

**STRATEGI PENGHIMPUNAN ZAKAT INFAQ
DAN SEDEKAH PADA MASA PANDEMI COVID 19
MELALUI *DIGITAL FUNDRAISING* DI LAZNAS YATIM
MANDIRI PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

**DYAH RAHAYU WIJAYANTI
NIM 211617025**

**JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

**STRATEGI PENGHIMPUNAN ZAKAT INFAQ
DAN SEDEKAH PADA MASA PANDEMI COVID 19
MELALUI *DIGITAL FUNDRAISING* DI LAZNAS YATIM
MANDIRI PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

**DYAH RAHAYU WIJAYANTI
NIM 211617025**

Pembimbing:

**IZA HANIFUDDIN, Ph.D.
NIP 196906241998031002**

**JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dyah Rahayu Wijayanti

NIM : 211617025

Jurusan :Manajemen Zakat dan Wakaf

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah Pada Masa Pandemi Covid 19 Melalui Digital Fundraising di LAZNAS Yatim Mandiri Ponorogo”

Secara keseluruhan adalah hasil peneliti/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 30 Oktober 2023

buat Pernyataan



Dyan Rahayu Wijayanti

NIM. 211617025

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Dyah Rahayu Wiyayanti	211617025	Manajemen Zakat dan Wakaf	Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah Pada Masa Pandemi Covid 19 Melalui Digital Fundraising di LAZNAS Yatim Mandiri Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Mengetahui,



Ketua Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf

Umi Roudhotul Janah, M.Ag.

NIP 197507162005012004

Menyetujui,

Pembimbing

IZA HANIFUDDIN, Ph.D.

NIP 196906241998031002

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dyah Rahayu Wijayanti
NIM : 211617025
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf
Judul Skripsi/Tesis : Strategi Penghimpunan Zakat Infaq dan Sedekah Pada Masa Pandemi Covid 19 Melalui *Digital Fundraising* di LAZNAS Yatim Mandiri Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 14 November 2023

Penulis



Dyah Rahayu Wijayanti

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

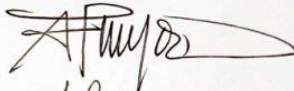
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Strategi Penghimpunan Zakat Infaq dan Sedekah Pada Masa
Pandemi Covid 19 Melalui *Digital Fundraising* Di LAZNAS
Yatim Mandiri Ponorogo
Nama : Dyah Rahayu Wijayanti
NIM : 211617025
Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Manajemen Zakat dan Wakaf.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007

()

Penguji I
Yulia Anggraini, M.M.
NIDN. 2004078302

()

Penguji II
Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP. 196906241998031002

()

Ponorogo, 15 November 2023
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

ABSTRAK

Wijayanti,Dyah Rahayu. Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah Pada Masa Pandemi Covid 19 Melalui *Digital Fundraising* di LAZNAS Yatim Mandiri Ponorogo, *Skripsi.* 2023. Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Iza Hanifuddin, Ph.D.

Kata kunci : Strategi, *Digital Fundraising*, Yatim Mandiri

Pandemi Covid 19 yang melanda di seluruh dunia termasuk di Indonesia mengakibatkan perubahan paradigma dan landscap dalam pengelolaan zakat. Kondisi ini mendorong Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo untuk melakukan trobosan serta inovasi dalam pengelolaannya khususnya dalam penghimpunan dana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digital fundraising yang diterapkan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo, faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi *digital fundraising* dan dampak strategi *digital fundraising* di masa pandemi covid 19.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode pendekatan lapangan (*field reseach*). Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa metode strategi yang digunakan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo di masa pandemi covid 19 adalah metode strategi *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Tahapan strategi yang di jalankan adalah dengan menentukan target muzakki, mempersiapkan sumber daya dan membangun komunikasi. Dalam perumusan strateginya Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo menerapkan konsep manajmen. Dan pemasaran dalam strategi fundraising dilakukan untuk menghubungkan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dengan donatur dan calon donatur. Faktor yang menjadi penghambat dalam strategi fundraising di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah adaptasi yang masih kurang, terdapat biaya tambahan ketika menggunakan platform pihak ketiga dan kekhawatiran masyarakat dalam berdonasi melalui media digital. Sedangkan factor pendukung adalah lembaga Yatim Mandiri Ponorogo memiliki program yang menarik, memiliki platfrom tanamberkah dan memiliki relawan. Dampak dari penggunaan media digital adalah memberikan kemudahan bagi lembaga, adanya perubahan perilaku masyarakat dalam berdonasi di masa pandemi, terdapat penurunan donasi di masa pandemi dan adanya peningkatan muzakki sekitar 6-7%.

