	AyoBantu	<a href="https://ayobantu.com">https://ayobantu.com</a>
7	AyoPeduli	<a href="https://ayopeduli.id">https://ayopeduli.id</a>
8	Badan Amil Zakat Nasional (Baznas)	<a href="https://donasi.baznas.go.id">https://donasi.baznas.go.id</a>
9	Badan Wakaf Assyifa	<a href="https://gojariah.org">https://gojariah.org</a>
10	Baitul Wakaf	<a href="https://baitulwakaf.id">https://baitulwakaf.id</a>
11	Bantoo	<a href="https://bantoo.id">https://bantoo.id</a>
12	Bantu Tetangga	<a href="https://bantutetangga.com/">https://bantutetangga.com/</a>
13	BenihBaik	<a href="https://benihbaik.com">https://benihbaik.com</a>
14	Beramaljariyah.org	<a href="https://beramaljariyah.org">https://beramaljariyah.org</a>
15	Bersedekah.com	<a href="https://bersedekah.com">https://bersedekah.com</a>
16	Bigamal	<a href="https://bigamal.com">https://bigamal.com</a>
17	Cinta Wakaf	<a href="https://cintawakaf.org">https://cintawakaf.org</a>
18	DompêtDhuafa	<a href="https://dompêtduafa.org">https://dompêtduafa.org</a>
19	Global Wakaf	<a href="https://globalwakaf.com">https://globalwakaf.com</a>
20	JadiBerkah	<a href="https://jadiberkah.id">https://jadiberkah.id</a>
21	Kitabisa.com	<a href="https://kitabisa.com">https://kitabisa.com</a>
22	Lazismu	<a href="https://lazismu.org">https://lazismu.org</a>
23	Lazisnu	<a href="https://nucare.id/program">https://nucare.id/program</a>
24	Peduly.com	<a href="https://peduly.com">https://peduly.com</a>
25	Rumah Zakat	<a href="https://www.rumahzakat.org">https://www.rumahzakat.org</a>
26	Sharing Happiness	<a href="https://sharinghappiness.org/program">https://sharinghappiness.org/program</a>
27	Rumah Wakaf	<a href="https://rumahwakaf.org">https://rumahwakaf.org</a>
28	SedekahOnline.com	<a href="https://sedekahonline.com/">https://sedekahonline.com/</a>
29	Sinergi Foundation	<a href="https://sinergifoundation.org">https://sinergifoundation.org</a>
30	Tanam Berkah	<a href="https://tanamberkah.com">https://tanamberkah.com</a>
31	Unicef Indonesia	<a href="https://supportunicefindonesia.org">https://supportunicefindonesia.org</a>
32	Wakaf Al-Azhar	<a href="https://wakafalazhar.com">https://wakafalazhar.com</a>
33	Wakaf Amanah Takaful	<a href="https://amanahwakaf.org">https://amanahwakaf.org</a>
34	Wakaf Baik	<a href="https://wakafbaik.org">https://wakafbaik.org</a>
35	Wakaf Daarut Tauhiid	<a href="https://dtpeduli.org">https://dtpeduli.org</a>
36	Wakaf Dagu	<a href="https://pppa.id">https://pppa.id</a>
37	Wakaf Produk Insani (Wakafin)	<a href="https://wakafin.org">https://wakafin.org</a>
38	Wakaf Salman	<a href="https://wakafsalman.or.id">https://wakafsalman.or.id</a>
39	WeCare.id	<a href="https://wecare.id">https://wecare.id</a>
40	Yayasan Kesehatan Madani (Yakesma)	<a href="https://yakesma.org">https://yakesma.org</a>
41	Yayasan Wakaf Bangun Nurani Bangsa	<a href="https://wakaf165.com">https://wakaf165.com</a>
42	Zakatkita.org	<a href="https://zakatkita.org/projects">https://zakatkita.org/projects</a>

Sumber: Data diolah (2023)

Di Indonesia sistem penggalangan dana *online* melalui *crowdfunding* dapat tumbuh subur dan terus berkembang. Hal ini dapat terjadi sebab sikap kedermaawanan masyarakat Indonesia yang cukup tinggi. Berdasarkan laporan data World Giving Index 2021 masyarakat Indonesia memiliki tingkat kedermaawanan yang cukup tinggi dengan menempati peringkat pertama. Dari tiga kategori variabel

yang dipertimbangkan untuk menghitung World Giving Index, Indonesia menempati urutan kedua. Menyumbang kepada orang asing, memberikan sumbangan keuangan, dan menjadi sukarelawan merupakan indikatornya (Charities Aid Foundation, 2021).

