



Analisis Efektivitas Metode Fundraising Dan Crowdfunding Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dan Zis Di Wiz Makassar

Muh Fathir Rahman¹, Idris Parakkasi², Nurfiah Anwar³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

E-mail: fatirmuhammadfathir8@gmail.com¹, idris.parakkasi@uin-alauddin.ac.id²,
nurfiahanwar05@gmail.com³

ABSTRAK- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi fundraising dan crowdfunding dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Wahdah Inspirasi Zakat (WIZ). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang pertama mekanisme strategi fundraising dan crowdfunding di Wahdah Inspirasi Zakat diterapkan secara terpadu melalui pendekatan offline dan online. Serta Tantangan yang dihadapi WIZ meliputi keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang digital marketing, belum meratanya pemanfaatan crowdfunding di seluruh cabang dan Efektivitas strategi fundraising dan crowdfunding terbukti cukup tinggi dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Ada bukti bahwa metode yang digunakan Wahdah Inspirasi Zakat untuk mengumpulkan dana ZIS, yang menggabungkan metode penggalangan dana online dan offline, lebih efektif daripada metode crowdfunding.

Kata kunci: *Efektivitas, Fundraising, Crowdfunding, Zakat*

PENDAHULUAN

Pengumpulan dana zakat adalah proses menghimpun dana zakat dari para muzakki, yang kemudian dikelola oleh lembaga amil zakat untuk disalurkan kepada para mustahiq. Dalam pengelolaannya, kegiatan pengumpulan dana ini memainkan peran penting untuk mendukung pelaksanaan program-program yang dirancang oleh lembaga pengelola zakat. Selain itu, efektivitas pengumpulan dana ini juga berdampak pada perkembangan atau kemunduran lembaga tersebut. Oleh karena itu, pengelola zakat diharapkan memiliki kemampuan dalam mendorong masyarakat yang sudah mampu agar membayar zakat (ALAMY, 2015). Zakat pada dasarnya merupakan alat untuk mendistribusikan kekayaan, di mana tantangan utamanya adalah bagaimana memastikan instrumen ini benar-benar menjangkau seluruh muzakki dan didistribusikan secara merata kepada seluruh mustahik, agar tidak hanya terfokus pada kelompok tertentu. Oleh karena itu, distribusi kekayaan harus didukung dengan program yang efektif dan efisien, serta dikelola oleh lembaga yang profesional, terpercaya, memiliki komunikasi yang baik, dan andal untuk membangun kepercayaan dari muzakki maupun mustahik (Zulkifli, 2020). Fundraising juga mencerminkan bentuk partisipasi dan kepedulian masyarakat terhadap suatu organisasi atau lembaga. Selain uang, hal ini dapat mencakup berbagai benda dan fasilitas yang bermanfaat untuk kepentingan dan kebutuhan lembaga tersebut. Untuk memastikan keberhasilan penggalangan dana tersebut, diperlukan strategi agar proses

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

penggalangan dapat berjalan lebih terarah dan optima Fundraising bukan hanya tentang meminta, melainkan lebih banyak berkaitan dengan proses menjual. Oleh karena itu, pelaksanaan fundraising memerlukan perencanaan yang strategis. *Fundraising* sangat terkait dengan keterampilan individu dan organisasi dalam membujuk serta mempengaruhi orang lain untuk meningkatkan kesadaran, kepedulian, dan motivasi dalam membayar zakat (Zulkifli, 2020). Akan tetapi Tantangan utama yang dihadapi Wahdah Inspirasi Zakat dalam pelaksanaan fundraising pundi terletak pada meningkatkan kepercayaan donatur terhadap transparansi pengelolaan dana. Selain itu, Masih banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya zakat dan peran lembaga seperti WIZ dalam menyalurkannya, sehingga partisipasi dalam donasi ZIS belum optimal. Terlebih lagi Tingginya jumlah mustahik (penerima zakat) dibandingkan dengan muzakki (pemberi zakat) menimbulkan tantangan dalam memenuhi kebutuhan yang ada. persaingan ketat dengan lembaga zakat lain yang juga memanfaatkan platform serupa membuat Wahdah Inspirasi Zakat harus terus berinovasi dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat agar dapat mempertahankan dan memperluas basis donaturnya. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, lembaga zakat dihadapkan pada tantangan besar dalam penggalangan dana, terutama di tengah perubahan sosial dan perkembangan teknologi yang pesat.

