

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

*Fundraising* atau penggalangan dana adalah cara untuk mempengaruhi masyarakat agar ingin memberikan dukungan pendanaan. *Fundraising* merupakan salah satu dasar keberlanjutan organisasi. Dalam setiap lembaga atau organisasi, *fundraising* menjadi salah satu pendukung keberhasilan. Jika *fundraising* berhasil maka program yang telah direncanakan tentu akan berjalan dengan baik.

Dalam dunia perzakatan, *fundraising* menjadi salah satu patokan utama keberlangsungan lembaga atau organisasi pengelola zakat. *Fundraising* adalah penghimpunan dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf dari masyarakat. Keberhasilan *fundraising* akan membantu program-program pendayagunaan agar terealisasi dengan baik.

Untuk mencapai keberhasilan *fundraising* diperlukan adanya rencana yang cerdas dan cermat. Keberhasilan *fundraising* tentu tidak serta merta begitu saja. Ada proses yang perlu dijalankan. Proses inilah yang akan menentukan berhasil atau tidaknya dalam melakukan *fundraising*. Pernentuan rencana yang cermat ini disebut dengan strategi.

Strategi saat ini telah menjadi perbincangan yang sangat umum dan didefinisikan sedemikian rupa untuk satu kepentingan perusahaan ataupun

organisasi guna mencapai tujuan.<sup>2</sup> Untuk mencapai tujuan tersebut, cara dan bentuk strategi yang diterapkan tentu bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan juga harus mengikutiperkembangan zaman.

Kini zaman semakin canggih dalam bidang teknologi. Kecanggihan teknologi saat ini salah satunya yaitu kemudahan dalam memperoleh berbagai informasi secara online, dan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Salah satu kemudahan teknologi ini yaitu media sosial.

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkeaktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai *medium (fasilitator)* online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.<sup>3</sup>

Media sosial saat ini menjadi daya tarik bagi lembaga pengelola zakat. Mengingat zaman yang semakin berkembang dan mayoritas masyarakat sudah menggunakan media sosial saat ini, kini Lembaga pengelola zakat mulai mengatur strategi untuk menggabungkan media sosial dan *fundraising*.

Di Indonesia banyak media sosial yang berkembang pesat dan tidak hanya untuk memberi ataupun memperoleh berbagai informasi kepada

---

<sup>2</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), Hal.17

<sup>3</sup> Nasrullah, Rulli, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Ramdina Perkasa, 2014), Hal.55

orang lain saja. Dalam perkembangannya di Indonesia, media sosial bisa menjadi salah satu strategi untuk *fundraising* yang dilakukan oleh beberapa lembaga atau organisasi pengelola zakat. Salah satu lembaga pengelola zakat di negeri ini adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZAKAT) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai Lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut BAZNAS dinyatakan sebagai Lembaga pemerintah nonstructural yang bersifat mandiri dan bertanggungjawab kepada Presiden dan Menteri Agama.

Dalam menjalankan fungsinya BAZNAS melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dalam menghimpun atau pengumpulan dana zakat, banyak strategi yang dilakukan dalam penghimpunan dana. Salah satu strategi penghimpunan dana zakat yang dilakukan oleh BAZNAS yaitu melalui media sosial.

Melihat perkembangan zaman dan teknologi yang berkembang pesat. Melakukan promosi dan sosialisasi serta menggunakan teknik dan jaringan layanan transaksi donasi merupakan salah satu strategi untuk memberikan kemudahan kepada muzakki dalam menunaikan zakat. Sebagai pengelola

zakat yang berada di era modern, tentu dituntut untuk tidak kolot atau menggunakan pola-pola lama dalam melakukan penghimpunan dana zakat agar kedepannya tercipta inovasi dan kreativitas.

Peningkatan maupun penurunan dalam *fundraising* dipengaruhi oleh penggunaan strategi. Upaya pemanfaatan media sosial dan pengembangan strategi *digital fundraising* yang bagus juga mampu mempengaruhi peningkatan pengelolaan zakat lebih baik pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kab. Tulungagung.