MOTO

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ
خَيْرٌ لَّكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِّنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

“Jika kamu menampakkan sedekahmu, itu baik (akan tetapi) jika kamu menyembunyikan dan memberikannya kepada orang-orang fakir itu lebih baik bagimu. Allah akan menghapus sebagian kesalahanmu. Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”¹



¹ al-Qur'an, 2:271

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunia serta limpahan rahmat yang telah diberikan sehingga karya yang sederhana ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Dengan ketulusan jiwa dan hati saya mempersembahkan karya yang sederhana ini kepada orang-orang yang saya sayangi.

1. Yang pertama sepenuhnya untuk Ayah dan Ibu saya tercinta yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang kepada saya dan tiada henti selalu memberi saya semangat setiap saat, berkat doa, usaha, dan bimbingan orang tua saya yang tiada henti mengiringi langkah saya hingga dapat meraih masa depan saya yang lebih baik. Terima kasih banyak.
2. Untuk Kakak dan Adik saya yang selalu memberikan semangat dan do'a sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan dukungan yang diberikan.
3. Untuk Nenek, Paman, Bibi dan Sepu-sepu saya yang tak kenal lelah dalam memberikan dukungan serta semangat di saat-saat sulit.
4. Untuk teman-teman kuliah dari jurusan Manajemen Zakat Dan Wakaf, sahabat yang selalu memberikan keceriaan dalam beraktivitas dan selalu memberi motivasi atas terselesaikannya skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah AWT atas limpahan rahmat, hidayah serta kesehatan sehingga kita dapat mengembangkan banyak potensi yang ada. Shalawat dan salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman kebodohan menuju zaman sekarang ini. Semoga kita diberi syafaat di akhirat nanti.

Syukur *Alhamdulillah*, peneliti telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Penghimpunan Zakat Infaq dan Sedekah pada Masa Pandemi Covid 19 melalui *Digital Fundraising* di LAZNAS Yatim Mandiri Ponorogo”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak melibatkan bantuan dari banyak pihak baik berupa ide maupun saran. Untuk itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan bayak terimakasih terutama kepada yang selalu memberikan masukan dan koreksi demi kesempurnaan skripsi ini. Selanjutnya peneliti tak lupa untuk menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr.Hj. Evi Mu’afifah, M.Ag. selaku Rektor IAIN Ponorogo.
2. Dr.H. Luthfi Aminuddin, M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.
3. Unun Roudhotul Janah, M.Ag. selaku ketua jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf.
4. Yulia Anggraini, S.A.B., M.M. selaku dosen pembimbing akademik. Yang telah membimbing saya selama proses perkuliahan.
5. Iza Hanifuddin, Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi. Yang telah membimbing proses skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.
7. Supriyanto selaku kepala cabang Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

8. Seluruh karyawan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo yang telah membantu kelancaran skripsi ini.
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, peneliti meminta maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk hasil yang lebih baik. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Amiin ya rabbal 'alamin.*