Era revolusi industri 4.0 menyebabkan munculnya era disrupsi yang berdampak pada perubahan-perubahan yang inovatif. Termasuk melahirkan pandangan-pandangan baru dalam hal saluran distribusi zakat yang patut diduga dapat memberikan dampak yang signifikan terkait crowdfunding dan saluran distribusinya. Disrupsi ini diharapkan berdampak positif bagi terciptanya inovasi-inovasi baru di bidang penyaluran dana zakat yang lebih produktif (Fauzy, 2020). Untuk mencapai tujuan tersebut, lembaga zakat perlu melakukan perubahan, yaitu menyediakan kemudahan bagi calon donatur dalam menyampaikan informasi donasinya di mana pun mereka berada (Yuliar, 2021). Crowdfunding sendiri merupakan aktivitas untuk menyampaikan atau menawarkan sesuatu, akan tetapi Tantangan utama dalam penerapan crowdfunding di Wahdah Inspirasi Zakat adalah membangun kepercayaan publik terhadap platform digital, terutama terkait dengan keamanan dan transparansi pengelolaan dana yang dihimpun secara online. Selain itu, kurangnya literasi digital di kalangan masyarakat menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan donatur, terutama di wilayah yang akses internetnya terbatas dan Tantangan lainnya adalah keterbatasan akses teknologi di beberapa wilayah, yang memengaruhi efektivitas kampanye digital. Wahdah Inspirasi Zakat juga menghadapi tantangan dalam mengelola ekspektasi donatur yang menginginkan laporan secara real-time dan transparan mengenai penggunaan dana, yang membutuhkan pengelolaan yang cermat dan teknologi yang lebih maju. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam terhadap strategi fundraising dan crowdfunding yang diterapkan di Wahdah Inspirasi Zakat untuk memahami efektivitasnya, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, dan mengevaluasi transparansi serta akuntabilitas pengelolaan dana. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis yang berguna bagi Wahdah Inspirasi Zakat dan lembaga zakat lainnya dalam mengembangkan strategi fundraising yang lebih inovatif dan responsif terhadap perubahan zaman.

TINJAUAN LITERATUR

Efektivitas

Menurut Duncan dikutip dari Ricarad M.Streers Efektivitas berasal dari kata bahasa Inggris *effective* yang berarti berhasil. Efektivitas dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan, manfaat, atau kesesuaian sesuatu dalam mendukung pencapaian tujuan. Selain itu, efektivitas juga dapat didefinisikan sebagai proses pengukuran terhadap tujuan yang telah dirumuskan dan ditentukan sebelumnya. Berikut beberapa indikator efektivitas Menurut Duncan yang dapat diukur dari beberapa aspek:

1. Pencapaian Tujuan, Proses pencapaian tujuan adalah suatu proses untuk menentukan apakah tujuan strategis organisasi berjalan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan atau tidak.
2. Integrasi, Integrasi adalah proses evaluasi kemampuan organisasi dalam komunikasi, sosialisasi, pengembangan, dan konsensus tentang berbagai elemen integritas.
3. Adaptasi, Faktor adaptasi diukur melalui pengadaan dan peningkatan keterampilan sumber daya manusia serta pengadaan sarana prasarana(Awaliah, 2022)

Fundraising

Untuk memahami istilah *Fundraising*, kita bisa merujuk pada bahasa Inggris, yang berarti pengumpulan uang. Namun, Menurut Michael Norton fundraising tidak hanya terbatas pada pengumpulan dana semata, melainkan juga mencakup partisipasi dan kepedulian masyarakat terhadap organisasi atau lembaga, baik dalam bentuk uang, barang, maupun fasilitas yang bermanfaat bagi lembaga tersebut. Dalam konteks zakat, infaq, dan sedekah, fundraising adalah proses penggalangan dana ZIS serta sumber daya lainnya dari individu, kelompok, organisasi, atau perusahaan, yang kemudian akan disalurkan dan dimanfaatkan bagi para mustahik. Menurut Istiqomah dan Ahmad Fauzy, metode fundraising ini mencakup dua jenis metode yaitu Metode langsung (offline) adalah pendekatan yang melibatkan partisipasi muzaki secara tatap muka. Metode ini mencakup berbagai teknik atau cara penggalangan dana di mana interaksi dan tanggapan terhadap muzaki dapat dilakukan secara langsung dan segera. Dengan metode ini, jika muzaki merasa terdorong untuk berdonasi setelah mendapatkan informasi atau promosi dari pihak penggalang dana, mereka dapat segera melakukannya dengan mudah karena seluruh informasi yang diperlukan untuk donasi telah tersedia. Selanjutnya adalah metode Indirect fundraising adalah model penggalangan dana yang menggunakan teknik atau cara tanpa melibatkan partisipasi langsung dari donatur. Bentuk fundraising ini tidak dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan donatur. Biasanya, model ini berfungsi sebagai media promosi yang berfokus pada membangun citra lembaga yang kuat tanpa mengarahkan donatur untuk segera berdonasi(Ramadhan, 2021).

