

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi *Digital Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah serta Penyalurannya di Indonesia” ini ditulis oleh Husniati Salma, NIM: 12508184015, program studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung dengan dibimbing oleh Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag. dan Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Kata Kunci: *Digital Fundraising, Strategi, Penyaluran, Zakat, Infak, Sedekah*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan perkembangan zakat, infak, dan sedekah di Indonesia setiap tahunnya. Peningkatan yang ada ternyata masih sedikit dibandingkan dengan potensi zakat di Indonesia yang cukup besar. Penyaluran dana zakat infak sedekah pun dinilai masih belum maksimal. Dengan adanya perkembangan teknologi digital, sudah seharusnya organisasi pengelola zakat seperti BAZNAS, Dompet Dhuafa, dan Rumah Zakat untuk memanfaatkannya. Selain untuk kegiatan *digital fundraising*, hadirnya teknologi digital mampu memberikan transparansi pada penyaluran dana yang yang dihimpun oleh organisasi pengelola zakat.

Fokus penelitian dalam tesis ini adalah (1) bagaimana bentuk strategi *digital fundraising* zakat, infak, dan sedekah yang diterapkan di Indonesia?; (2) bagaimana penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah yang dihimpun melalui *digital fundraising* di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk memotret dan menganalisis bentuk-bentuk strategi *digital fundraising* zakat, infak, dan sedekah yang diterapkan di Indonesia khususnya BAZNAS dan LAZNAS (Dompet Dhuafa dan Rumah Zakat); (2) untuk memotret dan mengalisis program-program penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah yang dihimpun melalui *digital fundraising* di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian pustaka atau *library research*. Sumber-sumber yang digunakan yaitu artikel jurnal, tesis, berita, maupun video seminar dan lainnya yang relevan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *content analysis* atau analisis isi dengan empat langkah pengolahan data kualitatif yaitu tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa (1) BAZNAS, Dompet Dhuafa, dan Rumah Zakat memanfaatkan media seperti website, media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube), platform *crowdfunding* mulai dari membuat sendiri hingga berkolaborasi, *e-commerce*, dan *online payment*. Selain itu, ketiganya mulai mengembangkan aplikasi yang dapat digunakan untuk menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah; (2) BAZNAS, Dompet Dhuafa dan Rumah Zakat masing-masing mempunyai program yang bervariasi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. BAZNAS dengan program seperti

Zakat Community Development (ZCD), Lembaga Pengembangan Ekonomi Mustahik (LPEM), beasiswa BAZNAS dan Layanan Aktif BAZNAS (LAB). Dompet Dhuafa dengan program seperti beastudi Etos, Rumah Sehat Terpadu Dompet Dhuafa, pengembangan kawasan Djampang, dan Tebar Hewan Kurban. Sedangkan Rumah Zakat dengan program seperti Desa Berdaya, Senyum Sehat, Senyum Mandiri, dan Senyum Ramadan. Program-program yang ada turut mengalami perubahan atau bersifat dinamis jika sewaktu-waktu masyarakat membutuhkan peran lembaga.

ABSTRACT

The thesis with the title "Digital Fundraising Strategy and Distribution of Zakat, Charity, and Alms in Indonesia" was written by Husniati Salma, NIM: 12508184015, Sharia Economics of Tulungagung State Islamic Institute (IAIN) and guided by Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag. and Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Keywords: Digital Fundraising, Strategy, Distribution, Zakat, Charity, Alms

This research is caused by the increasing development of zakat donation in Indonesia every year. The increase is still small compared to the zakat potential in Indonesia which is quite large. The distribution of zakat donation funds is still considered not yet optimal. With the development of digital technology, there are already organizations that manage zakat such as BAZNAS, Dompet Dhuafa, and Rumah Zakat to utilize it. In addition to digital fundraising, digital technology that is present can give approval to the distribution funds collected by zakat management organizations.

The focus of this research is (1) how the form of a digital fundraising strategy to collect zakat, charity, and alms implemented in Indonesia ?; (2) how the distribution of zakat, charity, and alms donation funds collected through digital fundraising in Indonesia.

The objectives of this study are (1) to capture and analyze the forms of digital fundraising strategies to collect zakat, charity, and alms implemented in Indonesia specifically for BAZNAS and LAZNAS (Dompet Dhuafa and Rumah Zakat); (2) to capture and analyze programs for the distribution of zakat, charity, and alms funds collected through digital fundraising in Indonesia.

This study uses qualitative research with the type of library research. The sources used are journal articles, theses, news, and video seminars and others that are relevant. The data analysis technique used is content analysis or content analysis with qualitative data processing steps namely data storage, data reduction, data presentation, and gathering conclusions and verification.

From the results of the study it was concluded that (1) BAZNAS, Dompet Dhuafa, and Rumah Zakat use several media such as websites, social media (Facebook, Instagram, Twitter, and Youtube), crowdfunding platforms ranging from creating themselves to collaborating, e-commerce, and online payment. In addition, they began developing applications that can be used to raise zakat, charity, and alms; (2) BAZNAS, Dompet Dhuafa and Rumah Zakat each have a variety of programs that are tailored to the needs of the community. BAZNAS with programs such as Zakat Community Development (ZCD), Mustahik Economic Development Institute (LPEM), BAZNAS scholarships and BAZNAS Active Services (LAB). Dompet Dhuafa with programs such as Etos scholarships, Dompet Dhuafa Integrated Healthy Homes, the development of the Djampang area, and the Distribution of Sacrificial Animals. And then, Rumah Zakat with programs such as Empowered Villages, Healthy Smiles, Independent Smiles, and Ramadan Smiles. Programs that participate in dynamic change or intervention At times the community needs an institutional role.