

**Strategi Fundraising Digital Dalam Meningkatkan
Penghimpunan Dana Ziswaf Program Pemberdayaan Ekonomi
Pada Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil**

**Digital Fundraising Strategy in Increasing Ziswaf Fund
Collection Economic Empowerment Program at Baitul Maal
Wat Tamwil Sharia Cooperative**

Mohammad Zainuri¹, Fitriyana Agustin², Robiatul Adawiyah³

^{1,2,3}IAIN Madura, Pamekasan, Jawa Timur, Indonesia

¹zainurimohammad263@gmail.com, ²fitriyana_agustin270800@yahoo.com, ³robiatuladawiyah8801@gmail.com

ABSTRAK

Koperasi Syariah di Indonesia sering disebut juga Baitul Maal Wat Tamwil, koperasi syariah hampir sama dengan koperasi konvensional dimana perbedaan yang paling menonjol yaitu baitul maal wat tamwil berperan dalam mengelola dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf. Jika dilihat lebih pengelolaan Baitul Maal Wat Tamwil dalam menghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf masih kurang, untuk itu perlunya diterapkan strategi fundraising digital dalam penghimpunannya. Dalam proses kegiatan strategi fundraising digital ini suatu lembaga atau organisasi harus selalu melakukan kegiatan sosialisasi, edukasi, promosi yang dikemas secara teknologi. Dimanatujuan dari diterapkannya strategi ini untuk meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf. Selain itu tujuan yang lain yaitu meningkatkan citra Baitul Maal Wat Tamwil dan membantu masyarakat yang kurang mampu. Dari metode kepenulisan kualitatif literatur yang penulis gunakan, pembahasan yang didapatkan yaitu terkait metode yang digunakan dalam strategi fundraising digital guna meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf terdapat delapan metode diantaranya, metode *website*, metode *e-mail*, metode *search engine marketing*, metode *social network*, metode *e-channel* bank syariah, metode *website* belanja online, metode *e-wallet* atau dompet elektronik, metode pembuatan aplikasi sendiri. harapan dari diterapkannya metode ini yaitu, meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf di Baitul Maal Wat Tamwil. Sehingga nantinya Baitul Maal Wat Tamwil mampu membantu mengentaskan kemiskinan dan membantu permodalan usaha mikro kecil menengah yang ada di Indonesia.

Kata kunci: Koperasi syariah, Baitul Maal Wat Tamwil, ZISWAF, Strategi Fundraising digital.

ABSTRACT

Sharia cooperatives in Indonesia are often called Baitul Maal Wat Tamwil, sharia cooperatives are almost the same as conventional cooperatives where the prominent difference is that baitul maal wat tamwil plays a role in managing zakat, infaq, shadaqah, and waqf funds. If you look more closely at the management of Baitul Maal Wat Tamwil in collecting Zakat, Infaq, Shadaqah, and Waqf funds, it is still lacking, for that it is necessary to implement a digital fundraising strategy in its collection. In the process of digital fundraising strategy activities, an institution or organization must always carry out socialization, education, promotion activities that are packaged in technology. Where the purpose of implementing this strategy is to increase the collection of Zakat, Infaq, Sadaqah, and Waqf funds. In addition, other goals are to improve the image of Baitul Maal Wat Tamwil and help the underprivileged. From the qualitative writing method of the literature that the author uses, the discussion obtained about the methods used in digital fundraising strategies to increase the collection of Zakat, Infaq, Shadaqah, and Waqf funds there are eight methods including, website method, e-mail method, search engine marketing method, social networking method, Islamic bank e-channel method, online website shopping method, e-wallet or electronic wallet method, method of making own application. The hope of implementing this method is to increase the collection of Zakat, Infaq, Shadaqah, and Waqf funds in Baitul Maal Wat Tamwil. So that later Baitul Maal Wat Tamwil will be able to help alleviate poverty and help capitalize on micro and small businesses in Indonesia.

Keywords: Sharia cooperatives, Baitul Maal Wat Tamwil, ZISWAF, digital fundraising strategy.

Pendahuluan

Koperasi syariah sama halnya dengan koperasi biasa atau konvensional yang membedakan hanya sistem pengoperasiannya yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Koperasi syariah mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1992 di Jakarta yang lebih dikenal dengan Baitul Maal Wat

Tamwil, dimana pada awal pembentukannya di motori atau diawali oleh Baitul Maal Wat Tamwil Bina Insan Kamil. Tujuan koperasi syariah ini mensejahterakan masyarakat dengan menggunakan pedoman prinsip-prinsip Islam.¹ Disebutkan sebelumnya bahwa yang membedakan koperasi syariah dan konvensional yaitu sistem pengoperasiannya, sistem pengoperasian koperasi syariah dalam Baitul Maal Wat Tamwil yaitu ada dua dimana yang *pertama*, sebagai pengelola jasa keuangan dan yang *kedua*, beroperasi didalam kegiatan sosial².

Selain pengoperasiannya salah satu perbedaan yang paling menonjol antara koperasi syariah dengan koperasi konvensional yaitu koperasi syariah juga berperan sebagai mengelola dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf. Pengelolaan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf mulai dari penghimpunan, pendayagunaan, dan penyaluran masih dilakukan secara manual oleh beberapa unit Baitul Maal Wat tamwil di Indonesia yang berada di daerah kurang maju, oleh karena itu pengelolaan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf di Baitul Maal Wat tamwil masih belum optimal. Strategi yang tepat di masa sekarang ini untuk pengelola dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf lebih tepatnya di bagian penghimpunan dana yaitu menggunakan strategi fundraising digital, di mana strategi ini didefinisikan sebagai strategi penghimpunan dana menggunakan media digital yang nantinya masyarakat akan terpengaruh sehingga menyalurkan dananya ke lembaga tersebut³.

Dalam proses kegiatannya strategi fundraising digital suatu lembaga

¹ Sukmayadi, *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek*, (Bandung: Alfabeta, 2020), Hal. 9.

² Putri Alifah Fatihaturrohmah, Skripsi: " *Sistem Pengelolaan ZISWAF di Baitul Maal KSPPS Binama*", (Semarang: UIN Walisongo, 2019), Hal. 1.