Crowdfunding

Menurut Ali Rama, Crowdfunding, atau sering disebut urun dana, telah menjadi istilah yang semakin dikenal akhir-akhir ini, khususnya sebagai alternatif sumber pembiayaan untuk ide-ide kreatif, inovasi, serta proyek sosial. Selain itu, penggunaan platform digital berbasis internet memungkinkan akses ke berbagai komunitas tanpa batasan lokasi

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

maupun geografis, baik bagi penyedia dana maupun pelaku usaha. Crowdfunding sebagai pendekatan keuangan yang dilakukan secara kolektif yang memungkinkan individu-individu mengumpulkan sumber daya untuk mendanai suatu proyek yang diminati (Ridwan, 2020).

Tinjauan Umum ZIS

1. Zakat

Secara etimologis, zakat berarti suci, tumbuh, berkembang, dan berkah. Sedangkan secara terminologis, zakat adalah bagian dari harta yang wajib diberikan kepada yang berhak menerimanya (mustahiq) oleh pemiliknya (muzakki) sesuai dengan ketentuan dalam syariat Islam. Zakat diwajibkan bagi para muzakki yang telah memenuhi kriteria untuk menunaikannya. Sebaliknya, mereka yang belum memenuhi syarat sebagai muzakki tidak diwajibkan membayar zakat, bahkan mereka tergolong sebagai mustahiq atau pihak yang berhak menerima zakat. Adapun Dalil Zakat ada di Al-Qur'an At-Taubah ayat 103 (Iwan, 2017).

2. Infaq

Menurut istilah, infaq adalah segala bentuk pengeluaran atau pembelanjaan, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, maupun lainnya. Al-Jurjani mendefinisikan infaq sebagai pemanfaatan harta untuk memenuhi kebutuhan manusia. Oleh karena itu, infaq memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan zakat. Berbagai bentuk pengeluaran seperti hibah, wakaf, wasiat, nazar (untuk pengeluaran harta), pemberian nafkah kepada keluarga, hadiah, kaffarah (harta sebagai denda) karena pelanggaran sumpah, pembunuhan sengaja, zihar, dan hubungan suami istri di siang hari bulan Ramadhan, semuanya termasuk infaq. Bahkan zakat pun merupakan bagian dari infaq. Allah berfirman dalam Al Qur'an dalam surah Al Baqarah ayat 262 tentang berinfaq (Makiyah, 2018).

3. Sedekah

Shodaqoh adalah segala bentuk pengeluaran di jalan Allah SWT. Berbeda dengan zakat, shodaqoh tidak terikat dengan aturan-aturan khusus dan tidak bersifat wajib. Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim dari Abu Dzar, Rasulullah menyatakan bahwa jika seseorang tidak mampu bersedekah dengan harta, maka membaca tasbih, takbir, tahmid, tahlil, berhubungan suami istri, serta melakukan amar makruf nahi mungkar juga merupakan bentuk shodaqoh. Menurut Wradatul Ilmiah, Sedekah adalah pemberian kepada mereka yang membutuhkan (seperti fakir miskin) semata-mata untuk mencari ridha Allah SWT. Adapun dalil seruan untuk berinfaq Allah SWT Berfirman dalam potongan surah Al Baqarah ayat 264 (Ilmiah, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara alami sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa manipulasi, dengan fokus pada pengumpulan data kualitatif. Proses penelitian meliputi pengamatan terhadap aktivitas sehari-hari subjek, interaksi langsung dengan mereka, serta upaya memahami bahasa dan interpretasi mereka tentang lingkungan sekitar. Maka dari itu peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi fundraising dan crowdfunding mempengaruhi pengumpulan dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) di Laznas Wahdah Inspirasi Zakat. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, penelitian ini berupaya menggali wawasan dan pengalaman langsung dari para informan terkait proses pelaksanaan kampanye penggalangan dana.

1. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor pusat Laznas Wahdah Inspirasi Zakat, yang berlokasi di Makassar. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan Manejer Program fundraising dan crowdfunding yang terlibat langsung dalam kampanye crowdfunding di platform digital yang dikelola oleh Laznas, baik secara daring maupun luring di wilayah Makassar dan sekitarnya.