Selain itu, nilai-nilai yang ada dalam *crowdfunding* erat dengan hidup berbangsa dan bernegara di Indonesia, yakni sistem gotong-royong dan saling membantu mulai dari lingkup sosial hingga perekonomian. Nilai gotong-royong sendiri sudah mengakar di kalangan rakyat Indonesia dalam menjalani aktifitas sehari-hari (Achsiem & Purnamasari, 2016). Begitu juga dengan sistem ekonomi Islam yang sudah diketahui bahwa di dalamnya terdapat bentuk kerjasama dan pembiayaan, seperti akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Hal ini memicu lahirnya pendanaan syariah dengan skema *crowdfunding* yang tentunya berbasis pada prinsip ekonomi Islam (Alfarisi & Huda, 2023).

Adapun yang menjadi faktor mengapa muzaki maupun donatur tertarik dan memilih menyalurkan dana ZIS-nya pada *platform crowdfunding* dalam penelitian yang dilakukan oleh Crosetto & Regner (2018) disebutkan bahwa *crowdfunding* mempunyai data yang mampu memberikan informasi kepada calon pemberi dana yang bisa memberikan keyakinan bahwa proyek yang dilakukan memang benar adanya. Hal ini juga semakin diperkuat dalam penelitian yang dilakukan oleh Mollick (2014) bahwa *crowdfunding* mempunyai tujuan dan sasaran proyek atau kegiatan yang jelas dan realistis dimana hal ini menjadi dasar bagi para pemberi dana untuk menentukan keterlibatannya dalam sebuah proyek atau kegiatan atau program yang sedang diluncurkan pada *platform crowdfunding*. Tentu hal tersebut sangat selaras dengan sistem penyaluran dana ZIS yang berbasis program atau kegiatan yang membuatnya menjadi lebih terstruktur dan terencana serta jelas sehingga para muzaki tertarik menyalurkan dana ZIS-nya pada *platform crowdfunding*.

Kehadiran *platform crowdfunding* mempunyai peran yang penting dan berharga sebab kenyataannya menurut data yang dilaporkan *platform* ini berhasil mengumpulkan dana yang besar. Sebagai contoh, *platform donation based crowdfunding* terbesar di dunia yaitu Kickstarter melalui *website*-nya mengungkapkan bahwa telah berhasil mengumpulkan sejumlah \$7.329.604.988

dengan 239.573 kampanye yang berhasil didanai (Kickstarter, 2023). Kemudian di Indonesia sendiri sebagai contoh “Kitabisa.com” yang termasuk kedalam *platform donation-based crowdfunding* mengungkapkan bahwa pada tahun 2020 telah berhasil mengumpulkan donasi sebesar Rp 835 miliar dengan telah membantu lebih dari 100.000 aksi penggalangan dana atau kampanye dengan beragam isu dan topik sosial (Kitabisa, 2020).

Meskipun kemunculan *platform donation-based crowdfunding* menjadi terobosan baru untuk memaksimalkan penghimpunan dana zakat, *infaq*, dan *shadaqah* tetapi kenyataannya realisasi penghimpunan dana zakat, *infaq*, dan *shadaqah* hingga saat ini belum mampu mencapai nilai potensi dana zakat, *infaq*, dan *shadaqah* di Indonesia.