³ Nur Maalik Ibrahim, Skripsi: " *Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu* ", (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), Hal. 22.

atau organisasi harus selalu melakukan kegiatan sosialisasi, edukasi, promosi sehingga dari hal tersebut masyarakat jadi tahu dan masyarakat jadi terpengaruh untuk terikat dengan lembaga dan organisasi tersebut, namun karena strategi ini dilakukan dengan metode digitalisasi maka kegiatan sosialisasi, edukasi, dan promosi tersebut dilakukan menggunakan media sosial. Strategi ini cocok digunakan di masa pandemi sekarang ini, di mana dengan pembatasan kegiatan, masyarakat tetap bisa membayar Zakat, Infaq Shadaqah, dan Wakaf melalui sistem online. Selain itu strategi ini juga mampu mendorong industri 4.0 dalam Indonesia.

Strategi fundraising digital dalam penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf ini pertama kali dikembangkan oleh Badan Amil Zakat Nasional, dan berhasil digunakan pada masa pandemi saat ini, hal ini dibuktikan dengan pencapaian Badan Amil Zakat Nasional dalam memenangkan kategori sebagai fundraising terbaik tahun 2020 yang dilaksanakan oleh *Indonesia Fundraising Award*. Badan Amil Zakat Nasional mengembangkan strategi fundraising digital ini sejak tahun 2016 hingga sampai saat ini hal tersebut terbukti pada tahun 2016 penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf oleh Badan Amil Zakat Nasional naik 1% dibandingkan ditahun 2015, dan ditahun 2017 naik menjadi 3%, ditahun 2018 tambah mengalami kenaikan yaitu sebesar 6%, ditahun 2019 naik sebesar 14%, dan ditahun 2020 di mana banyak perusahaan dan lembaga keuangan yang bangkrut akibat pandemi justru Badan Amil Zakat Nasional berhasil menaikkan tingkat potensi penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf secara drastis yaitu sebesar 25% ditahun 2020 kemarin, kenapa ditahun 2020 masih potensi, bukan hasil mutlak karena laporan keuangan Badan Amil Zakat Nasional di beberapa daerah masih belum rampung untuk dijadikan satu. Pencapaian tersebut berhasil Badan Amil Zakat Nasional dapatkan karena mengembangkan strategi fundraising

digital dengan menggunakan metode *Digital Multiplatform Strategy* dalam penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, di mana Badan Amil Zakat Nasional bekerja sama dengan platform dan memanfaatkan platform untuk bersosialisasi, mengedukasi, serta melakukan promosi secara online. Hal ini dilakukan untuk memudahkan muzakki dan melakukan syiar mengenai Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, dengan cara inovasi yang lebih efektif dan mudah dijangkau oleh masyarakat⁴. Untuk itu bisa di lihat data tabel pendapatan Badan Amil Zakat Nasional dalam menghimpun dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, dari tahun 2016-2020 :

Tabel 1

Tahun	Total Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, Oleh Badan Amil Zakat Nasional
2016	Rp 3,650,369,012,964
2016	Rp 5,017,293,126,950
2017	Rp 6,224,372,369,471
2018	Rp 8,117,597,683,267
2019	Rp 10,227,043,806,555

Sumber: Statistik Badan Amil Zakat Nasional 2016-2019⁵.

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwasanya penghimpunan dan Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, oleh Badan Amil Zakat Nasional dengan menggunakan strategi fundraising digital sangat berpengaruh dalam menaikkan angka penghimpunan Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf. Walaupun koperasi syariah dalam Baitul Maal Wat Tamwil ini tidak

⁴ Tim BAZNAS, BAZNAS Raih Fundraising Digital Terbaik Di IFA 2020, diakses dari https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Raih_Fundraising_Digital_Terbaik_di_IFA_2020/611, Pada Tanggal 25 September 2021 Pukul 22.47

⁵ Tim BAZNAS, *Statistik Zakat Nasional (National Zakat Statistics 2019)*, (Jakarta: BAZNAS, 2020), Hal. 7–8.

termasuk kedalam bagian dari Badan Amil Zakat Nasional dan bukan sebagai lembaga nasional yang berada di dalam naungan pemerintah, setidaknya penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, dengan menggunakan strategi fundraising digital ini akan berhasil, karena jumlah Baitul Maal Wat Tamwil yang berada di Indonesia sendiri sangat banyak hampir tersebar keseluruh penjuru daerah di Indonesia. Dikutip dari website Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, Baitul Maal Wat Tamwil yang tersebar di Indonesia hingga saat ini yaitu sebanyak

4.500 unit.

Baitul Maal Wat Tamwil ini memang bukan lembaga keuangan yang satu kesatuan dan tidak memiliki kantor pusat seperti Badan Amil Zakat Nasional, melainkan lembaga keuangan yang dibentuk oleh sebuah organisasi di berbagai daerah, sehingga tidak ada data yang menyeluruh mengenai penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf di Baitul Maal Wat Tamwil, namun terlepas dari itu semua potensi Baitul Maal Wat Tamwil untuk mengikuti jejak Badan Amil Zakat Nasional itu ada, karena penulis menemukan data pada tahun 2016 dalam website Baitul Maal Wat Tamwil Al-Idrisiyyah mengatakan bahwasanya penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf pada tahun 2016 oleh Baitul Maal Wat Tamwil yang ada di seluruh Jawa Barat mencapai Rp 15,8 Miliar. Hal ini sangat mungkin meningkat jika Baitul Maal Wat Tamwil diseluruh Jawa Barat juga memakai strategi fundraising yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional, mungkin akan mengikuti jejak Badan Amil Zakat Nasional hingga mencapai triliunan. Namun jika melihat penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf di beberapa daerah yang lain masih banyak yang lebih minim dalam menghimpunnya, oleh sebab itu penulis mengangkat judul “ Strategi Fundraising Digital Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana

ZISWAF Program Pemberdayaan Ekonomi Pada Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil” tersebut dalam penulisan ini agar bisa membantu meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf yang dilakukan oleh Baitul Maal Wat Tamwil di Seluruh Indonesia.