2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas penghimpunan zakat melalui strategi fundraising dan crowdfunding, sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi WIZ, laporan tahunan dan studi kepustakaan.

- a. Observasi, Peneliti berpartisipasi dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye crowdfunding, mulai dari proses pembuatan konten promosi, hingga evaluasi hasil penggalangan dana.
- b. Wawancara, Pada dasarnya, wawancara berfungsi untuk menggali informasi secara mendalam terkait isu atau tema yang menjadi fokus penelitian.
- c. Dokumentasi, dengan menganalisis berbagai dokumen yang relevan dari Wahdah Inspirasi Zakat, seperti laporan tahunan yang berisi data mengenai kegiatan fundraising dan crowdfunding, laporan keuangan yang menunjukkan alur pendanaan, serta materi promosi yang digunakan dalam kampanye crowdfunding.

3. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengelola dan menyusun data ke dalam pola, kategori, dan unit dasar penjelasan sehingga dapat mengidentifikasi tema-tema dan merumuskan hipotesis berdasarkan data yang diperoleh. Menurut Miles and Huberman ada tiga serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam analisis data yang terdiri dari, Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan.

4. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik triangulasi. Triangulasi merupakan metode pengumpulan data dengan menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Strategi Fundraising dan Crowdfunding yang di terapkan Wahdah Inspirasi Zakat

Sebelum menjelaskan secara detail bagaimana dana ZIS dikumpulkan, penting untuk memahami bahwa setiap lembaga zakat menggunakan pendekatan unik untuk menyesuaikan diri dengan perubahan sosial dan teknologi. Sebagai salah satu lembaga amil zakat nasional, Wahdah Inspirasi Zakat (WIZ) terus melakukan inovasi dalam

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

mengelola strategi penggalangan dana untuk menarik lebih banyak donatur dan meningkatkan efektivitas pengelolaan ZIS. WIZ menggabungkan pendekatan konvensional dan modern, menggunakan strategi penggalangan dana secara langsung (offline) maupun melalui platform digital (online), dan mengembangkan metode crowdfunding sebagai alternatif untuk penggalangan dana langsung. Oleh karena itu peneliti akan membahas lebih lanjut mekanisme yang digunakan oleh Wahdah Inspirasi Zakat di antaranya adalah:

1. *Mekanisme Penghimpunan Melalui Metode Fundraising Offline*

Strategi penghimpunan dana Offline melalui pundi merupakan salah satu inovasi unggulan yang diterapkan oleh Wahdah Inspirasi Zakat dalam upaya mengoptimalkan pengumpulan dana Zakat, Infak, dan Sedekah. Keunggulan pundi terletak pada pendekatan personal sehingga memberikan kesan tersendiri kepada donatur. Melalui pundi, Wahdah Inspirasi Zakat tidak hanya berfokus pada mengumpulkan dana, tetapi juga menjaga loyalitas dan membangun hubungan jangka panjang dengan para donatur secara sistematis dan berkelanjutan. Menurut Hafidhuddin, upaya sosialisasi dan kampanye zakat memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat. Peningkatan kesadaran ini pada akhirnya berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah dana zakat yang berhasil dihimpun oleh lembaga amil zakat (Adriani, 2023)

2. *Mekanisme Penghimpunan Melalui Metode Fundraising Online*

Wahdah Inspirasi Zakat dalam menerapkan strategi fundraising online memanfaatkan berbagai platform digital dan media sosial untuk melakukan penggalangan dana online. Kampanye dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Wahdah Inspirasi Zakat membagikan konten berupa poster, video, testimoni penerima manfaat, dan tautan donasi yang mengarahkan langsung ke melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Untuk memudahkan proses transaksi donasi, WIZ juga menggunakan fitur digital seperti QRIS, link pembayaran instan, dan integrasi dengan dompet digital. Tujuan dari strategi ini tidak hanya untuk menarik lebih banyak donatur, tetapi juga untuk meningkatkan partisipasi publik dan kesadaran tentang pentingnya mengelola zakat, infak, dan sedekah. Oleh karena itu, seperti yang dinyatakan dalam wawancara dengan Manajer Marketing WIZ, sinergi antara strategi penggalangan dana tradisional (offline) dan digital (online) adalah kunci keberhasilan penggalangan dana online. Pendekatan hybrid ini memungkinkan WIZ untuk mengoptimalkan potensi setiap saluran penyaluran dana sehingga keduanya dapat saling melengkapi dan memperkuat satu sama lain. Pentingnya penghimpunan dana melalui platform digital dan pelaporan penyalurannya di media sosial terlebih dulu sudah dijelaskan oleh Fatur Huda Dkk bahwa Penggunaan metode ini tidak hanya meningkatkan efisiensi penggalangan dana, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut (Lutfiah, 2021).