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Dyah Rahayu Wijayanti

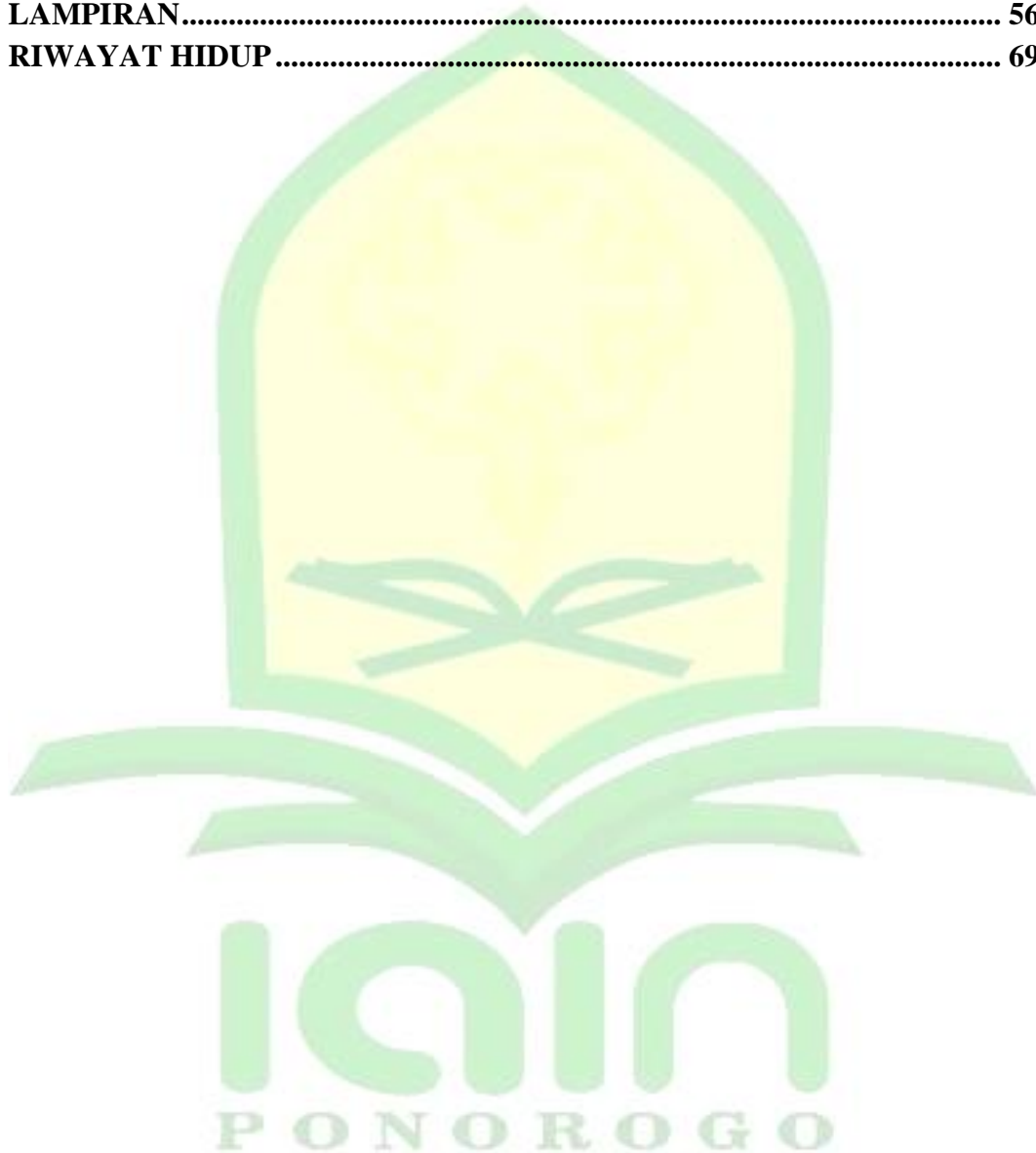
NIM. 211617025



DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Studi Penelitian Terdahulu	7
F. Metode Penelitian	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	9
2. Kehadiran Peneliti	10
3. Lokasi/Tempat Penelitian	10
4. Data dan Sumber Data	11
5. Teknik Pengumpulan Data	12
7. Teknik Analisa Data	14
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	15
G. Sistematika Pembahasan	15
BAB II : STRATEGI FUNDRAISING	17
A. Konsep Strategi	17
B. Konsep <i>Fundraising</i>	20
C. Strategi <i>Fundraising</i>	22
BAB III : PAPARAN DATA	31
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	31
B. Strategi Digital <i>Fundraising</i>	34
C. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung	39
D. Dampak Pemanfaatan Media <i>Digital</i>	41
BAB IV : STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING DANA ZAKAT INFAQ DAN SEDEKAH PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI LAZNAS YATIM MANDIRI PONOROGO	44
A. Strategi <i>Digital Fundraising</i>	44