Kajian Pustaka

Koperasi Syariah

Koperasi syariah sendiri lebih dikenal dengan koperasi jasa keuangan syariah dan juga dikenal sebagai unit jasa keuangan syariah. Dan untuk pengertiannya sendiri koperasi jasa keuangan syariah merupakan koperasi yang beroperasi atau bergerak dibidang keuangan seperti pembiayaan, investasi, dan simpanan yang menggunakan prinsip bagi hasil. Selain itu koperasi syariah juga didefinisikan sebagai badan hukum yang berlandaskan syariah dan badan hukum yang beranggotakan orang-orang dengan berlandaskan atau mengedepankan asas kekeluargaan⁶. Tujuan dari koperasi syariah harus disesuaikan dengan *Maqashid Syariah*. Di mana tujuan utamanya yaitu mensejahterakan masyarakat dan menciptakan persaudaraan serta keadilan di antara sesama anggota. Selain itu tujuan koperasi syariah memberikan kebebasan di antara anggotanya dan membangun tatanan ekonomi sesuai dengan prinsip-prinsip dasar agama Islam⁷.

Prinsip koperasi syariah yaitu antara lain: *pertama*, Kekayaan sesungguhnya adalah milik Allah dan sifatnya mutlak. *Kedua*, manusia diberikan kebebasan untuk melakukan semua tindakan muamalah tetapi harus berlandaskan syariah Islam tidak boleh ada yang menyimpang. *Ketiga*

⁶ Triana Sofiani, " Kontruksi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional ", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 12, No. 2, 2014, Hal. 136.

⁷ Sofian, " Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: Antara Religiulitas, Trend, dan Kemudahan Layanan ", *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2018, Hal. 753.

manusia merupakan khalifah atau pemimpin dimuka bumi ini. *Keempat* atau yang terakhir yaitu menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan menjauhkan kegiatan yang termasuk ke dalam ribawi. Koperasi syariah di Indonesia dikenal dengan Baitul Maal Wat Tamwil. Dan untuk perbedaan Baitul Maal Wat Tamwil dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah sendiri yaitu bisa dilihat dari lembaganya. Koperasi Jasa Keuangan Syariah hanya beroperasi di dalam keuangan saja sedangkan Baitul Maal Wat Tamwil beroperasi di dua kegiatan yang pertama sebagai Lembaga keuangan dan yang kedua sebagai pengelola zakat.⁸

Baitul Maal Wat Tamwil

Di penjelasan sebelumnya sudah dijelaskan bahwasanya Baitul Maal Wat Tamwil merupakan bagian dari koperasi syariah, Baitul Maal Wat Tamwil sendiri terdiri dari dua kata yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*, *baitu maal* adalah lembaga yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana kemasyarakatan tapi bersifat non komersial. Jadi dana di *baitul maal* ini berasal dari zakat, infaq, shadaqah, wakaf, dan dana keagamaan lainnya. sedangkan *baitul tanwil* merupakan lembaga yang bertugas menghimpun dana dari pihak ketiga melalui produk-produk yang menguntungkan. Dan sumber dananya sendiri berasal dari tabungan, simpanan, investasi, dan yang lainnya. jadi dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasanya Baitul Maal Wat Tamwil adalah suatu lembaga informasi yang melayani tabungan dan simpanan atau sejenis produk keuangan lainnya serta menghimpun dan menyalurkan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf⁹. Dan peran Baitul Maal Wat Tamwil sendiri yaitu :

⁸ Ibid, Hal. 138.

⁹ Ismi Ilmi Hayati Ginting, " Analisis Strategi Pengembangan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) di Medan ", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 11, 2017, Hal. 674.

1. Meningkatkan sumber daya Islami dengan berpegangan pada nilai-nilai Islam sehingga mampu bersaing di ranah global.
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari kegiatan atau operasi yang diterapkan.
3. Mengembangkan dan meningkatkan potensi ekonomi.
4. Menjadi prantara orang yang ingin berzakat, berinfaq, bershadaqah, dan berwakaf¹⁰.

Baitul Maal wat Tamwil juga memiliki keunggulannya sendiri yaitu:

1. Baitul Maal Wat Tamwil menjadi koperasi yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia untuk menyimpan atau menabung uang.
2. Salah satu koperasi yang selalu bersosialisasi mengenai pentingnya menabung.
3. Baitul Maal Wat Tamwil adalah salah satu lembaga koperasi yang memberikan pinjaman modal yang murah untuk pengusaha mikro, dan mudah dalam prosesnya.
4. Baitul Maal Wat Tamwil selalu mendorong masyarakat menjadi masyarakat yang produktif dan mengedepankan nilai-nilai ekonomi Islam.

Dengan keunggulan tersebut Baitul Maal Wat Tamwil berkembang pesathingga terdapat 4.500 Baitul Maal Wat Tamwil diseluruh Indonesia¹¹.

Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf

Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf merupakan ibadah yang terdiri dari dua bagian yaitu yang pertama sebagai *hablummina Allah* dan yang kedua sebagai *Hablum minannas*. Dimana untuk definisinya yaitu :

¹⁰ Kuat Ismanto, " Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) di Kota Pekalongan ", *Jurnal Penelitian*, Vol. 12, No. 1, 2015, Hal. 27.

¹¹ Nourma Dewi, " Regulasi Keberadaan Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Sistem Perekonomian Di Indonesia ", *Jurnal Serambi Hukum*, Vol. 11, No. 01, 2017, Hal. 98.

1. Zakat. Zakat termasuk ke dalam rukun islam yang ketiga, di mana zakat sendiri hukumnya wajib bagi umat muslim yang harta atau penghasilannya sudah sesuai dengan syarat-syarat zakat itu sendiri. saat orang berzakat mereka akan dibersihkan hati dan jiwanya, sebagian dosanya, serta menjauhkan penghasilan mereka dari harta yang termasuk dalam riba. zakat menurut bahasa mempunyai arti suci, sedangkan menurut istilah zakat merupakan pemberian dari sebagian harta yang diberikan kepada golongan-golongan tertentu. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya zakat merupakan pemberian suatu atau sebagian hak (harta) kepada Allah SWT, kemudian disalurkan atau diberikan kepada golongan-golongan yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Golongan tersebut meliputi 8 ashnaf yaitu fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, gharim, fi sabilillah, dan ibnu sabil.¹²
2. Infaq dalam bahasa arab diartikan sebagai membiayai dan jika dikaitkan dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT arti infaq menjadi khusus, jadi dapat dipertegas bahwasanyan infaq berkaitan dengan materi. Beberapa orang mengatakan bahwasanya infaq berbeda dengan zakat karena mereka mengatakan bahwa infaq ini hukunya sunnah dan ada yang bilang bahwasanya infaq itu mubah. Namun terminologi syariat sendiri mendefinisikan infaq yaitu mengeluarkan sebagian harta dari penghasilan mereka untuk kepentingan yang diperintahkan oleh Allah. Dari penjelasan tersebut dapat dilihat bahwasanya infaq sangat berbeda dengan zakat, dalam pemberian infaq tidak ada nishab yang dipakai ataupun pemberiannya tidak

¹²Andi Hidayat dan Mukhlisin, " Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa ", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 03, 2020, Hal. 677.

harus diberikan kepada mustahik tertentu. Namun pemberian infaq diberikan kepada siapapun¹³.

