

Optimalisasi Peluang Media Digital: Strategi Meningkatkan Fundraising Zakat di Lembaga Taman Zakat Indonesia

Ghosyi Harfiah Ningrum

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
ghosyiharfiah@gmail.com

Reza Dwi Firnanda

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
rezafirnanda29@gmail.com

Widya Purnamasari

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
widyapurnamasari67@gmail.com

Bakhrul Huda

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
bakhrulhuda@gmail.com

Abstract:

Indonesia as a country with a majority Muslim population, daily life cannot be separated from the influence of Islam. One of the teachings of Islam that contains the meaning of the balance of the hereafter is zakat. Zakat is also one of the drivers of the Indonesian economy. Outlook Zakat 2017, states that every year the national zakat collection reaches 30.55%. However, the collection in the field only reached 5 trillion. This illustrates the high enthusiasm of the government and society in raising funds, but the efforts made are less than optimal. Coupled with increasingly modern technology, it will be able to support activities to be more effective and efficient, especially in collecting zakat funds. Using descriptive qualitative methods, researchers want to examine more deeply related to (1) the pattern used in the use of digital media, then identify (2) the opportunities and risks that arise from the use of digital media, so that it can be seen (3) the digital fundraising management strategy formulated in order to achieve the optimal level by LAZ Taman Zakat Indonesia. Primary data in the form of information obtained from primary sources through moderate participation observation activities and unstructured interview techniques. Meanwhile, secondary data is in the form of planning documents and activity reports obtained through documentation activities. With data analysis techniques of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. As a result, the pattern of using digital media by LAZ Taman Zakat Indonesia in the activities of

collecting zakat funds has been systematically designed. Coupled with the identification process of the opportunities and risks of using digital media. So that it has described the digital fundraising management strategy of zakat by LAZ Taman Zakat Indonesia to reach the optimal level.

Keywords: *Digital Media, Strategy Management, Fundraising, Zakat Amil Institute*

Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas beragama islam, kehidupan sehari-harinya tidak terlepas dari pengaruh keislaman. Islam mengatur seluruh kehidupan manusia mulai dari hubungan manusia dengan penciptanya yakni dengan Allah SWT, hingga hubungan dengan sesama manusia agar tercipta keseimbangan dunia dan akhirat. Umat muslim yang mampu menyeimbangkan keduanya, maka akan merasakan keberkahan islam dalam hidupnya. Salah satu ajaran islam yang mengandung makna keseimbangan dunia ahirat adalah zakat. Zakat adalah perintah agama yang berorientasi pada sesama umat, sekaligus salah satu bentuk ketaatan kepada Allah SWT. Zakat menimbulkan dampak positif bagi yang memberikan dan yang menerimanya, sehingga tercipta peningkatan kesejahteraan sosial serta menumbuhkan sikap kebersamaan, persaudaraan, dan tolong menolong. Zakat juga termasuk salah satu penggerak roda perekonomian Indonesia,¹ dimana konsep pertumbuhan ekonomi berkeadilan dan mekanisme *sharing* dalam perekonomian² menjadi cerminannya.

Ternyata, hal tersebut telah mendapat dukungan dari pemerintah melalui pembentukan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Berdasarkan data statistik zakat nasional tahun 2017, OPZ terdiri dari 603 lembaga yakni 548 BAZNAS dan 55 LAZ dalam kegiatan perencanaan, penyaluran, serta pendayagunaan zakat.³ Namun, pada tahun 2019 jumlah OPZ mengalami penurunan menjadi 572 lembaga, terdiri dari 491 BAZNAS dan 81 LAZ.⁴ Penurunan tersebut terjadi pada BAZNAS, namun justru jumlah LAZ meningkat. Ini menunjukkan bahwa antusias masyarakat tidak kalah dengan pemerintah dalam hal memaksimalkan gerakan roda perekonomian Indonesia.

¹ Rahmat, dkk, "Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi *Digital Payment*", *Jurnal AL-MUZARA'AH*, 8, 2 (2020), 95.

² Khairina, N, "Analisis Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan)", *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 4, 1, (2019): 160.

³ Rahma, dkk, 96.

⁴ Achmad Setio, *Statistik Zakat Nasional 2019*, (Jakarta Timur: BAZNAS - Sub Divisi Pelaporan, 2020), 18-19.

Begitu juga terkait jumlah penduduk muslim Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan mencapai 229,62 juta jiwa.⁵ Banyaknya penduduk muslim Indonesia, maka besar pula potensi zakatnya. Potensi zakat di Indonesia yang dapat dihimpun pada tahun 2017 sebesar 217 Triliun, namun pada penghimpunan di lapangan hanya mencapai 5 Triliun.⁶ Berdasarkan Outlook Zakat 2017 yang dikeluarkan oleh PUZKAS BAZNAS, menyebutkan bahwa setiap tahun penghimpunan zakat nasional mencapai 30,55%, sehingga dari tahun 2016 ke tahun 2017 sebesar 5 Triliun menjadi 6,2 Triliun hingga ke tahun 2019 sebesar 8,1 Triliun.⁷ Ini semua menggambarkan bahwa antusias pemerintah dan masyarakat tinggi dalam menghimpun dana, hanya saja upaya yang dilakukan kurang maksimal.⁸

Hal inilah yang seharusnya mampu dijadikan peluang bagi Lembaga Amil Zakat⁹ untuk melakukan banyak inovasi dan kreatifitas terhadap kegiatan penghimpunannya.¹⁰ Ditambah dengan adanya teknologi yang semakin modern hal tersebut tentunya perlu dipelajari oleh lembaga amil zakat, yang mana orientasi aktivitasnya adalah nirlaba. Kemajuan teknologi ini mampu menunjang aktivitas agar lebih efektif dan efisien. Seperti dalam penelitian Fitri Maghfirah, yang mengemukakan bahwa penggunaan media *online* dalam sosialisasi dan penghimpunan dana zakat merupakan sebuah langkah optimalisasi yang berpengaruh baik terhadap penghimpunan dana zakat di lembaga amil zakat, terutama pada era digital 4.0 yang segalanya serba mudah.¹¹ Begitu juga dengan penelitian Dina Siti, bahwa dengan adanya strategi *fundraising via online* dapat menimbulkan kenaikan dalam pendapatan dana zakat dan kuota

⁵ Penerimaan Zakat, Besar Potensi Minim Realisasi, dalam <https://amp.lokadata.id/amp/penerimaan-zakat-besar-potensi-minim-realisasi>, diakses pada 23 Juni 2021.