3. *Mekanisme Penghimpunan Melalui Metode Crowdfunding*

Mekanisme crowdfunding di Wahdah Inspirasi Zakat dijalankan melalui pendekatan kampanye program yang khusus dan berbasis momen, seperti bantuan

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

kemanusiaan, pendidikan, dan kesehatan. WIZ secara aktif melakukan sosialisasi melalui berbagai media digital, termasuk webinar, live streaming, dan forum online bersama tokoh masyarakat, influencer dakwah, dan penerima manfaat, untuk mendukung keberhasilan kampanye. Strategi crowdfunding di Wahdah Inspirasi Zakat mempunyai kelebihan tersendiri karena memiliki website yang dikelola sendiri oleh Wahdah Inspirasi Zakat yang membuat informasi program dari semua cabang wiz di seluruh Indonesia. Sehingga Wahdah Inspirasi Zakat yang ada di daerah memiliki peluang penggalangan dana yang sama-sama optimal. Mekanisme strategi crowdfunding di Wahdah Inspirasi Zakat memberikan kemudahan donatur untuk berdonasi, bukan tanpa hal karena di website crowdfunding Wahdah Inspirasi Zakat sudah jelas mencantumkan program dan donatur tidak perlu lagi bertanya kepada amil zakat. Oleh karena itu pentingnya kampanye crowdfunding dengan storytelling yang cermat dalam menarik emosional donatur yang dijelaskan oleh Rahmi bahwa Untuk menarik perhatian dan meningkatkan partisipasi publik, banyak pendekatan telah digunakan, termasuk narasi visual (visual storytelling), testimoni dari penerima manfaat, infografis zakat, dan kampanye yang disesuaikan dengan momen tertentu seperti Ramadan dan Idulfitri. Ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat berfungsi sebagai alat dakwah yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat(Asmawati, 2022).

Tantangan yang dihadapi Wahdah Inspirasi Zakat dalam menerapkan strategi fundraising dan crowdfunding

Penerapan strategi fundraising dan crowdfunding di lembaga zakat memberikan inovasi dalam menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah, yang membuat lembaga zakat seperti Wahdah Inspirasi Zakat terus berinovasi untuk mengembangkan strategi tersebut. Akan tetapi penerapan strategi fundraising dan crowdfunding tidak selamanya berjalan mulus yang membuat Wahdah inspirasi Zakat terus memikirkan perkembangan strategi fundraising dan crowdfunding selalu menjadi lebih optimal dan efektif. Tantangan umum yang di hadapi Wahdah Inspirasi Zakat ialah banyaknya lembaga filantropi dan kurang nya literasi digital terhadap donatur milenial dalam penghimpunan dana melalui strategi fundraising online. Strategi fundraising online sudah menjadi strategi yang vital di lembaga filantropi karena perkembangan zaman yang signifikan membuat semua lembaga filantropi beradaptasi dengan hal tersebut. Kepercayaan donatur menjadi salah satu instrumen penting dalam menjaga loyalitas dengan memberikan informasi yang akurat dan tepat pada pelaporannya. Oleh karena itu sangat penting menjaga kepercayaan donatur yang telah dijelaskan oleh Risi Siti Fatimah dkk bahwa Seringkali, kurangnya akuntabilitas dalam operasi lembaga zakat menyebabkan persepsi negatif terhadap mereka. Tidak adanya sistem pengawasan yang memadai dan kurangnya pelaporan dan pertanggungjawaban dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap transparansi dan kredibilitas pengelolaan dana zakat(Fatimah, 2024).

Efektivitas strategi fundraising dan crowdfunding

Terbukti bahwa pendekatan strategi fundraising offline dan online Wahdah Inspirasi Zakat bekerja sama untuk meningkatkan efektivitas penggalangan dana ZIS.

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Penggalangan dana offline yang dilakukan secara langsung oleh amil melalui kunjungan ke donatur, penggalangan di masjid, majelis taklim, dan acara sosial-keagamaan memberikan nilai emosional dan meningkatkan kedekatan antara lembaga dan donatur. Metode ini meningkatkan loyalitas dan transparansi secara langsung. Sebaliknya, QRIS, donasi online yang dijalankan melalui media sosial, dan penggabungan dengan dompet digital memungkinkan proses donasi menjadi lebih cepat, lebih efektif, dan lebih menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda dan penduduk kota yang sudah terbiasa dengan transaksi digital. Seperti pada tabel yang di olah oleh peneliti perbandingan penghimpunan dana melalui metode fundraising dan crowdfunding.