3. Shadaqah, secara etimologi merujuk kepada sumbangan untuk orang miskin atau orang yang kurang mampu mampu. Shadaqah didalam Al-Qur'an disebut juga dengan " bukti ", walaupun kata tersebut bisa mengandung arti yang lain, contohnya pengeluaran harta dan pendapatan (infaq) dalam bentuk sedekah dan amaal. Orang-orang yang bershadaqah adalah orang yang yakin atas keunggulan yang ada di dalam hatinya dan telah bernazar kepada Tuhan terhadap balasan yang telah ia lakukan. Berarti dapat disimpulkan bahwasanya shadaqah adalah pemberian seseorang atas sebagian hartanya dengan ras ikhlas tanpa adanya batasan¹⁴.
4. Wakaf. Para ahli memakai 3 kata dalam menerangkan mengenai wakaf yaitu al-waqf (wakaf), al-habs (menahan), dan at-tasbih (bersedekah untuk berada di jalan Allah). Awal mula kata waqaf adalah menahan diri atau berdiam di tempat dan tetap berdiri. Wakaf secara umum didefinisikan sebagai pengeluaran harta dari seseorang guna dimanfaatkan untuk berada di jalan Allah SWT, wakaf sendiri memiliki tujuan menciptakan kesejahteraan antara sesama ummat dan membangun peradaban yang baru dan maju bagi semua ummat muslim yang ada di dunia ini¹⁵.

Strategi Fundraising Digital

Strategi fundraising digital ini terdiri dari tiga kata di mana, strategi sendiri didefinisikan sebagai suatu rencana untuk mencapai tujuan dari

¹³ Qurratul Aini Wara Hastuti, " Infaq Tidak Dapat Dikategorikan Sebagai Pungutan Liar ", *Jurnal ZISWAF*, Vol. 3, No. 1, 2019, Hal. 43.

¹⁴ Moh Ibnu Sulaiman Slamet, " Shadaqah Dalam Perspektif Hadis Nabi ", *Jurnal Al-Hikmah*, Vol.XII, No. 1, 2011, Hal. 52.

¹⁵ Nur Azizah Latifah dan Mulyono Jamaal, " Analisis Pelaksanaa Wakaf di Kuwait ", *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol. 6, No. 1, 2019, Hal. 2.

sebuah organisasi atau lembaga selain sebagai rencana strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan kelangsungan suatu organisasi tersebut. Dan strategi juga dapat dikatakan suatu komitmen atau rencana yang akan kita jalankan untuk kedepannya. Sedangkan fundraising sendiri merupakan penggalangan dana atau penghimpunan dana dalam suatu organisasi ataupun lembaga. Atau bisa juga fundraising diartikan sebagai suatu hal untuk mempengaruhi orang agar memberikan dananya kepada organisasi tersebut. Fundraising biasanya dilakukan dengan cara, sosialisasi, edukasi, mengajak, mempengaruhi, memberitahukan, membujuk, mendorong, merayu, dan lain sebagainya¹⁶. Sedangkan digital mempunyai arti sebagai teknologi informasi atau yang lebih dikenal dengan media sosial, dimana maksudnya disini merupakan suatu perkembangan media elektronik pada masa sekarang atau media teknologi komunikasi yang dikemas secara singkat, tepat waktu, relevan. Dunia digital sekarang ini bisa semuanya di akses oleh manusia dan kita juga bisa belajar banyak dengan adanya dunia digital pada masa sekarang ini, dunia digital sangat cepat dalam mengakses informasi dari berbagai penjuru dunia. Jadi dapat disimpulkan dari penjelasan sebelumnya bahwasanya strategi fundraising digital ini merupakan rencana penghimpunan dana yang dilakukan dengan cara mempengaruhi, mengedukasi, mengajak, memberitahukan, dan lain sebagainya dengan menggunakan media sosial sebagai alternatif penyebarannya¹⁷.

Metode Penelitian

¹⁶ Widi Nopiardo, " Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar ", *Jurnal Riset Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2018, Hal. 59-60.

¹⁷ Aulia Rahmi, Skripsi: " *Efektifitas Program Layanan Digital BAZNAS Indonesia Terhadap Penghimpunan Zakat Pada BAZNAS Periode 2016-2019* ", (Yogyakarta: UII, 2021), Hal. 40.

Dalam penulisan karya tulis ilmiah ini menggunakan jenis penelitian kualitatif di mana hal yang ditekankan yaitu mengenai pencarian makna, pengertian, maupun konsep yang dideskripsikan dalam bentuk naratif. Dan untuk pendekatan dalam penulisan ini menggunakan pendekatan studi literatur atau pustaka dimana data-data diperoleh dari website resmi, buku-buku, jurnal-jurnal, dan jenis penelitian lainnya. Jenis data yang digunakan ialah data sekunder yang didapatkan dari buku, jurnal, website, dan sumber penelitian yang lain. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini adalah teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan di mana penghimpunan data informasi dilakukan secara relevan untuk mempermudah penulis menemukan data dari sumber-sumber seperti buku, jurnal, tesis, skripsi, website resmi, dan penelitian lainnya. Di mana pada tahap ini data- data yang dicari harus diseleksi dan ditempatkan sesuai dengan sub-bab yang telah ditentukan. Dan teknik analisis data yang digunakan dalam kepenulisan karya tulis ilmiah ini menggunakan teknik analisis data kualitatif naratif dimana data- data yang sudah di analisis disajikan dalam bentuk narasi.