B. Faktor penghambat dan Faktor Pendukung.....	52
C. Dampak Pemanfaatan Media <i>Digital</i>	55
BAB V : PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	56
RIWAYAT HIDUP	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fundraising adalah proses dalam mengumpulkan dana zakat, infaq dan sedekah serta sumber daya lainnya, yang kemudian diberikan dan digunakan untuk mustahik.² *Fundraising* merupakan salah satu landasan dalam keberlangsungan suatu organisasi. Jika kegiatan *fundraising* tidak dilakukan oleh lembaga atau organisasi, maka kegiatan lembaga atau organisasi tidak dapat berjalan sesuai dengan visinya.³ Sehingga disetiap organisasi atau lembaga, *fundraising* menjadi salah satu komponen penting dari keberhasilan organisasi atau lembaga.⁴ Program yang telah direncanakan akan berhasil jika penggalangan dana berhasil. Dalam mencapai keberhasilan penghimpunan dana, diperlukannya perencanaan yang baik. Dengan demikian salah satu kunci keberhasilan setiap organisasi atau lembaga adalah memperoleh dana.

Dalam kegiatan penghimpunan dana, strategi *fundraising* dipelukan oleh setiap organisasi atau lembaga amil zakat dalam menciptakan cara penggalangan dana yang berbeda, sehingga memudahkan para donatur yang ingin berdonasi. Oleh karena itu, untuk menarik donatur organisasi harus membuat strategi penggalangan danaya yang efektif..⁵ Strategi ini dapat mencangkup tujuan jangka panjang organisasi atau lembaga, dan pendayagunaan serta alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan.⁶ Strategi dapat membantu organisasi atau lembaga amil zakat menjadi kompetitif, meningkatkan

² Ambok Pangiuk, *Pengelolaan Zakat Di Indonesia* (Praya NTB: FP. Aswaja 2020), 59.

³ Anisa Masdawani Putri, “*Strategi Fundraising di LAZ (Lembaga Amil Zakat) Swadaya Ummah Pekanbaru*,” Skripsi (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim 2020) 1.

⁴ Meike Siti Nurhajizah, “*Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat Melalui E-Commerce*,” Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2017), 1.

⁵ Yessi Rachmasari, Soni Akhmad Nulhaqim, Nurliana Cipta Apsari, “*Penerapan Strategi Fundraising Di Save The children Indonesia*,” *Social Work Jurnal*, Volume 6, Nomor 1 (2016), 53.

⁶ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama 2014) 5.

kepercayaan muzakki, membangun serta mempertahankan reputasinya. Strategi membantu setiap lembaga dalam mencapai tujuan jangka panjangnya, sehingga lembaga dapat menerapkan cara terbaik dalam menghadapi peluang serta tantangan.⁷

Cara-cara tradisional kian tergerus dengan berkembangnya teknologi di era *digital* saat ini, tak terkecuali dalam hal strategi *fundraising* zakat. Adanya tren donasi secara *digital* serta semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia menjadikan berdonasi menjadi lebih mudah.⁸ Dengan bertambahnya pengguna internet, semakin banyak masyarakat menggunakan *smartphone* sehingga mengakibatkan peningkatan penggunaan layanan media sosial. Selain itu, ketersediaan aplikasi pembayaran *digital* atau *online* mengubah cara masyarakat dalam berdonasi.⁹ Dengan berkembangnya teknologi, masyarakat mulai memilih metode yang lebih mudah untuk melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk berbelanja melalui *ecommerce*, dan penggunaan transportasi *digital* serta pembayaran zakat, infaq dan sedekah secara *digital* dengan *platform* yang terpercaya.¹⁰

Hadirnya *platform* pembayaran yang dapat diakses *online* memberi Lembaga Amil Zakat kesempatan untuk dapat mengikuti perkembangan zaman dalam mengembangkan strategi *fundraising* zakat, infaq dan sedekah.¹¹ Selain itu hadirnya pandemi covid 19 yang

⁷ Luly Amelia Setyana, "Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah dan Pendistribusiannya Kepada Masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap," Skripsi (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri 2022) 3.