**Tabel 1.1**

**Tabel hasil penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung**

PENERIMAAN ZAKAT TAHUN 2018 s/d 2022						
NO	BULAN	TAHUN 2018	TAHUN 2019	TAHUN 2020	TAHUN 2021	TAHUN 2022
1	JANUARI	129,682,938	157,791,750	131,131,400	149,022,900	133,232,650
2	PEBRUARI	139,345,200	149,732,650	141,439,200	145,384,450	178,888,750
3	MARET	204,348,200	139,924,000	171,388,800	166,334,700	190,340,250
4	APRIL	178,381,600	153,598,300	140,164,750	226,504,750	417,615,850
5	MEI	215,079,500	304,831,400	324,802,900	318,563,850	154,957,350
6	JUNI	260,108,950	147,909,800	176,545,750	173,897,550	189,547,650
7	JULI	150,383,700	142,918,400	180,316,300	159,706,600	151,671,439
8	AGUSTUS	218,301,900	169,186,250	178,515,650	137,952,100	142,512,550
9	SEPTEMBER	127,546,000	153,289,200	167,531,450	197,698,950	166,122,450
10	OKTOBER	178,677,650	167,409,700	137,047,075	141,281,650	149,503,150
11	NOPEMBER	143,662,600	150,480,600	178,046,550	177,064,400	179,882,250
12	DESEMBER	170,759,500	270,034,750	178,330,562	217,233,850	236,924,600
		<b>2,116,277,738</b>	<b>2,107,106,800</b>	<b>2,105,260,387</b>	<b>2,210,645,750</b>	<b>2,291,198,939</b>

Dilihat dari gambar tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung meningkat karena BAZNAS memaksimalkan strategi fundraising mereka melalui media sosial hingga saat ini.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Strategi Fundraising Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Dana Zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung”**

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana perencanaan strategi fundraising dana zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana implementasi strategi fundraising dana zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana evaluasi strategi fundraising dana zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Tulungagung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian tentang pengembangan strategi fundraising zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Tulungagung :

1. Untuk menganalisis perencanaan strategi fundraising dana zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menganalisis implementasi strategi fundraising dana zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menganalisis evaluasi strategi fundraising dana zakat melalui media sosial di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan mafaat

dalam dua aspek yaitu:

#### 1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sebagai acuan dan bahan pengetahuan serta untuk menambah referensi dan juga wawasan pembaca tentang pengembangan strategi *fundraising* melalui media sosial. Sehingga menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Untuk Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang zakat, khususnya pengembangan digital fundraising zakat melalui media sosial yang dimiliki oleh penulis, selain itu penulis dapat mengetahui lebih dalam bagaimana implementasi strategi fundraising zakat melalui media sosial yang ada di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

##### b. Untuk Lembaga

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pengembangan terhadap Lembaga serta Lembaga dapat memaksimalkan potensi strategi fundraising dana zakat melalui media sosial yang ada di BAZNAS Kabupaten Tulungagung.

##### c. Secara Akademik

Penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan baik dari pihak UIN Sayyid Ali

Rahmatullah Rulungagung sendiri maupun pihak-pihak lain.

### E. Pengesahan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian tentang “Strategi Fundraising Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Penghimpunan Dana Zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung”. Maka penulis memandang perlu untuk memberikan penegasan istilah dan penjelasan seperlunya, sebagai berikut:

1. Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video.<sup>4</sup>
2. *Digital Fundraising* merupakan kegiatan penghimpunan dana dengan memanfaatkan media digital
3. Menurut Yusuf Al-Qardawi, zakat merupakan sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Menurutnya, zakat juga bisa diartikan mengeluarkan sejumlah harta yang dimiliki.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Gramedia Digital “*Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*”, <https://www.google.com/amp/s/www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/amp/> diakses pada : 24 Oktober 2022

<sup>5</sup> Moh. Toriquddin dan Abd. Rauf, Manajemen Pengelolaan Zakat Produktif di Yayasan Ash-Shahwah (yasa) Malang, *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol 5 No. 1, Juni 2013, Hal. 32 (Moh Toriquddin, 2013)

## F. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar skripsi ini mudah untuk dipahami oleh pembaca maka sistematika penulisan dalam bab ini dibagi menjadi tiga bagian yang terdiri dari atas:

### 1. Bagian Awal

Bagian awal dalam penelitian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran dan abstrak.

### 2. Bagian Inti

Pada bab ini terdiri dari enam bab dan dari setiap bab tersebut mempunyai sub bab pembahasan tersendiri. Agar dapat menghasilkan pembahasan yang mudah dipahami maka sistematika pada bagian ini disusun sebagai berikut:

#### a. Bab I Pendahuluan

Terdiri dari Latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

#### b. Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini terdiri dari tinjauan umum strategi *fundraising* melalui media sosial untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung, Penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

#### c. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

d. Bab IV Hasil Penelitian

Pada bab ini berisi tentang paparan data dan temuan penelitian yang membahas mengenai strategi *fundraising* melalui media sosial untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung

e. Bab V Pembahasan

Terdiri dari pembahasan mengenai strategi *fundraising* melalui media sosial untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Tulungagung

f. Bab VI Penutup

Terdiri dari kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibahas pada uraian sebelumnya dan saran/rekomendasi.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.