Tabel 1. Perbandingan Penghimpunan Tahun 2024

Tahun	Fundraising		Crowdfunding	Total Penghimpunan
	Offline	Online		
2023	Rp. 3.307.025.300	Rp. 20.605.359.062	Rp. 2.047.308.712	Rp. 25.959.692.774
2024	Rp. 2.733.780.300	Rp. 20.433.139.656	Rp. 1.653.369.596	Rp. 24.280.316.525

Sumber: Wahdah Inspirasi Zakat Kota Makassar

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan data perbandingan penghimpunan dana ZIS dari dua tahun berturut-turut, yaitu tahun 2023 dan 2024, melalui tiga metode offline (tunai), online via transfer langsung dan online melalui via website. Penurunan total penghimpunan dana mengalami penurunan dari Rp 25,95 miliar di tahun 2023 menjadi Rp 24,82 miliar di tahun 2024, selisih sekitar Rp 1,13 miliar. Penghimpunan melalui metode offline mengalami penurunan yang sangat signifikan, begitu juga dengan metode online, tetapi masih menjadi saluran terbesar dan juga penurunan pada metode strategi crowdfunding melalui website yang mengindikasikan penghimpunan belum optimal. Untuk menentukan efektivitas penghimpunan dana ZIS, peneliti menganalisis ada beberapa indikator menurut Duncan:

1. Pencapaian program penghimpunan

Strategi crowdfunding yang diterapkan oleh Wahdah Inspirasi Zakat dapat dikatakan cukup berhasil dari segi partisipasi masyarakat, yang terlihat dari meningkatnya jumlah transaksi berhasil pada tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya. Namun demikian, jika dilihat dari sisi capaian finansial, strategi ini belum sepenuhnya berhasil karena total donasi yang terkumpul justru mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun minat dan kesadaran masyarakat untuk berdonasi melalui platform digital meningkat, namun nilai rata-rata donasi yang diberikan menurun. Manajer CRM juga melihat adanya peningkatan kepercayaan donatur melalui website crowdfunding, maka dari itu manajer CRM terus menekankan transparansi pada website dan melalui media sosial Wahdah Inspirasi Zakat. Strategi crowdfunding menjadi sangat relevan dalam konteks ini karena, lembaga zakat seperti Wahdah Inspirasi Zakat dapat memperoleh dana dengan cepat melalui platform digital seperti website dan aplikasi donasi, yang mempercepat waktu respons terhadap bencana atau kebutuhan mendesak, kampanye berbasis urgensi yang menggunakan visualisasi situasi di lapangan (foto, video, dan testimoni) mendorong donatur untuk berdonasi segera, mempercepat akumulasi dana. Seperti peneliti terdahulu yang

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

meneliti strategi crowdfunding di kitabisa.com mengatakan bahwa Tiga komponen utama memengaruhi niat muzaki untuk melakukan zakat melalui platform crowdfunding: persepsi tentang kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, dan persepsi tentang manfaat yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden sangat menyukai platform tersebut (Karmanto, 2020).

Di Wahdah Inspirasi Zakat, metode penggalangan dana melalui media sosial digunakan untuk menyebarkan kampanye program ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah) kepada masyarakat umum. Ini dilakukan dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Testimoni mustahik, rekaman penyaluran, dan ajakan berdonasi yang dikemas secara kreatif dan menarik membuat konten informatif, inspiratif, dan emosional. Selain itu, tim penggalangan dana juga sering membuat reels atau video singkat, melakukan live streaming, dan memanfaatkan fitur cerita untuk tetap terhubung dengan audiens. Digitalisasi sektor penghimpunan dana ZIS telah mengubah secara dramatis sistem pengelolaan dana ZIS, dengan dampak yang signifikan terhadap bagaimana dana sosial Islam dikumpulkan, dikelola, dan didistribusikan. Selain itu, kemajuan teknologi yang semakin terintegrasi menawarkan peluang strategis baru sekaligus menimbulkan tantangan yang perlu ditangani secara adaptif untuk mengoptimalkan peran mereka. Penggunaan platform digital meningkatkan transparansi dan efektivitas operasional serta memperluas cakupan proses pengambilan dan penyaluran dana kepada penerima manfaat. Relevan dengan penelitian terdahulu yang mengedepankan transparansi demi meningkatkan kepercayaan pada donatur dalam memberikan donasi nya melalui Qris bahwa Tidak ada transaksi tanpa kepercayaan pengguna. Pengguna yang percaya akan lebih sering menggunakan QRIS sebagai alat transaksi ZIS. Ini karena layanan yang baik mampu meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kemampuan dan kemampuan pembayaran digital QRIS (Ramadhan, 2021a).