Hasil dan Pembahasan

Tujuan Penerapan Strategi Fundraising Digital Dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf di Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil

Seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya bahwasanya strategi fundraising digital ini merupakan strategi atau rencana penghimpunan dana melalui media sosial. Tujuan penerapan strategi fundraising digital diterapkandalam koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil yaitu :

- 1. Menghimpun dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf sebanyak- banyaknya**

Tujuan utama penerapan strategi fundraising digital ini yaitu menghimpun dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf sebanyak-banyaknya dari masyarakat melalui *platform* digital. Penghimpunan ini bukan hanya terkhusus untuk dana saja melainkan barang juga bisa. Dengan memanfaatkan teknologi masa kini nantinya penghimpunan Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf bisa dilakukan secara online sehingga memudahkan para penyalur atau donatur dalam menzakati, menginfakkan, menshadaqahkan, atau mewakafkan hartanya. Sehingga nantinya banyak masyarakat yang tertarik dan memberikan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf mereka di koperasi Baitul Maal Wat tamwil.

2. Menambah donatur Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf

Salah satu tujuan diterapkannya strategi fundraising digital ini yaitu menambah donatur, donatur sangat penting dalam meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf. Pasalnya jika ingin dana tersebut bertambah donatur juga harus bertambah. Untuk itu fundraising digital ini harus fokus juga terhadap penambahan donatur di mana bisa dilakukan dengan cara mensosialisasikan atau mengajak masyarakat untuk berzakat, berinfaq, bershadaqah, dan berwakaf kepada koperasi syariah BMT tersebut. Para pengurus Baitul Maal Wat Tamwil nantinya bisa memanfaatkan media sosial untuk mensosialisasikan atau mengajak masyarakat dengan membuat video di unggah di *youtube*, *facebook*, *tiktok*, dan *instagram*. Atau bisa menyebar iklan di seluruh platform di media sosial, atau juga bisa membuat website dan aplikasi sendiri untuk menunjang hal tersebut.

3. Meningkatkan Kepuasan Para Donatur

Selain bertujuan untuk meningkatkan donatur tujuan dari diterapkannya strategi fundraising ini untuk meningkatkan kepuasan

donatur, hal tersebut bukan hanya untuk jangka pendek namun juga untuk jangka panjang. Meningkatkan kepuasan donatur sangat penting, karena jika donatur puas terhadap pelayanan di koperasi syariah baitul maal wat tamwil nantinya donatur bisa saja memberikan dana lebih, dan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf semakin meningkat. Meningkatkan kepuasan donatur dalam strategi fundraising digital ini bisa dilakukan dengan cara memberikan layanan berbasis online yang baik, seperti donatur bisa membayar dana melalui online lewat aplikasi Baitul Maal Wat Tamwil atau juga nantinya Baitul Maal Wat Tamwil juga bisa bekerja sama dengan *e-commerce* seperti *shopee*, *lazada*, *tokopedia*, dan lainnya dalam pembayaran dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf.

4. Membangun, dan Mempertahankan Citra Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Lebih Baik Lagi

Penerapan strategi fundraising yang baik akan sangat berpengaruh terhadap citra koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil itu sendiri. jika pihak pengurus koperasi syariah mampu menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat pada saat melakukan sosialisasi, mengajak, mengedukasi, atau menyampaikan informasi mengenai Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf, nantinya masyarakat akan membangun citranya sendiri terhadap koperasi syariah. Jika citra masyarakat baik terhadap koperasi syariah maka masyarakat akan menyalurkan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, ataupun Wakaf kepada lembaga koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil tersebut.

Pada intinya penulis mengambil judul tersebut tujuannya yaitu agar koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil menghimpun dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf lebih baik lagi kedepannya, agar manfaatnya bisa dirasakan oleh masyarakat banyak. Selain itu tujuan utamanya yaitu

tetap untuk meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf.

Metode Yang dipakai Dalam Strategi Fundraising Digital Guna Menaikkan Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf Oleh Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil

Dari permasalahan yang penulis angkat, sebenarnya sasaran utamanya yaitu metode yang akan dipakai dalam fundraising dalam meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf. Namun secara teori model untuk strategi fundraising ada dua yaitu, strategi fundraising langsung (*direct fundraising*) dan fundraising tidak langsung (*indirect fundraising*) dimana :

1. Strategi Fundraising Langsung (*direct fundraising*)

Strategi fundraising langsung yaitu strategi yang bersosialisasi secara langsung terhadap donatur dalam masalah penghimpunan, dan nantinya donatur sendiri akan memberikan responsnya secara langsung terhadap lembaga atau menyalurkan dananya langsung terhadap lembaga tersebut contohnya seperti presentasi langsung.

2. Strategi tidak langsung (*indirect fundraising*)

Strategi tidak langsung ini menggunakan cara-cara atau teknik-teknik yang tidak secara langsung artinya tidak melibatkan donatur didalamnya, sehingga nantinya donatur tidak bisa langsung menanggapi lembaga tersebut. Strategi ini dibuat sedemikian rupa dan teliti karena tujuan menggunakan strategi tidak langsung ini untuk menciptakan citra yang baik dimata masyarakat. Contohnya seperti sosialisasi melalui *youtube*.

Kedua strategi tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf, namun

pembahasan ini akan di titik beratkan terhadap strategi tidak langsung karena strategi fundraising yang diterapkan adalah strategi fundraising yang berbasis digital, jadi tidak bertemu secara langsung dengan donatur, melainkan melibatkan media sosial. Dari penjelasan kedua metode fundraising tersebut, penulis menemukan suatu metode yang dapat diterapkan dalam strategi fundraising digital, strategi tersebut menurut penulis bisa meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf serta memperbaiki manajemen pengelolaan Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf di Baitul Maal Wat Tamwil yang ada di Indonesia. Dan metode-metode strategi fundraising tersebut ada tujuh dimana diantaranya yaitu

1. Metode *Website*

Metode ini penulis angkat karena merupakan metode yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat. Metode *website* ini merupakan metode yang paling sering digunakan oleh beberapa lembaga pengelola Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf yang ada di Indonesia, salah satunya yaitu Badan Amil Zakat Nasional. Jadi nantinya koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil yang ada diseluruh Indonesia harus membuat *website*, karena penerapan *website* sendiri sangat berpengaruh terhadap penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf, pasalnya melalui *website* ini nantinya memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi setiap hari. Sebenarnya jika diamati untuk Baitul Maal Wat Tamwil yang ada di Indonesia sendiri telah banyak membuat *website* untuk kemajuan lembaga tersebut, namun sangat disayangkan *website* tersebut tidak difungsikan dengan baik, bahkan informasi yang diberikan di dalam *website* tersebut tidak pernah diperbarui. Cara penerapan strategi fundraising digital melalui metode *website* ini bisa dilakukan

dengan cara, memberikan informasi terbaru setiap harinya mengenai Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf, mensosialisasikan pentingnya membayar Zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf dengan cara menyematkan video dalam *website* tersebut, atau pamflet yang sekiranya memudahkan masyarakat untuk memahaminya.