⁶ Fitri Maghfirah, "Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online", *Jurnal Az Zarka'*, 12, 2 (2020), 58.

⁷ Berita Potensi Zakat di Indonesia 2019, dalam <https://www.baznasjabar.org/news/potensi-zakat-di-indonesia-2019>, diakses pada 23 Juni 2021.

⁸ Zulherman, "Manajemen Fundraising LAZ Dompot Dhuafa Riau", (Skripsi--UIN Sultan Syarif Kasim, Riau, 2019), 1.

⁹ Basar Dikuraisyin, "Kompetensi Amil, Persyaratan sampai Pelaporan: Analisis Efektifitas UU Nomor 23 Tahun 2011 di Lembaga Zakat Jawa Timur", *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 1, 1 (2019), 3-4.

¹⁰ Mila Amrina, "Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZIS (Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh) di Laznas IZI Jawa Timur", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4, 1 (2021), 125.

¹¹ Fitri Maghfirah, 74.

Muzakki serta semakin dipercaya oleh masyarakat.¹² Hasil serupa juga didapat dari penelitian Tsauri dan Ghufron.¹³

Namun, perlu juga untuk mengingat terkait implikasi yang akan ditimbulkan. Selain mempermudah, apakah juga tidak berpotensi munculnya resiko yang menghambat? Karena dalam penelitian Mabruuri dan Awalia (2020), mengemukakan bahwa penghimpunan dana melalui fitur beberapa media sosial belum efektif karena perolehan dana yang dihimpun melalui fitur tersebut belum signifikan. Serta penghimpunan tersebut harus mampu memenuhi 6 indikator efektivitas yaitu kegunaan, ketepatan dan objektifitas, ruang lingkup, efektivitas biaya, akuntabilitas, dan ketepatan waktu.¹⁴ Disinilah manajemen strategi dibutuhkan. Memperhatikan sifat-sifat dari manajemen, akan sangat membantu dalam merencanakan suatu keputusan hingga meminimalisir potensi resiko.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin mengetahui lebih dalam terkait (1) pola yang digunakan dalam pemanfaatan media digital, mengidentifikasi (2) peluang dan resiko yang timbul dari pemanfaatan media digital, sehingga dapat diketahui (3) strategi manajemen digital *fundraising* zakat yang dirumuskan agar mencapai tingkat optimal oleh sebuah lembaga amil zakat.

Kajian Teori

Konsep Media Digital

Media digital, secara definisi diartikan sebagai format konten yang dapat diakses oleh perangkat-perangkat digital.¹⁵ Konsep dari media digital adalah biner yaitu 0 dan 1 dengan menggunakan gelombang diskrit. Media digital dapat dibuat, dilihat, didistribusikan, dimodifikasi dan bisa bertahan pada perangkat elektronik digital.¹⁶ Media Digital termasuk dalam salah satu *gadget* dalam media baru, terdapat empat kategori utama dalam media baru yaitu media komunikasi interpersonal

¹² Dina Siti, "Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang", (Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018), h. 106.

¹³ Shafwan Tsauri dan Moh. Idil Ghufron. "Utilization of Zakah Application As Zakah Management Innovation to Increase Zakah Potential: Penerapan Aplikasi Zakat Sebagai Inovasi Pengelolaan Zakat Dalam Meningkatkan Potensi Zakat". *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 11, no. 1 (April 30, 2021): 33-48. Diakses pada 30 Juni 2021. <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/422>.

¹⁴ M. Mabruuri, Awalia, "Strategi Penghimpunan Dana Infaq Telaah Efektivitas Aplikasi Digital pada At-Taqwa Centre Kota Cirebon", *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 5, 2 (2020), h. 208.

¹⁵ Telkomsel, "Masa Depan Media Digital dan Potensi Karir di Industri Ini", dalam <https://www.telkomsel.com/about-us/blogs/masa-depan-media-digital-dan-potensi-karir-di-industri-ini> (diakses pada 25 Juni 2021).

¹⁶ Wikipedia, "Media Digital", "dalam" https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital (diakses pada 25 Juni 2021).

seperti *email*, Media permainan interaktif seperti *game*, Media pencarian informasi seperti mesin pencarian di Net, dan Media partisipatoris seperti ruang *chat* di Net.¹⁷ Dalam hal ini program-program komputer dan perangkat lunak seperti digital video, digital gambar, digital audio, video games, halaman web, situs web, termasuk media sosial merupakan contoh dari media digital. Media digital disebut juga dengan media *online* yaitu media yang tersaji secara *online* di Internet yang berbasis telekomunikasi dan multimedia.¹⁸ Media digital menggunakan model distribusi konten yang menyebarkan informasi secara *real time*. Konten yang dibuat oleh konsumen akan semakin populer pada saluran media digital. Media digital seperti internet mampu menghadirkan suatu identitas baru dan budaya baru yang kita kenal sebagai budaya dan identitas virtual.¹⁹

Media digital dapat dimanfaatkan oleh siapapun, di manapun, dan untuk kepentingan apapun, termasuk memanfaatkannya untuk hal-hal yang positif.²⁰ Soraya dan Lestari dalam penelitiannya memaparkan beberapa keuntungan dari *media-sharing website*, diantaranya:²¹ (1) pengguna dapat saling berbagi informasi, objek (video, foto, pesan dan lain-lain), serta membantu mempertemukan pengguna yang tak saling mengenal dan berjauhan; (2) pengguna dengan minat dan ketertarikan yang sama dapat saling membagikan berbagai macam konten, meskipun tidak saling mengenal di sini mereka akan menemukan pengalaman bersosialisasi dari website. Media Digital juga dapat dijadikan sarana untuk melakukan bisnis, maka kemudian berkembanglah apa yang dikenal dengan istilah bisnis online.²² Banyak usaha yang mulai memanfaatkan media digital sebagai ajang promosi dengan membuat sebuah situs resmi. Situs tersebut umumnya menampilkan *company profile*, produk yang dijual/ ditawarkan dan berita/ informasi menyangkut aktivitas usaha.