2. *Integrasi*

Integritas adalah ukuran keberhasilan organisasi yang melihat dari komunikasi, sosialisasi, dan pengembangan ke berbagai aspek. Komunikasi secara langsung dengan konsumen adalah tujuan dari strategi ini untuk mendapatkan respons langsung dari konsumen, khususnya muzakki. Strategi ini sangat efektif dan cepat dalam menjangkau muzakki saat melakukan sosialisasi zakat dan berdampak langsung pada pelaksanaan transaksi zakat. Secara keseluruhan, kemampuan Wahdah Inspirasi Zakat untuk berkomunikasi, bersosialisasi, dan membangun konsensus berdasarkan prinsip integritas adalah kunci untuk membangun kepercayaan publik dan keberlanjutan program. integrasi di Wahdah Inspirasi Zakat adalah filosofi kerja menyeluruh yang bertujuan untuk menciptakan sinergi di seluruh organisasi. Ini bukan hanya strategi internal. Metode ini meningkatkan kekompakan internal dan meningkatkan kepercayaan eksternal. Ini juga memastikan bahwa seluruh program dan komunikasi lembaga didasarkan pada profesionalisme dan nilai-nilai syar'i. Hal ini sangat penting untuk keberhasilan lembaga dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana ZIS secara berkelanjutan (muhamad arif, 2020).

3. *Adaptasi*

Dalam menilai efektivitas, adaptasi adalah komponen yang menilai kemampuan suatu organisasi untuk menyesuaikan diri dengan situasi dan perubahan yang telah terjadi. Oleh karena itu pada pengukuran efektivitas ini, Wahdah Inspirasi Zakat mengikuti perkembangan zaman yang ada. Digitalisasi Wahdah Inspirasi Zakat Pusat dalam menghimpun dana ZIS melalui platform digital seperti instagram dapat meningkatkan pertumbuhan penghimpunan. Wahdah Inspirasi Zakat terus beradaptasi dalam perkembangan zaman dan terus melakukan inovasi dengan berupaya memberikan pelayanan yang baik bagi donatur dengan menyediakan beberapa opsi bagi donatur dalam menyalurkan donasinya. Salah satu opsi tersebut dengan adanya layanan m-banking dan Qris yang memanjakan donatur untuk instant dalam berdonasi, hal tersebut relevan dengan penelitian terdahulu mengenai penggunaan Qris bahwa Meskipun banyak aplikasi pembayaran digital yang digunakan masyarakat, lembaga BAZNAS hanya cukup menyediakan 1 kode QR, meskipun QRIS memungkinkan pengguna untuk mendapatkan 1 kode QR, menunjukkan bahwa pembayaran digital diperlukan dan semakin luas, serta kebutuhan 1 kode QR yang semakin meningkat untuk membayar transaksi ZIS hanya melalui Transaksi pembayaran zakat, infaq, dan sedekah sangat dibantu oleh keberadaan QRIS ini (Anggreiny, 2021).

KESIMPULAN

Mekanisme strategi fundraising dan crowdfunding di Wahdah Inspirasi Zakat diterapkan secara terpadu melalui pendekatan offline dan online. Strategi offline dilakukan melalui jemput zakat, distribusi kotak pundi, dan kegiatan sosial keagamaan. Sementara itu, strategi online dan crowdfunding berbasis website dan media sosial memudahkan donatur untuk berdonasi secara digital dengan berbagai metode seperti transfer bank, QRIS, dan e-wallet.

Tantangan yang dihadapi WIZ meliputi keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang digital marketing, belum meratanya pemanfaatan crowdfunding di seluruh cabang, serta persaingan antar lembaga zakat yang juga aktif secara digital. Perubahan algoritma media sosial dan perilaku donatur yang fluktuatif juga menjadi hambatan yang harus diantisipasi.