2. Metode *E-mail*

Strategi fundraising sendiri tujuannya bukan hanya menghimpun dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf, namun mempertahankan donatur. Ada satu cara untuk Baitul Maal Wat Tamwil mempertahankan donaturnya yaitu dengan cara selalu berkomunikasi dengan donatur tersebut. Komunikasi bisa dilakukan melalui *e-mail* dengan mengirim pesan untuk sekedar menyapa atau menginformasikan hal penting.

3. Metode *Search Engine Marketing*

Pada zaman sekarang perkembangan teknologi semakin maju, tidak ada salahnya jika *search engine marketing* ini diterapkan dalam strategi fundraising digital. Metode ini merupakan metode pengiklanan melalui media sosial, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas lembaga di antara para pesaing yang ada di luar koperasi syariah, serta bisa mempengaruhi masyarakat agar menyalurkan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf nya kepada koperasi syariah. Pengiklanan ini bisa dilakukan dengan cara menyebar pamflet mengenai lembaga tersebut atau tata cara membayar zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf di Baitul Maal Wat Tamwil. Kemudian iklan tersebut di sebar luaskan ke seluruh media sosial seperti *google, facebook, tiktok, instagram, twitter*, dan lain sebagainya. Untuk iklannya sendiri bisa dibuat sedemikian rupa sehingga bisa menarik masyarakat untuk menyalurkan dananya ke koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil yang ada di Indonesia.

4. Metode *Social Network*

Social network merupakan sebutan lain dari media sosial, media sosial sendiri akhir-akhir ini sering digunakan oleh masyarakat dunia, bahkan penggunaannya bisa 24 jam tanpa henti. Salah satu manfaat adanya media sosial yang dapat kita ambil yaitu sosialisasi dan promosi yang bisa dilakukan tanpa dipungut biaya. Contoh dari *social network* yaitu *youtube*, *facebook*, *twitter*, *tiktok*, *instagram*, dan lain sebagainya. Sebenarnya jika kita lihat kembali aplikasi-aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia setiap harinya. Oleh karena itu Baitul Maal Wat Tamwil sendiri bisa memanfaatkan aplikasi tersebut untuk melakukan edukasi ataupun sosialisasi mengenai program-program Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf yang ada di BMT sendiri, semakin sering pengurus melakukan hal tersebut, maka nantinya masyarakat akan mulai terpengaruh dan mulai mengetahui mengenai lembaga tersebut, sehingga nantinya masyarakat mulai menyalurkan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf nya ke Baitul Maal Wat Tamwil. Media sosial sendiri juga bermanfaat bagi para donatur untuk menghubungi Baitul Maal Wat Tamwil jika terjadi masalah dalam memberikan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf nya dan memudahkan donatur mendapatkan informasi mengenai lembaga tersebut.

5. Metode *e-channel Bank Syariah*

E-channel yang dimaksud disini yaitu pembayaran transfer via online, jadi nantinya pihak Baitul Maal Wat Tamwil bisa bekerja sama dengan bank syariah untuk penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf secara online yang biasanya dilakukan melalui *channel ATM*, *mobile banking*, *sms banking*, dan *internet banking*. Sehingga nantinya memudahkan masyarakat dalam membayar dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf mereka.

6. Metode *Website Belanja Online*

Di Indonesia sendiri *e-commerce* sedang berkembang sangat pesat antara lain yaitu *Shopee, Lazada, Tokopedia, Buka Lapak*, dan lain sebagainya. Dibeberapa *e-commerce* tersebut sudah ada yang menerapkan atau menyediakan layanan pembayaran Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf. Di mana di aplikasi *e-commerce* tersebut nantinya masyarakat bisa memilih fitur kepada siapa zakat itu akan diberikan misalkan ke lembaga A ataupun lembaga B. Namun pembayaran tersebut bukan hanya untuk Zakat saja, Infaq, Shadaqah dan Wakaf juga bisa. Dengan adanya layanan tersebut sangat menguntungkan bagi Baitul Maal Wat Tamwil, jika memang Baitul Maal Wat Tamwil yang ada di Indonesia sendiri bisa bekerja sama dengan semua *e-commerce* yang sudah menerapkan layanan tersebut. Pasalnya hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan *e-commerce* untuk berbelanja, bahkan *e-commerce* tersebut juga bisa diakses di negara asia.

7. Metode *e-Wallet* atau Dompot Elektronik

E-wallet atau dompet elektronik sendiri saat ini sering digunakan, pasalnya masyarakat sudah mulai gemar berbelanja online, sehingga untuk mempermudah pembayarannya biasanya masyarakat menggunakan layanan dompet elektronik ini. Contoh dari dompet elektronik itu sendiri yaitu *OVO, Kradivo, Dana, Link Aja, Go Pay*, dan lain sebagainya. Dengan adanya layanan tersebut Baitul Maal Wat Tamwil harusnya bisa memanfaatkan dengan baik, karena dengan adanya layanan dompet elektronik nantinya akan mempermudah masyarakat dalam membayar Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf sehingga masyarakat tidak perlu datang langsung ke kantor Baitul Maal Wat Tamwil terdekat. Hal tersebut akan memberikan nilai plus sendiri bagi Baitul Maal Wat Tamwil jika mampu menerapkan layanan tersebut.