Tabel 2. Potensi dan Realisasi Penghimpunan Zakat di Indonesia

<b>Tahun</b>	<b>Potensi</b>	<b>Realisasi Penghimpunan</b>
2022	Rp327 triliun	Rp21,3 triliun
2021	Rp327,6 triliun	Rp14,1 triliun
2020	Rp327,6 triliun	Rp12,5 triliun

Sumber: Dari berbagai sumber (data diolah)

Tabel 2 memperlihatkan bahwa terjadi kesenjangan antara potensi dan realisasi dalam penghimpunan dana zakat di Indonesia. Padahal disatu sisi Indonesia merupakan negara mayoritas muslim dan hal inilah yang memberikan potensi yang besar bagi Indonesia. Oleh sebab itu, kondisi ini menjadi persoalan yang perlu segera diatasi bersama (Mulyono et al., 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauza et al., (2023) mengatakan pemanfaatan digitalisasi melalui Layanan Syariah LinkAja dalam penghimpunan dana ZISWAF membuat aktivitas pembayaran ZISWAF bersama muzaki menjadi efisien dan mudah. Melalui penggunaan aplikasi Layanan Syariah LinkAja dalam pelaksanaan penyaluran secara digital hingga sekarang ini, penyaluran dana ZIS menjadi meningkat. Selain itu, tidak terdapat indikator gharar, riba, judi, maysir dalam praktiknya. Apabila terdapat muzaki yang ingin melakukan pembayaran dana ZISWAF maka bisa dengan melalui scan QRIS. Namun, penelitian ini masih terbatas pada data sekunder yaitu studi kepustakaan yang berasal dari jurnal ataupun buku dari penelitian terdahulu tanpa adanya analisis strategi menggunakan pendekatan model bisnis.

Penelitian lain sejenis juga dijalankan oleh Mulyono et al., (2022). Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa LAZ Global Zakat mempunyai dua cara dalam menjalankan strategi penggalangan dana digitalnya yaitu berbayar (*paid*) dan organik (*unpaid*). Strategi penggalangan dana digital, baik berbayar maupun organik, muzaki langsung maupun calon muzaki yang menyalurkannya melalui *platform crowdfunding*. Sementara itu, formulasi dari strategi penggalangan dana digital untuk LAZ Global Zakat adalah dengan tetap memanfaatkan penggunaan iklan di *platform crowdfunding* untuk menawarkan program zakat, berkolaborasi dengan tokoh masyarakat atau *influencer* untuk menawarkan program ZIS bersama dengan membuat program ZIS berdasarkan preferensi komunitas dan meningkatkan aplikasi yang bisa menjawab pertanyaan secara otomatis hingga layanan diskusi zakat yang aktif dalam waktu 24 jam. Penelitian tersebut terlihat masih terbatas pada strategi *digital fundraising* lembaga secara umum tanpa disertai dengan pembahasan mendetail mengenai strategi maupun faktor-faktor apa saja yang harus dikembangkan dalam rangka penghimpunan dana ZIS pada *platform crowdfunding*. Padahal dikatakan bahwa tidak seluruh *campaign* yang diciptakan oleh Global Zakat mencapai tingkat pengumpulan maksimal, yang seharusnya hal ini dapat ditelusuri secara mendalam mengenai keberhasilan masing-masing *campaign*. Tindakan ini penting sebab setiap metode penghimpunan dana pada masing-masing *platform* mempunyai cara keberhasilan yang berbeda-beda begitupun pada *platform crowdfunding*.

Penelitian lain sejenis juga dijalankan oleh Chilmi et al., (2022). Temuan penelitian ini menjelaskan bahwa Dompot Al-Qur'an Indonesia menerapkan dua cara penghimpunan yaitu digital dan *offline*. Dalam hal ini ditunjukkan bahwa relasi yang dibangun dengan baik kepada donatur dan mustahik dalam masing-masing program menjadi salah satu nilai tambah yang bisa membangun rasa kepercayaan kepada lembaga. Pemakaian teknologi digital pada penerapan *digital marketing* yang didorong dengan penggunaan metode *Social Media Optimalization* turut membuktikan adanya kreativitas dan inovasi dalam memaksimalkan pemakaian media dan menjangkau target donatur yang luas. Namun, penelitian ini masih terfokus pada analisis strategi yang dijalankan oleh Dompot Al-Qur'an tanpa disertai dengan ulasan strategi alternatif yang ditawarkan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu, terlihat bahwa beberapa penelitian tersebut masih terbatas pada pembahasan strategi *digital fundraising* secara umum yang dijalankan pada lembaga zakat. Dalam konteks ini, sejauh penelusuran yang dilakukan oleh peneliti belum banyak yang melakukan analisis tentang kajian mengenai strategi *digital fundraising* zakat melalui skema *platform crowdfunding* khususnya pada *platform* [www.sinergifoundation.org](http://www.sinergifoundation.org), [www.dailysedekah.id](http://www.dailysedekah.id), dan [www.sinergizakat.id](http://www.sinergizakat.id) dari LAZ Sinergi Foundation Tangerang.