Efektivitas strategi fundraising dan crowdfunding terbukti cukup tinggi dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Ada bukti bahwa metode yang digunakan Wahdah Inspirasi Zakat untuk mengumpulkan dana ZIS, yang menggabungkan metode penggalangan dana online dan offline, lebih efektif daripada metode crowdfunding. Kombinasi kedua strategi ini memungkinkan WIZ menjangkau lebih banyak donatur, termasuk orang yang melek digital dan mereka yang lebih suka berdonasi secara langsung. Metode offline yang intim dan emosional, seperti kunjungan amil, penggalangan dana di lapangan, dan aktivitas sosial kemasyarakatan, sebaliknya, penggalangan dana melalui internet memperluas jangkauan geografis, mempercepat proses penggalangan, dan mengirimkan informasi dengan lebih cepat melalui berbagai platform digital. Karena sangat bergantung pada kekuatan narasi dan momentum kampanye, strategi crowdfunding yang berfokus pada kampanye program tertentu terbukti tidak efektif dalam mencapai

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

target penghimpunan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, kerja sama antara penggalangan dana secara online dan offline dapat memberikan kontribusi yang lebih stabil dan berkelanjutan untuk meningkatkan pengumpulan dana ZIS di Wahdah Inspirasi Zakat, namun besar kemungkinan di masa mendatang penghimpunan dengan metode crowdfunding akan mengalami peningkatan seiring edukasi yang dilakukan oleh Wahdah Inspirasi Zakat kepada masyarakat terkait metode crowdfunding.

REFERENSI

- Adriani. (2023). *strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zakat Pada Wahdah Inspirasi Zakat (Wiz) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zakat Pada Wahdah Inspirasi Zakat (Wiz) Fakultas.*
- alamy, b. m. (2015). *Manajemen Zakat Secara Produktif Dalam Mengentaskan Kemiskinan (Study Kasus Pengelolaan Dan Pendistribusian Zakat Di Baznas Kabupaten Bondowoso).*
- anggreiny. (2021). *strategi penghimpunan zis (zakat , infaq dan.*
- Asmawati, W. O. (2022). Strategi Fundraising Crowdfunding Untuk Pengembangan Filantropi Sosial Di Indonesia (Study Kasus Kitabisa.Com). *KAIS Kajian Ilmu Sosial*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.24853/kais.3.1.1-8>
- Awaliah, A. (2022). *At tawazun*. 2, 1–19.
- Fatimah, R. S. (2024). Penggunaan Platform Crowdfunding dalam Upaya Peningkatan Penghimpunan Dana Zakat Infak dan Sedekah di LAZ Lidzikri Bandung. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(2), 847–862. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i2.209>
- Fauzy, I. (2020). *EQUITY CROWDFUNDING DALAM DISTRIBUSI ZAKA*. 1(1), 15–28.
- Ilmiah, W. (2021). *Volume 7, Nomor 2 Desember 2021 IMPLEMENTASI SHODAQOH MELALUI GERAKAN SERIBU SEHARI (GESER) DALAM PENANAMAN KARAKTER GOTONG ROYONG DAN PEDULI TERHADAP SESAMA*. 7, 245–254.
- Iwan, K. (2017). Pelaksanaan Pembayaran Zakat Mal Pada Masyarakat Kelurahan Tangkerang Selatan Kecamatan Bukit Raya Menurut Perspektif Ekonomi Islam Disusun. In *Skripsi*.
- Karmanto, G. D. (2020). Penggunaan Platform Crowdfunding Dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (Zis): Studi Intensi Masyarakat. *Point: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 95–109.
- Lutfiah, A. (2021). *MODEL FUNDRAISING ZAKAT INFAQ SHODAQOH (ZIS) DI LEMBAGA AMIL ZAKAT MUHAMMADIYAH (LAZISMU) JEMBER DIMASA PANDEMI COVID-19*.
- Makiyah, F. I. (2018). Penafsiran Wahbah Az-Zuhaili tentang Infaq dalam Tafsir Al-Munir. *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 36–37.
- muhamad arif, T. (2020). Strategi Komunikasi Laznas Izi Kantor Perwakilan Riau Dalam Rangka Sosialisasi Zakat. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 6(2), 461–473.
- Ramadhan. (2021a). Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Muhammadiyah Kota Batu. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(01), 63–72. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i01.2133>

Ramadhan, N. H. (2021b). *Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu*. 167–186.

Ridwan, I. F. (2020). Equity Crowdfunding Dalam Distribusi Zakat. *La Zhulma | Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 15–28. <https://doi.org/10.70143/lazhulma.v1i1.9>

Wiwin, Y. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015). *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>

Yuliar, A. (2021). *PENGELOLA ZAKAT DI ERA DIGITALISASI*. 2(1), 65–76.

Zulkifli. (2020). *ZAKAT FUNDRAISING STRATEGY IN LAZ NURUL FIKRI*. 4, 54–66.