8. Metode Pembuatan Aplikasi Sendiri

Di beberapa lembaga keuangan syariah mulai membuat aplikasi khusus untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen, aplikasitersebut berguna untuk mengakses informasi di dalam lembaga keuangan tersebut. Pembuatan aplikasi sangat penting bagi koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil pasalnya dapat membantu masyarakat dengan mudah untuk mengakses informasi dari lembaga tersebut. Misalnya yaitu cara menghitung harta yang wajib dizakati, melalu aplikasi tersebut, Baitul Maal Wat Tamwil bisa memberikan layanan itu sehingga masyarakat tidak kebingungan dalam menentukan wajib zakat yang harus mereka bayar. Sebenarnya di beberapa Baitul Maal Wat Tamwil sudah mulai menerapkan aplikasi tersebut, tapi kebanyakan kurang maksimaal, dikarenakan pengurus Baitul Maal Wat Tamwil tidak paham dengan bidang Teknologi Informasi. Harusnya jika Koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil benar-benar serius dalam pengembangan tersebut, koperasi syariah bisa bekerja sama dengan seseorang di bidang teknologi informasi, untuk membuat aplikasi khusus sehingga pelayanan Baitul Maal Wat Tamwil dapat di akses dengan mudah tanpa adanya kendala. Kenapa aplikasi tersebut sangat penting karena bisa membantu meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf di lembaga tersebut. Selain itu adanya aplikasi tersebut membuat citra Baitul Maal Wat Tamwil di mata masyarakat dipandang baik.

Kedelapan metode tersebut dapat digunakan dalam menghimpun dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf oleh koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil. Pasalnya penulis percaya, dalam penerapan semua metode tersebut bisa meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf, karena metode yang diterapkan saling berpengaruh satu sama lain, disesuaikan dengan perkembangan zaman, dan sederhana sekali untuk penerapannya.

Hasil dan Dampak Dari Strategi Fundraising Digital dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf dalam Program Pemberdayaan Ekonomi.

Jika dilihat dari rumusan masalah sebelumnya hasil yang ingin dicapai oleh penulis dengan adanya strategi ini yaitu meningkatkan hasil penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf yang ada di koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil diseluruh Indonesia, pasalnya lembaga pengelola Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf yang lain seperti Badan Amil Zakat Nasional sudah membuktikan hal tersebut dan setiap tahunnya penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf Nya bisa meningkat sangat pesat. Kenapa penulis menginginkan strategi yang sama dengan metode yang berbeda tersebut diterapkan dalam Baitul Maal Wat Tamwil, dikarenakan menurut penulis koperasi syariah Baitul Maal Wat Ramwil ini lebih berpotensi dalam meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf dari pada Badan Amil Zakat Nasional sendiri yang merupakan lembaga nasional dari pemerintah. hal tersebut dilihat dari keberadaan koperasi Baitul Maal Wat Tamwil yang ada di Indonesia mencapai 4.500 unit, sedangkan Badan Amil Zakat Nasional sendiri untuk penyebarannya masih 548 lembaga.

Selain hasil yang ingin dicapai oleh penulis dalam memberikan gagasan ini kepada Baitul Maal Wat Tamwil, penerapan strategi fundraising digital ini juga berdampak khusus kepada lembaga tersebut dan masyarakat banyak. Dampak *pertama* yaitu membuat citra koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil bagus dimata masyarakat. Jadi nantinya dengan adanya strategi tersebut dan metode-metode tersebut, masyarakat akan memandang koperasi syariah tersebut sebagai koperasi syariah yang unggul dalam pengelolaan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf. Dan dampak *kedua* yaitu dampak yang akan dirasakan sendiri oleh masyarakat, jika

penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf setiap tahunnya meningkat, maka penyaluran dana tersebut setiap tahunnya juga akan semakin luas, hal tersebut dapat mengentaskan atau mengurangi tingkat kemiskinan yang ada di Indonesia. Kenapa bisa demikian, karena fokus penyaluran utama diantara delapan golongan orang yang wajib menerima zakat, yaitu diberikan kepada orang miskin. Selain mengentaskan kemiskinan dampak lain yang bisa dirasakan masyarakat yaitu dapat membantu dalam permodalan di bidang usaha mikro keci menengah, hal tersebut termasuk ke dalam pendayagunaan zakat dibidang ekonomi. Dari hasil dan dampak yang akan diterima oleh koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil maupun masyarakat sendiri hal tersebut tergolong dalam pemberdayaan ekonomi, pasalnya dapat membantu mengentaskan kemiskinan dan membantu usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia.

Dari semua penjelasan diatas, sebenarnya output yang ingin dicapai oleh penulis dari suatu permasalahan ini yaitu :

1. Memberikan pemahaman kepada koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil mengenai penerapan strategi fundraising digital ini sekaligus menjelaskan hasil atau dampak yang akan didapatkan oleh koperasi syariah tersebut.
2. Meyakinkan koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil bahwasanya koperasi syariah tersebut berpotensi dalam penerapan strategi fundraising digital tersebut.
3. Mengajak koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil untuk memperluas sistem pengelolaan Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf.
4. Meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf di koperasi syariah tersebut. Sehingga nantinya Baitul Maal Wat Tamwil mampu membantu mengentaskan kemiskinan dan membantu permodalan usaha mikro kecil dan menengah yang ada di

Indonesia.

Namun jika melihat dari hasil atau dampak yang akan diberikan oleh penerapan strategi fundraising digital ini terhadap koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil, ada juga tantangan yang akan dilalui oleh koperasi syariah tersebut jika nantinya Baitul Maal Wat Tamwil benar-benar menggunakan strategi fundraising digital ini, tantangannya yaitu :

1. Tahapan-tahapan yang harus dikembangkan dalam strategi fundraising digital ini tidak mudah pasalnya akan menguras waktu dan ide dalam menentukan konsep yang akan dibuat seperti apa.
2. Mengoptimalkan strategi fundraising digital ini jika benar-benar diterapkan.
3. Selalu memberikan konten atau promosi kepada masyarakat sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk memberikan dana Zakat, Infaq, shadaqah, dan Wakaf ke koperasi Baitul Maal Wat Tamwil.
4. Pembaruan-pembaruan dalam teknologi yang harus dilakukan, agar strategi fundraising digital yang diterapkan selalu berkembang.

Kesimpulan

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasanya terdapat dua strategi dalam strategi fundraising ini yaitu strategi fundraising langsung dan strategi fundraising tidak langsung di mana penulis menekankan pada pembahasan strategi fundrasising secara tidak langsung karena strategi tersebut merupakan bagian dari digitalisasi, dan di mana penulis berinovasi dalam strategi fundraising digital ini dengan delapan metode yang harus diterapkan dalam penghimpunan strategi fundraising digital. Kedelapan metode tersebut yaitu metode *website*, metode *e-mail*, metode *search engine marketing*, metode *social network*, metode *e-channel* bank syariah, metode

website belanja online, metode *e-wallet* atau dompet elektronik, metode pembuatan aplikasi sendiri.