Manajemen Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

Manajemen adalah kegiatan yang tidak terlepas dari proses perencanaan, pengelompokkan, pelaksanaan serta pengawasan terhadap suatu sasaran dan tujuan yang telah dibuat dengan memanfaatkan segala

¹⁷ Juliana Kurniawati, Siti Baroroh, "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu" *Jurnal Komunikator*, 8, 2 (2016), 54.

¹⁸ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 34.

¹⁹ Soraya Fadhal, Lestari Nurhajari, "Identitas-Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Inonesia di Youtube)", *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1, 3 (2016), 181.

²⁰ James R. Situmorang, "Pemanfaatan Internet Sebagai *New Media* dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8, 1 (2016), 74.

²¹ Soraya Fadhal, Lestari Nurhajari, 181-182.

²² James R. Situmorang, 77-78.

sumber daya secara efektif dan efisien. Sedangkan menurut Hasanudin dalam jurnal Manajemen Dakwah berpendapat, yang dimaksud *fundraising* adalah penghimpunan dana dan sumber daya lainnya yang digunakan dalam pembiayaan program atau operasional kegiatan suatu lembaga demi mencapai visi dan misinya.²³ Jadi, manajemen fundraising adalah proses pengelolaan dalam penggalangan dana dengan memanfaatkan sumber daya agar tujuan dari penggalangan dana dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Manajemen *fundraising* memiliki fungsi-fungsi yang tidak dapat dipisahkan,²⁴ yang terdiri dari (1) Perencanaan, yaitu sebuah pemikiran, perumusan, dan penentuan langkah-langkah terhadap sesuatu yang akan dikerjakan; (2) Pengorganisasian,²⁵ yaitu proses dikelompokkannya sumber-sumber daya secara teratur sehingga menghasilkan sebuah tugas-tugas, wewenang dan tanggung jawab hingga tercipta suatu organisasi sebagai satu kesatuan demi tercapainya tujuan; (3) Pelaksanaan²⁶, yaitu keseluruhan langkah-langkah meliputi usaha, cara, teknik dan metode yang dikerjakan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan yang efektif, efisien serta ekonomis; hingga (4) Pengawasan,²⁷ yaitu kegiatan yang dilakukan oleh atasan dengan mengamati perkembangan bawahannya dalam melaksanakan rencana, langkah-langkah dan kebijakan dalam merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan.

Dari adanya fungsi-fungsi manajemen *fundraising* maka terdapat langkah-langkah penjabaran yang menjelaskan tiap-tiap fungsi tersebut. Pertama, langkah-langkah dalam perencanaan antara lain (a) Memperkirakan dan menghitung masa depan; (b) Penentuan dan perumusan target, (c) Penetapan Metode, dan (d) Penetapan Waktu, Lokasi, Program, dan Biaya. Kedua, langkah-langkah dalam pengorganisasian antara lain; (a) Pembagian dan penggolongan kegiatan fundraising, (b) Perumusan dan Pembagian Kerja, serta (c) Pemberian Wewenang. Ketiga, langkah-langkah dalam pelaksanaan, terdiri dari (a) Pembimbingan, (b) Pengkoordinasian, dan (c) Pengambilan Keputusan. Keempat, langkah-langkah proses pengawasan mencakup (a) Menetapkan

²³ Hasanudin, "Strategi Fundraising Zakat dan Wakaf", *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1, 1 (2013), 11.

²⁴ Basar Dikuraisyin, "Manajemen Aset Wakaf Berbasis Kearifan Lokal dengan Pendekatan Sosio-Ekonomi di Lembaga Wakaf Sabilillah Malang", *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 7, 2 (2020), 102-103.

²⁵ Dina Siti, "Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang", (Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018), 44.

²⁶ Ghosyi Harfiah, Mu'min Firmansyah, "Analisis Manajemen Fundrising Umar Bin Khattab dan Relevansinya dengan Pengelolaan Zakat di Indonesia", *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 1, 2 (2020), 92-109.

²⁷ Mohammad Saleh, "Zakat Fundraising Strategy: Opportunity and Challenges in Digital Era", *Journal of Nahdhatul Ulama Studies*, 1, 2 (2020), 1-16.

Standar yang digunakan sebagai patokan²⁸ dengan mengandung beberapa syarat antara lain²⁹ *Validitas* (kesahihan), *Reliabilitas* (terpercaya), *Sensitivitas* (kepekaan, kemampuan untuk membedakan), *Akseptabilitas* (dapat diterima), dan *Practicable* (dapat dipraktikan). (b) Pemeriksaan dan Penelitian, (c) Perbandingan antara pelaksanaan tugas dengan standar, dan (d) Menindak lanjuti penyimpangan.

Aktivitas *fundraising* juga diperlukan sebuah pendekatan atau metode agar berjalan dengan sistematis. Rancangan aktivitas penghimpunan terdiri dari dua metode³⁰ yang harus dipahami oleh seorang *fundraiser* yakni Metode *Direct Fundraising* (secara langsung) dan Metode *Indirect Fundraising* (secara tidak langsung). Peneliti mengartikan metode langsung sebagai cara tradisional. Contoh pada sebuah Lembaga Amil Zakat, yang mana dalam menghubungi donatur dilakukan via telepon untuk menawarkan program sosial, mengirimkan surat, bahkan mendatangi donatur secara langsung ke rumah atau kantornya untuk menghimpun dana zakat. Sedangkan, metode tidak langsung dapat peneliti artikan sebagai cara modern, seperti menawarkan program melalui penyedia media sosial, digital platform, dan website resmi untuk menjangkau calon donatur hingga ke ruang lingkup yang lebih luas. Metode tersebut dirasa akan sangat membantu aktivitas penghimpunan dana agar lebih meningkat dan menjangkau lebih banyak donatur.

Lembaga Amil Zakat

Lembaga amil zakat yakni organisasi masyarakat muslim yang bergerak dalam bidang sosial pendidikan dakwah yang didirikan atas kehendak masyarakat dan nantinya disahkan oleh pemerintah untuk membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.³¹ Lembaga Amil Zakat (LAZ) terdapat dua macam yakni Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat Daerah (LAZDA) yang berdiri atas adanya dasar hukum seperti UU No. 38 tahun 1999, Kepmenag No. 581 keputusan Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 tahun 2000, serta UU No. 17 tahun 2000.

²⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia

²⁹ E. K. Mochtar Effendi, *Manajemen Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam*, (Jakarta: PT. Bhatara Karya Aksara, 1986), 154

³⁰ Mardiah S, "Manajemen Strategi BAZNAS dalam Pengelolaan Dana Filantropi Islam", *Jurnal I-Finance*, (2018), 67.