Adapun pembeda penelitian ini dengan penelitian lain adalah objek penelitian yang digunakan yaitu *platform crowdfunding* LAZ Sinergi Foundation dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Penelitian ini dijalankan pada *platform* [www.sinergifoundation.org](http://www.sinergifoundation.org), [www.dailysedekah.id](http://www.dailysedekah.id), dan [www.sinergizakat.id](http://www.sinergizakat.id) dengan dasar bahwa *platform* ini telah dimanfaatkan oleh LAZ Sinergi Foundation lebih dari enam tahun. Lamanya penggunaan *platform* ini mengindikasikan bahwa *platform* ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap lembaga. Terlebih lagi sebelum pandemi hadir, LAZ Sinergi Foundation telah mengaplikasikan terlebih dahulu penggunaan *platform crowdfunding* dalam aktivitas penghimpunan dana ZIS. Selain itu, *platform crowdfunding* yang dimiliki oleh LAZ Sinergi Foundation ini juga memiliki fitur yang lengkap dimana mempunyai fasilitas untuk pembayaran dana zakat, *infaq*, dan *shadaqah* bahkan hingga wakaf. Tidak hanya itu, terdapat pula fitur kalkulator zakat yang bisa membantu para muzaki menghitung berapa jumlahnya.

Oleh karena itu, penelitian ini dijalankan dengan tujuan untuk menganalisis strategi, kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dimiliki *platform* [www.sinergifoundation.org](http://www.sinergifoundation.org), [www.dailysedekah.id](http://www.dailysedekah.id), dan [www.sinergizakat.id](http://www.sinergizakat.id) dalam menjalankan penghimpunan dana Zakat, *Infaq*, dan *Shadaqah* (ZIS). Tidak hanya itu, penelitian ini juga ditujukan untuk memberikan strategi alternatif yang dapat dijalankan oleh *platform crowdfunding* LAZ Sinergi Foundation Tangerang.

## 1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini memiliki fokus pada upaya untuk mengidentifikasi strategi penghimpunan dana ZIS pada *platform* digital khususnya dengan skema *crowdfunding* pada *platform crowdfunding* LAZ Sinergi Foundation Tangerang.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penghimpunan dana ZIS berbasis *crowdfunding* pada LAZ Sinergi Foundation Tangerang?
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan terkait strategi penghimpunan dana ZIS berbasis *crowdfunding* pada LAZ Sinergi Foundation Tangerang?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan-tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi penghimpunan dana ZIS berbasis *crowdfunding* pada LAZ Sinergi Foundation Tangerang
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan terkait strategi penghimpunan dana ZIS berbasis *crowdfunding* pada LAZ Sinergi Foundation Tangerang

## 1.5 Manfaat Hasil Penelitian

### 1. Aspek Teoritis

#### a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan andil dalam ilmu pengetahuan agar dapat mengetahui strategi penghimpunan dana ZIS kepada mahasiswa/I ekonomi syariah.

- b. Bagi Peneliti  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan pengembangan penelitian mengenai strategi penghimpunan dana ZIS.
2. Aspek Praktis
    - a. Bagi regulator, penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan atau informasi terhadap regulator dalam pengambilan keputusan kebijakan yang berhubungan dengan penghimpunan dana ZIS terutama melalui *platform crowdfunding*.
    - b. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai strategi LAZ Sinergi Foundation. dalam melakukan penghimpunan dana ZIS pada *platform crowdfunding*
    - c. Bagi praktisi, penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk amil sebagai bahan pertimbangan dan analisis dalam memformulasikan strategi penghimpunan dana ZIS sehingga penghimpunannya dapat lebih optimal.