Penerapan strategi fundraising digital ini bertujuan untuk menghimpun dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf sebanyak-banyaknya, menambah donatur Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, meningkatkan kepuasan para donatur, membangun, dan mempertahankan citra koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil lebih baik lagi. Dan penerapan strategi fundraising digital ini diharapkan bisa memberikan output yang baik seperti, memberikan pemahaman kepada Baitul Maal Wat Tamwil mengenai penerapan strategi fundraising digital ini sekaligus menjelaskan hasil atau dampak yang akan didapatkan oleh Baitul Maal Wat Tamwil, meyakinkan Baitul Maal Wat Tamwil bahwasanya lembaga tersebut berpotensi dalam penerapan strategi fundraising digital tersebut, mengajak Baitul Maal Wat Tamwil untuk memperluas sistem pengelolaan Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf, meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf di Baitul Maal Wat Tamwil. Sehingga nantinya lembaga tersebut mampu membantu mengentaskan kemiskinan dan membantu permodalan usaha mikro kecil menengah yang ada di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Aini Wara Hastuti, Qurratul.2019." Infaq Tidak Dapat Dikategorikan Sebagai Pungutan Liar ".*Jurnal ZISWAF*, Vol. 3.
- Alifah Fatihaturrohmah, Putri.2019.Skripsi: " *Sistem Pengelolaan ZISWAF di Baitul Maal KSPPS Binama* ".Semarang: UIN Walisongo.
- Ardiansyah, F., Agustin, F., & Muhtadi, R. (2021). Digitalisasi Filantropi Islam Pada Pesantren Di Pulau Madura. *IQTISADIE*, 1(2), 225-255.
- Arifin, N. R., Muhtadi, R., & Aziz, A. (2020). Manajemen Istibdal Atas Aset Wakaf Sebagai Pembangunan Ekonomi. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 1(2), 193-216.

Azizah Latifah dan Mulyono Jamaal, Nur.2019." Analisis Pelaksanaa Wakaf di Kuwait ".*Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol. 6.

BAZNAS.2020.https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Raih_Fundraising_Digital_Terbaik_di_IFA_2020/611.(diakses 25 September 2020 Pukul).

_____.2020. *Statistik Zakat Nasional (National Zakat Statistics 2019)*.Jakarta: BAZNAS

Dewi, Nourma.2017." Regulasi Keberadaan Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Sistem Perekonomian Di Indonesia ".*Jurnal Serambi Hukum*.Vol. 11.

Haliyah, T., Muhtadi, R., & Premananto, G. C. (2018). Zakat Sebagai Instrumen Fiskal Dalam Menutupi Government Expenditure di Indonesia. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 4(2), 187-216.

Hidayat, Andi dan Mukhlisin.2020." Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa ".*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.Vol. 6.

Ibnu Sulaiman Slamet, Moh.2011." Shadaqah Dalam Perspektif Hadis Nabi ".

Ilmi Hayati Ginting, Ismi.2017." Analisis Strategi Pengembangan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) di Medan ".*Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.Vol. 2.

Ismanto, Kuart.2015." Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) di Kota Pekalongan ".*Jurnal Penelitian*.Vol. 12.

Kinanti, R. A., Imani, S., Almas, B., & Muhtadi, R. (2021). Peran Lembaga Amil Zakat Dalam Pengembangan Social Entrepreneurship. *Attujjar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 54-65.

Maalik Ibrahim, Nur.2019.Skripsi: " *Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu* ".Bengkulu: IAIN Bengkulu.

Muhtadi, R., Ardiansyah, F., Sakinah, S., & Agustin, F. (2022, March). Waqf Forestry Integration Model with Islamic Boarding School in Optimizing the OPOP (One Pesantren One Product) Program. In *Annual Conference on Islamic Economy and Law* (Vol. 1, No. 2, pp. 185-197).

Muhtadi, R. (2012). Sinergisme Baitul Maal wa tamwil (BMT) dengan badan usaha milik desa (BUMDES) sebagai alternatif penguatan UMKM

Masyarakat Pedesaan di Madura. *Jurnal Sains Ekonomi Islam Pascasarjana Universitas Airlangga*.

Nopiardo, Widi.2018." Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar ".*Jurnal Riset Ekonomi Islam*.Vol. 1.

Pertiwi, R. S., Herianingrum, S., Muhtadi, R., & Muhammad, M. (2020). Analisis Perkembangan Praktik Baitul Maal Pada Masa Daulah Islamiyah Dan Dalam Konteks Di Indonesia. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 6(1), 53-71.

Rahman, A. T., Rofiq, A., Wahyuni, N., & Muhtadi, R. (2021). Analisis Partisipasi Masyarakat Nahdlatul Ulama Dalam Meningkatkan Pendapatan Dana (Funding) Lazisnu Kota Sumenep. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 7(2), 243-260.

Rahmi, Aulia.2021.Skripsi: " *Efektifitas Program Layanan Digital BAZNAS Indonesia Terhadap Penghimpunan Zakat Pada BAZNAS Periode 2016-2019* ".Yogyakarta: UII.

Rohman, A., Hisyam, M. A., Muhtadi, R., & Arifin, N. R. (2020, May). Construction of waqf istibdal regulations for empowering non productive waqf in Indonesia. In *Riau Annual Meeting on Law and Social Sciences (RAMLAS 2019)* (pp. 134-137). Atlantis Press.

Sofian.2018." Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: Antara Religiulitas, Trend, dan Kemudahan Layanan ".*Jurnal Hukum Ekonomi Islam*.Vol. 1.

Sofiani, Triana.2014." Kontruksi Norma Hukum Koperasi Syariah DalamKerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional ".*Jurnal Hukum Islam*.Vol. 12.

Sukmayadi.2020.*Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek*.Bandung: Alfabeta.
Tim BAZNAS.2020.BAZNAS Raih Fundraising Digital Terbaik Di IFA

Wahab, A., Masfufa, S., Muhtadi, R., & Arifin, N. R. (2022). Rancang Bangun Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Wakaf Produktif Berbasis Model Sharia Grameen Bank di Era New Normal. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 18-36.