³¹ Munir and Zidna, "Penerapan Akuntansi Zakat Sebagai Respon Administrasi Digital di Era Modern: Studi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Timur." *Management Of Zakat And Waqf Journal (MAZAWA)* 2, 2 (2021), 118–135.

Terdapat beberapa LAZ yang berbadan hukum sebagai yayasan serta beberapa kelompok lainnya menurut alasan dan sejarah pendiriannya, bentuk-bentuk LAZ antara lain;³² (a) LAZ berbasis masjid, seperti LAZ Al Azhar Peduli (masjid al Azhar) dan LAZ Rumah Amal Salman (masjid Salman ITB). LAZ ini didirikan akibat adanya perkembangan pesat pada manajemen masjid serta kepercayaan masyarakat khususnya dalam pengelolaan keuangan masjid. Lalu (b) LAZ berbasis Ormas, seperti LAZ NU dan LAZ Muhammadiyah. LAZ ini didirikan dalam rangka untuk menjadi media guna meningkatkan peran masyarakat baik sebagai anggota organisasi maupun luar organisasi. Selanjutnya (c) LAZ berbasis Perusahaan, seperti Baitul Maal Muamalat (Bank Muamalat Indonesia), Baitul Maal BRI (Bank BRI), atau Laznas BSM (Bank Syariah Mandiri, yang sekarang menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia)). LAZ ini didirikan sebagai bagian dari program sosial perusahaan serta untuk mengelola dana CSR perusahaan yang besar agar lebih terarah, sistematis dan berjangka panjang. Terakhir (d) LAZ berbasis OPZ, seperti LAZ Dompot Duafa, LAZ Rumah Zakat Indonesia dan sejenisnya.

Pendirian LAZ ini juga memiliki beberapa fungsi seperti di antaranya;³³ (1) menjamin kepastian dan kedisiplinan dalam membayar zakat; (2) menjadi jembatan *Muzakki* untuk menyalurkan kewajibannya kepada *Mustahik* guna menjaga kerendah-hatian *Muzakki*; (3) mendistribusikan dana zakat yang tepat sasaran sesuai skala prioritas wilayah;³⁴ dan (4) untuk menunjukkan semangat syiar islam dalam penyelenggaraan pemerintah islami.

³² Sri Fadilah, dkk, "OPZ: Deskripsi Pengelolaan Zakat dari Aspek Lembaga Zakat", *Jurnal Akuntansi FEB Unisba: Bandung*, 18, 2 (2017), 154-155.

³³ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), cet ke 1, h. 126 dalam Azhar, "Manajemen Fundraising LAZ Mizan Amanah Bintaro", (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), 28.

³⁴ Metode penyaluran harta zakat sendiri ada beberapa metode yang digunakan di era kontemporer sekarang, yaitu; *pertama*, harta zakat yang terkumpul langsung dibagikan pada delapan golongan *Mustahiq* atau sebagian *Mustahiq* untuk dimiliki oleh mereka, metode ini disepakati kebolehan oleh para ulama baik Ulama klasik maupun kontemporer secara Ijma. *Kedua*, harta zakat yang terkumpul tidak seluruhnya dibagikan pada golongan *Mustahiq* zakat, namun ada sekian harta yang terkumpul di LAZ tidak dibagikan namun disimpan untuk dialokasikan secara berangsur-angsur kepada para *Mustahiq* zakat, metode ini menjadi perdebatan ulama dalam hal tidak dibagikannya harta zakat yang sudah terkumpul untuk sesegera mungkin dibagikan. *Ketiga*, harta zakat yang terkumpul di LAZ sebagian dibagikan langsung pada *Mustahiq* dan sebagian besar tidak dibagikan namun disimpan dengan maksud untuk diinvestasikan, yang mana hasil laba dari investasi dibagikan atau diberikan pada golongan *Mustahiq* zakat dengan terus tetap menjaga pokok harta zakat tersimpan untuk dikembangkan secara terus menerus, metode ini menjadi perdebatan di antara para ulama sebab tidak dikenal di era klasik. Lihat Bakhrul Huda, "Legalitas Penyaluran Harta Zakat Dan Bantuan Non Muslim Sebagai Dana Wakaf Pada Bank Wakaf Mikro Perspektif Fikih". *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, no.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena dilakukan pada kondisi objek yang alamiah, berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika kondisi objek tersebut.³⁵ Sedangkan, pendekatan deskriptif bersifat memaparkan hasil akurat yang diperoleh sehingga informasi yang didapatkan lengkap.³⁶ Melalui metode pendekatan tersebut peneliti bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi manajemen *fundraising* zakat yang dirumuskan agar mencapai tingkat optimal oleh sebuah lembaga amil zakat melalui pemanfaatan peluang media digital dan resikonya.

Objek penelitian ini yaitu lembaga amil zakat Taman Zakat Indonesia yang terletak di Jl. Wisma Trosobo IV No. 33 Trosobo, Kec. Taman, Kab. Sidoarjo Jawa Timur. Dengan beberapa pertimbangan, antara lain; (1) LAZ Taman Zakat Indonesia merupakan LAZ baru yang telah tergabung dalam keanggotaan Forum Zakat (FOZ) Jawa Timur sejak 2018; (2) LAZ Taman Zakat Indonesia aktif sebagai penggalang dana digital di beberapa platform crowdfunding sejak 2019; serta (3) belum ada peneliti lain yang melakukan penelitian di LAZ Taman Zakat Indonesia padahal potensinya cukup besar terkait topik penelitian. Selanjutnya, populasi penelitian yaitu Devisi IT dan Program serta Devisi *Human Capital* Taman Zakat Indonesia, sedangkan sampelnya yaitu ketua dan anggota dari masing-masing devisi tersebut.

Data dan sumber data terdiri dari primer dan sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa informasi yang didapatkan dari sumber utama (sampel) melalui kegiatan observasi dengan teknik observasi partisipasi moderat³⁷ dan teknik wawancara tidak terstruktur³⁸ yang dilakukan peneliti. Sedangkan, data sekunder berupa dokumen dan literatur terkait profil, sejarah, visi misi, serta dokumen perencanaan dan laporan kegiatan di Taman Zakat Indonesia. Data sekunder didapatkan melalui kegiatan dokumentasi, media sosial

Series 2 (April 22, 2018): 818-829. Diakses 30 Juni 2021. <http://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/183>

³⁵ Sonny Eli Zaluchu, "Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif di Dalam Penelitian Agama Sonny," *Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4, 1 (2020), 28-38.

³⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Ed. Sutopo, Edisi Kedua, (Bandung: Alfabeta, 2019), 298-299

³⁷ Ibid.,

³⁸ Erlina Melati, "Work Engagement pada Wanita Karir yang Mengurus Rumah Tangga." (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2018), 56.

dan website resmi lembaga Taman Zakat Indonesia. Untuk teknik analisis data penelitian ini meliputi tiga kegiatan.³⁹ Pertama, reduksi data (merangkum, memilih, dan memilah) hal-hal pokok dan penting dari hasil observasi dan wawancara. Kedua, penyajian data berupa uraian singkat bersifat naratif, dan Ketiga, penarikan kesimpulan guna menjawab rumusan permasalahan.

Hasil dan Pembahasan

Pola Pemanfaatan Media Digital dalam *Fundraising* Taman Zakat Indonesia

Lembaga Amil Zakat (LAZ) Taman Zakat Indonesia merupakan salah satu lembaga filantropi yang berorientasi dalam bidang zakat, infak, sedekah dan wakaf di tingkat Provinsi. Taman Zakat Indonesia juga merupakan salah satu Lembaga Amil Zakat yang tergabung aktif dalam keanggotaan Forum Zakat (FoZ) diwilayah Jawa Timur. Kantor Taman Zakat Indonesia terletak di Jl. Wisma Trosobo IV No. 33 Trosobo, Kec. Taman, Kab. Sidoarjo Jawa Timur. Dengan visi menjadi “Lembaga filantropi nasional terpercaya dalam pengembangan pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat” Taman Zakat Indonesia senantiasa berinovasi dalam setiap menjalankan aktivitasnya. Lembaga filantropi yang berdiri pada tahun 2018 dan resmi status legalnya pada 2020 ini telah memiliki 3 kantor cabang, yang tersebar di Jombang, Probolinggo, dan Kediri. Ketiga kantor cabang tersebut terhubung secara online melalui website www.tamanzakat.org. Taman Zakat Indonesia menerapkan strategi manajemen *fundraising* berbasis digital dalam aktivitas penghimpunannya. Aktivitas tersebut dikelola sesuai dengan kegiatan manajemen *fundraising* yang sistematis. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua devisi IT dan Program Taman Zakat Ibu Ninda Rolena, sistematika tersebut terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan.⁴⁰

Perencanaan, Taman Zakat Indonesia merealisasikan tahap perencanaan melalui langkah-langkah berikut; (1) Perhitungan dan perkiraan masa depan, yakni dengan mempersiapkan strategi pemilihan media digital yang akan digunakan sebagai sarana *fundraising*. Beberapa media sosial yang dipilih, antara lain Channel Youtube Taman Zakat, Akun Instagram dengan nama @Taman Zakat, Akun Telegram dengan nama Taman Zakat Channel, Akun Facebook dan Twitter dengan nama Taman Zakat dan juga akun aktif sebagai penggalang dana digital dalam platform Kitabisa.com. Lalu mengidentifikasi donatur atau calon donatur

³⁹ Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2016), 15.

⁴⁰ Ninda Rolena, *Wawancara*. (Sidoarjo, 16 Juni 2021)

yang akan dituju sebagai sasaran *fundraising*. Donatur dikelompokkan menjadi 2 yaitu; *Public* (ditujukan pada masyarakat menengah keatas) dan *Corporate* (ditujukan pada perusahaan besar nasional), sehingga dapat diketahui strategi seperti apa yang sesuai dengan karakteristik donatur nantinya. Langkah selanjutnya, (2) Penentuan dan perumusan sarana dan target, yakni dengan mencari referensi dan mengelompokkan jenis-jenis media digital yang sesuai untuk sarana *fundraising*. Taman Zakat membagi media digital berdasarkan fungsinya, yaitu fungsi pelayanan konsultasi serta fungsi pelayanan donasi. Terakhir, (3) Menetapkan metode, waktu, program serta biaya. Penetapan ini dilakukan melalui 2 metode pertama, *Direct fundraising* yaitu penghimpunan dana secara langsung dengan mendatangi donatur. Kedua, *Indirect fundraising* yaitu membuat program yang menarik untuk memunculkan minat / ketertarikan para donatur. Untuk waktu dan biaya disesuaikan dengan strategi yang digunakan.

Selanjutnya tahap pengorganisasian, direalisasikan melalui langkah-langkah berikut; (1) Membentuk unit kerja digital *fundraising* dan merincikan tugas, kewajiban serta wewenang secara jelas dan tertata. Taman Zakat dalam hal ini telah membentuk divisi IT dan Program serta divisi *Marketing*. Divisi Program bertugas membuat suatu perencanaan untuk menciptakan suatu program baru, merekomendasikan kepada atasan, melakukan survei terkait perencanaan program baru, hingga akhirnya diterima oleh atasan. Divisi IT melakukan pemilihan dan penetapan media digital sebagai sarana yang akan digunakan dalam melancarkan program baru tersebut. Dan divisi *marketing* bertugas merealisasikan program baru tersebut dengan memasarkan melalui sarana yang telah ditentukan. (2) Mengelompokkan media digital sesuai peruntukannya. Media digital yang digunakan untuk pelayanan konsultasi dan pemasaran program yaitu Channel Youtube, Telegram Channel, Instagram, dan Facebook berbentuk aktivitas sosialisasi dan edukasi terkait zakat, infaq, sedekah dan wakaf berupa video dan undangan kajian virtual. Sedangkan, media yang digunakan untuk pelayanan donasi yaitu melalui website resmi dengan menyantumkan kontak aktif serta nomor rekening bank seperti rekening BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, BNI, MANDIRI, dan BCA. Serta sarana pembayaran online *e-wallet* seperti melalui scan QR code yang bekerjasama dengan T-CASH, GO-PAY, dan OVO.⁴¹

Berikutnya tahap pelaksanaan, direalisasikan melalui langkah-langkah berikut; (1) Menggabungkan tiap-tiap unit kerja sehingga bentuk

⁴¹ Rangga Presetiawan, Wawancara, (Sidoarjo, 16 Juni 2021).

koordinasi yang telah dibuat dapat dijalankan dengan baik dan sesuai. Alur tugasnya dalam aktivitas penghimpunan dana adalah devisi program melakukan survei atau perencanaan target hingga membuat suatu program penghimpunan dengan dibantu anggota IT untuk memilih dan menetapkan media digital yang sesuai dengan program, lalu oleh devisi *marketing* program digital *fundraising* tersebut dipasarkan sesuai dengan kebijakan dan prosedur penghimpunan dana yang telah ditetapkan.⁴² (2) Bekerja dengan menetapkan indikator sebagai tolak ukur pencapaian target penghimpunan, (3) Melakukan pembimbingan kerja, Taman Zakat Indonesia memfasilitasi seluruh amil dengan berbagai macam pelatihan dan edukasi, termasuk juga menyediakan pelatihan media digital bagi seluruh amil dan *volunteer* agar semakin mahir dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana penghimpunan. Sehingga dapat terjamin SDM yang berkompeten, *up to date* dan siap dalam pencapaian visi dan misi lembaga.⁴³ Lalu adanya (4) Pengkoordinasian lanjutan, serta (5) Pengambilan keputusan, dilakukan dengan musyawarah, menampung semua pendapat dan masukan terkait rancangan program baru dan media yang akan digunakan, menetapkan hasil dan saling memberi kepercayaan.

Terakhir tahap pengawasan, direalisasikan melalui langkah-langkah berikut; (1) Penetapan standar komponen penghimpunan dana. Komponen penghimpunan dana Taman Zakat terdiri dari kuantitas dan kualitas SDM sesuai standar syariah dan pada pelaporan keuangan sesuai PSAK 109 untuk bersedia diaudit.⁴⁴ (2) Pemeriksaan dan penelitian, direalisasikan dengan membuat Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) baik secara harian, bulanan, dan tahunan. (3) Mengadakan evaluasi, yakni membahas dan menjabarkan LPJ serta mengidentifikasi kendala untuk mencari solusinya yang dilakukan secara rutin dan terjadwal.

Identifikasi Peluang dan Resiko Media Digital Taman Zakat Indonesia

Berbagai bentuk media digital yang digunakan Taman Zakat dalam aktivitas *fundraising*nya tentu memiliki peluang besar dalam kualitas penghimpunan dana. Mulai dari adanya website resmi yang dapat menggabungkan tiga kantor cabang menjadi satu jalur informasi terintegrasi sehingga memudahkan proses komunikasi dan koordinasi. Dalam website tersebut juga terdapat segala informasi terkait Taman Zakat, mulai dari profil lembaga, program yang ditawarkan, berita dan artikel terkait aksi-aksi sosial kemanusiaan, layanan konsultasi, kontak

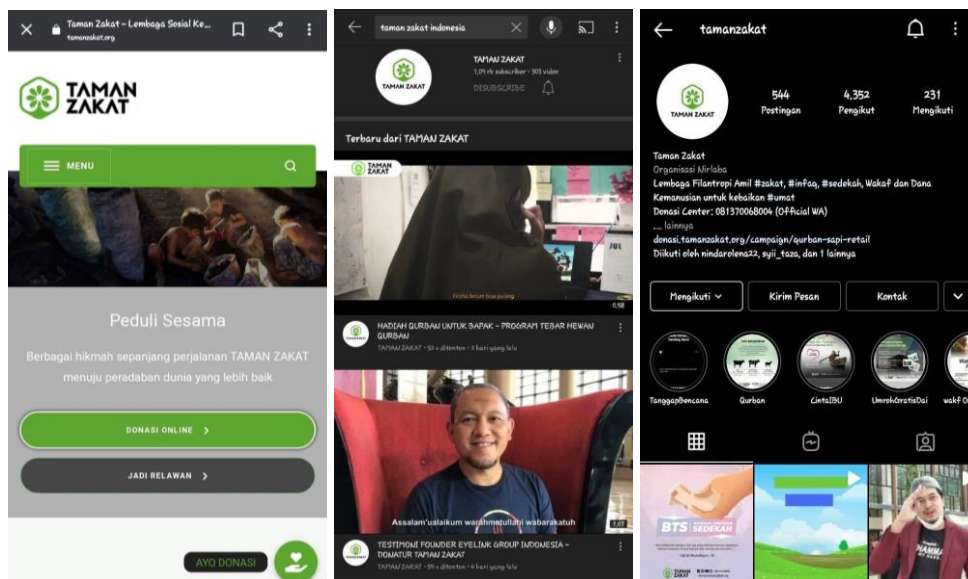
⁴² Rangga Presetiawan, *Wawancara*, (Sidoarjo, 17 Juni 2021).

⁴³ Ahmad Ahadin, *Wawancara*, (Sidoarjo, 17 Juni 2021).

⁴⁴ Ninda Rolena, *Wawancara*. (Sidoarjo, 16 Juni 2021).

hubung, dan tidak ketinggalan juga layanan donasi online melalui transfer rekening. Seluruh informasi disediakan untuk mempermudah publik mengetahui dan menggunakan jasa layanannya.⁴⁵ Selain website resmi, media sosial yang digunakan (Instagram, Telegram, channel Youtube, Whatsapp, Facebook dan Twitter) juga membantu legitimasi organisasi, memberikan kredibilitas, serta meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik. Selain itu juga membantu dalam *branding* dan profesionalisme organisasi dalam berbagai program dan kegiatannya untuk publik. Tidak kalah penting, media digital tersebut dapat berpotensi meningkatkan kesadaran dan keterlibatan publik dalam mendukung kegiatan organisasi sekaligus membangun jaringan/*partner*.⁴⁶ Sehingga media sosial bisa menjadi pilihan hemat biaya bagi Taman Zakat untuk memasarkan diri tanpa memerlukan dana yang besar.⁴⁷

Gambar 1.1 Media Digital Taman Zakat Indonesia



Berbagai upaya yang ditempuh oleh Taman Zakat dalam aktivitas penghimpunannya tentu tidak terlepas dari potensi timbulnya resiko. Penggunaan media digital yang dapat diakses dan dijangkau oleh publik berpotensi rentan terhadap tindakan yang dapat membahayakan dan mudah untuk disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

⁴⁵ Ahmad Rudi Setiawan, "Studi Analisis Terhadap Strategi Penghimpunan Zakat di Rumah Zakat", (Tesis--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019), 43.

⁴⁶ Ning Kernawijaya, "Identifikasi Kendala dalam Strategi Fundraising Wakaf Online di Global Wakaf Surakarta", *Jurnal Manajemen Zakat Wakaf*, 1, 2 (2020), 137.

⁴⁷ Ahmad Rudi Setiawan, 68-69.

Salah satu bentuk ancaman terhadap media digital sering disebut dengan *cyber attack*. Beberapa bentuk *cyber attack* diantaranya, *Formjacking* yang mengancam kegiatan transaksi digital,⁴⁸ *Cryptojacking* yang mengancam sistem perangkat komputasi,⁴⁹ dan *Ransomware* yang mengancam sistem dan data perangkat hingga tidak dapat diakses sebelum korban membayar tebusan.⁵⁰ Semua bentuk *cyber attack* tersebut bertujuan untuk mencari keuntungan semata dan merusak data penting pribadi korban. Begitu juga Ahmad dan Aan (2019),⁵¹ menyebutkan beberapa aspek ancaman terhadap keamanan informasi, yaitu (1) *Interruption*, dimana data dan informasi dalam sistem komputer dirusak dan dihapus sehingga tidak dapat diakses saat dibutuhkan; (2) *Interception*, Informasi disadap oleh orang yang tidak berhak; (3) *Modification*, yaitu aktivitas menyadap lalu lintas informasi yang sedang dikirim dan mengubah data atau informasi yang melintas tersebut tanpa ijin; dan (4) *Fabrication* yaitu orang yang meniru pemberi informasi, sehingga pihak yang menerima menyangka informasi tersebut berasal dari orang yang benar/dikehendaki oleh si penerima informasi.

Hal tersebut tentu berbahaya bagi keamanan sistem informasi yang ada. Jika hal tersebut terjadi pada sistem media digital Taman Zakat, maka akan menurunkan jumlah konsumen pengguna layanan (donatur) serta tingkat kepercayaannya menurun terhadap lembaga. Mencegah terjadinya hal tersebut, Taman Zakat telah membuat perencanaan, di antaranya;⁵² (1) senantiasa meng *up date* pengetahuan terkait teknik pengelolaan teknologi informasi dan komunikasi digital; (2) dalam penggunaan media digital, maka harus mencari referensi dan meminta arahan atau rekomendasi terkait media sosial maupun usaha penyedia website terpercaya dari rekan-rekan/ lembaga lain yang telah dahulu menggunakan layanan penyedia jasa tersebut; (3) memastikan bahwa media sosial yang dipilih sesuai dan berpeluang, serta usaha penyedia website yang dituju telah berjalan cukup lama dan sudah banyak memiliki klien/kustomer; dan (4) ketika akan membeli situs website maka pilih website dengan kualitas, legalitas, dan tingkat keamanan serta kenyamanan yang sesuai dan terpercaya. Dengan upaya tersebut diharapkan keamanan data informasi

⁴⁸ Ahmad Ridha Kelrey dan Aan Muzaki, "Pengaruh Ethical Hacking Bagi Keamanan Data Perusahaan", *Jurnal Cyber Security dan Forensik*, 2, 2 (2019), 77.

⁴⁹ Arief Dwi Yulianto, dkk, "Penanganan *Cryptojacking* Menggunakan *Pattern Matching Analysis*" *Jurnal e-Proceeding of Engineering*, 6, 2 (2019), 927.

⁵⁰ Ransomware merupakan jenis malicious software tertentu yang menuntut tebusan finansial dari seorang korban dengan melakukan penahanan pada aset atau data yang bersifat pribadi, dalam <https://govcsirt.bssn.go.id/penanganan-dan-pencegahan-insiden-ransomware/>, diakses 18 Juni 2021.

⁵¹ Ahmad Ridha Kelrey, Aan Muzaki, "Pengaruh Ethical Hacking Bagi Keamanan....." 78.

⁵² Ahmad Ahadin, *Wawancara*, (Sidoarjo, 17 Juni 2021).

terjaga, sehingga resiko dan ancaman terhadap media digital dapat dihindari.

Kesimpulan

Melihat dari hasil dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pola pemanfaatan media digital yang dilakukan LAZ Taman Zakat Indonesia dalam aktivitas penghimpunan dana (*fundraising*) zakat telah dirancang secara sistematis. Mulai dari tahap perencanaan yang meliputi perhitungan dan perkiraan masa depan, penentuan dan perumusan sarana dan target, serta menetapkan metode, waktu, program serta biaya. Dilanjutkan dengan tahap pengorganisasian yang meliputi pembentukan unit kerja digital *fundraising* dan merincikan tugas, kewajiban serta wewenang serta mengelompokkan media digital sesuai peruntukannya. Lalu tahap pelaksanaan yang meliputi penggabungan tiap-tiap unit kerja sehingga terbentuk koordinasi, bekerja dengan menetapkan indikator, melakukan pembimbingan kerja, adanya koordinasi lanjutan, hingga pengambilan keputusan. Dan terakhir tahap pengawasan yang meliputi penetapan standar pada komponen penghimpunan dana, adanya pemeriksaan dan penelitian, serta mengadakan evaluasi. Ditambah dengan proses identifikasi terhadap peluang dan resiko atas pemanfaatan media digital, bertujuan agar aktivitas penghimpunan secara digital tetap aman dan memberikan kenyamanan khususnya bagi pengguna (donatur). Sehingga, dari tahap-tahap dan proses identifikasi yang sistematis tersebut telah menggambarkan strategi manajemen digital *fundraising* zakat oleh LAZ Taman Zakat Indonesia mencapai tingkat optimal.

Dengan melihat kesimpulan diatas, peneliti mampu menyampaikan beberapa masukan yakni agar inovasi dan kreatifitas terus diasah dan ditingkatkan. Dengan berbekal kompetensi, kesungguhan, perencanaan yang matang dan strategis, serta upaya nyata untuk mencapai tujuan maka akan dapat memberikan peluang keberhasilan pada aktivitas penghimpunan terutama pada perkebangan era yang akan datang. Karena melalui manajemen strategi yang efektif efisien dan relevan dengan perkembangan era, maka kualitas *fundraising* juga akan turut meningkat. Ditambah lagi jika implikasi dari upaya tersebut melahirkan rasa kepercayaan lebih pada donatur, maka akan muncul sikap loyalitas donatur terhadap lembaga. Sehingga dapat dikatakan bahwa tujuan dari penghimpunan dana (*fundraising*) telah tercapai dengan optimal.

Daftar Pustaka

- Ahmad Ahadin, *Wawancara*, (Sidoarjo, 17 Juni 2021).
- Ahmad, Rudi Setiawan. "Studi Analisis Terhadap Strategi Penghimpunan Zakat di Rumah Zakat". Tesis--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019.
- Ahmadim, Rulam, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2016.
- Aminah, Siti, "Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat". *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 12, No.1. (2014).
- Amrina, Mila. "Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZIS (Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh) di Laznas IZI Jawa Timur". *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4, 1, (2021).
- Anwar, Aan Zainul, "Strategi Fundraising Zakat Profesi Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara". *Jurnal CIMAE*, (2019).
- Awalia, M Mabruki. "Strategi Penghimpunan Dana Infaq Telaah Efektivitas Aplikasi Digital pada At-Taqwa Centre Kota Cirebon". *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 5, 2, (2020).
- Berita Potensi Zakat di Indonesia 2019, dalam <https://www.baznasjabar.org/news/potensi-zakat-di-indonesia-2019>, diakses pada 23 Juni 2021.
- Dikuraisyin, Basar, "Kompetensi Amil, Persyaratan sampai Pelaporan: Analisis Efektifitas UU Nomor 23 Tahun 2011 di Lembaga Zakat Jawa Timur". *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 1, 1, (2019).
- Dikuraisyin, Basar, "Manajemen Aset Wakaf Berbasis Kearifan Lokal dengan Pendekatan Sosio-Ekonomi di Lembaga Wakaf Sabilillah Malang". *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 7, 2, (2020).
- Eli Zaluchu, Sonny. "Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif di dalam Penelitian Agama Sonny". *Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4, 1, (2020).
- Ghofur, *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Harfiah, Ghosyi, Mu'min Firmansyah, "Analisis Manajemen Fundrising Umar Bin Khattab dan Relevansinya dengan Pengelolaan Zakat di Indonesia". *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 1, 2, (2020).
- Huda, Bakhrul. "Legalitas Penyaluran Harta Zakat Dan Bantuan Non Muslim Sebagai Dana Wakaf Pada Bank Wakaf Mikro Perspektif Fikih". *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, no. Series 2 (April 22, 2018): 818-829. Accessed June 30, 2021. <http://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/183>
- Kernawijaya, Ning, "Identifikasi Kendala dalam Strategi Fundraising Wakaf Online di Global Wakaf Surakarta". *Jurnal Manajemen Zakat Wakaf*, 1, 2, (2020).
- Lestari Nurhajari, Soraya Fadhal. "Identitas-Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Inonesia di Youtube)". *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1, 3, (2016).

- Maghfirah, Fitri. "Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online". *Jurnal Az Zarka'*, 12, 2, (2020).
- Mardiah, S, "Manajemen Strategi BAZNAS dalam Pengelolaan Dana Filantropi Islam". *Jurnal I-Finance*, (2018).
- Melati, Erlina, "Work Engagement pada Wanita Karir yang Mengurus Rumah Tangga.". Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2018.
- N, Khairina. "Analisis Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan)". *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 4, 1, (2019).
- Napiardo, W, "Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar". *Jurnal IMARA*, (2017).
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016).
- Ninda Rolena, *Wawancara*. (Sidoarjo, 16 Juni 2021).
- Rahmat, dkk, "Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment", *Jurnal AL-MUZARA'AH*, 8, 2, (2020).
- Rangga Presetiawan, *Wawancara*, (Sidoarjo, 17 Juni 2021).
- Ransomware, dalam <https://govcsirt.bssn.go.id/penanganan-dan-pencegahan-insiden-ransomware/>, diakses 18 Juni 2021.
- Ridha Kelrey, Ahmad, dkk, "Pengaruh Ethical Hacking Bagi Keamanan Data Perusahaan". *Jurnal Cyber Security dan Forensikm*, 2, 2, (2019).
- Rudi Setiawan, Ahmad, "Studi Analisis Terhadap Strategi Penghimpunan Zakat Di Rumah Zakat". Tesis--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019.
- S, Mardiah. "Manajemen Strategi BAZNAS dalam Pengelolaan Dana Filantropi Islam", *Jurnal I-Finance*, (2018).
- Saleh, Mohammad, "Zakat Fundraising Strategy: Opportunity and Challenges in Digital Era". *Journal of Nahdhatul Ulama Studies*, 1, 2, (2020).
- Savitri, A, *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Genesis, 2019.
- Setio, Achmad. *Statistik Zakat Nasional 2019*, (Jakarta Timur: BAZNAS - Sub Divisi Pelaporan), 2020.
- Siti Baroroh, Juliana Kurniawati. "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu". *Jurnal Komunikator*, 8, 2, (2016).
- Siti, Dina. "Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang". Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018.
- Situmorang, James R. "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8, 1, (2016).
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Ed. Sutopo, Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta, 2019.

Telkomsel, "Masa Depan Media Digital dan Potensi Karir di Industri Ini", dalam <https://www.telkomsel.com/about-us/blogs/masa-depan-media-digital-dan-potensi-karir-di-industri-ini>, diakses pada 25 Juni 2021.

Tsauri, Shafwan, dan Moh. Idil Ghufron. "Utilization of Zakah Application As Zakah Management Innovation to Increase Zakah Potential: Penerapan Aplikasi Zakat Sebagai Inovasi Pengelolaan Zakat Dalam Meningkatkan Potensi Zakat". *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 11, no. 1 (April 30, 2021): 33–48. Diakses 30 Juni 2021. <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/422>.

Wikipedia, "Media Digital", "dalam" https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital. diakses pada 25 Juni 2021.

Yulianto, Arief Dwi, dkk, "Penanganan *Cryptojacking* Menggunakan *Pattern Matching Analysis*". *Jurnal e-Proceeding of Engineering*, 6, 2, (2019).

Zidna, Munir. "Penerapan Akuntansi Zakat Sebagai Respon Administrasi Digital di Era Modern: Studi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Timur". *Management Of Zakat And Waqf Journal (Mazawa)* 2, 2, (2021).

Zulherman. "Manajemen Fundraising LAZ Dompot Duafa Riau". Skripsi--UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.