⁸ Yulia Rakhmawati, "E-filantropo: Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Alturisme Tradisional-Karitas menuju Filantropi Integratif," Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Volume 13, Nomor 2, (2019), 13.

⁹ Salsabila Nurul Saputri dan Yuliana Rachma Putri, "Strategi Komunikasi Organisasi Kitabisa.com Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan," Jurnal e-Proceeding of Management Volume 6, Nomor 2, (2019), 9.

¹⁰ Abdul Hafiz, "Analisis Aplikasi Pengolahan Zakat Online dan Pengelolaan Zakat Berbasis Jaringan Virtual," Jurnal Manajemen Dakwah, Volume 9, Nomor 1, (2021), 44.

¹¹ Sujanu Harto M, Qurroh A, Ibdalsyah, "Strategi Digital Fundraising Dalam Menghimpun Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat" Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Volume 8 Nomor 1, (2022), 69.

melanda Indonesia memberikan perubahan pada semua kegiatan di masyarakat. Adanya penerapan *physical distancing* di semua aktivitas masyarakat memberikan dampak pada penurunan interaksi serta aktifitas masyarakat di Indonesia.¹² Perubahan prespektif dan praktik pengelolaan zakat disebabkan oleh pandemi covid-19 yang melanda di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Kondisi tersebut mendorong lembaga pengelola zakat di Indonesia untuk melakukan terobosan dan inovasi dalam pengelolaan zakat.¹³

Terjadinya pandemi covid 19 tidak hanya berdampak pada masyarakat saja namun juga berdampak pada perolehan dana bagi setiap lembaga amil zakat. Sebab pada saat pandemi tersebut diberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat dan semua lembaga baik yang *profit* dan *non profit* untuk melakukan pekerjaannya dari rumah. Dengan alasan tersebut sehingga penghimpunan dana zakat sedikit terhambat. Tanpa adanya dana, akan berakibat tidak berjalannya program yang dijalankan oleh setiap lembaga amil zakat. Oleh karena itu pemilihan strategi yang tepat serta efektif menjadi faktor penting dalam perolehan dana khususnya di masa pandemi.¹⁴ Dalam aktivitas lembaga amil zakat, strategi penggalangan dana sangat penting. Strategi ini membantu manajemen zakat, infaq dan sedekah untuk meningkatkan jumlah dana yang diperoleh. Penggalangan dana pada saat pandemi tersebut slangkah yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat adalah dengan menerapkan *fundraising* melalui media sosial demi menjalankan program yang telah di rencanakan.

¹² Fakhrul Rozi Yamali dan Ririn Noviyanti Putri, “Dampak Covid 19 Terhadap Ekonomi Indonesia”, *Jurnal of Economics and business*, Volume 4, Nomor 2 (2020), 384.

¹³ Puskas BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2021*, (Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional 2021).

¹⁴ Luthfian Muhamad Kahfi Fadhilah, “Strategi Digital Fundraising Zakat Pada Masa Pandemi COVID 19 Di LAZ Buyan Kota Bogor,” Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2023) 4.

Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo adalah salah satu Lembaga yang telah memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai strategi dalam penggalangan dana ZIS selama pandemi covid 19. Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo menggunakan strategi penghimpunan dana melalui kerjasama dengan platform Kitabisa.com serta aplikasi yang dikembangkan Yatim Mandiri yaitu tanamberkah.com.¹⁵ Kitabisa.com merupakan *platform* penggalangan dana dan berdonasi secara *online* untuk berbagai kebutuhan sosial. Tujuan dari *platform* ini adalah untuk mengangkat nilai gotong royong masyarakat dengan sesama melalui *platform online*.¹⁶ Sedangkan *platform* tanam berkah merupakan *platform* yang dikembangkan oleh LAZ Yatim Mandiri untuk memupuk rasa kepedulian dalam masyarakat Indonesia dengan mendorong tindakan kepedulian.¹⁷ Yatim Mandiri Ponorogo memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* serta *Whatsapp* dalam mengkampanyekan program-program yang telah dibentuk.¹⁸ Selain itu yatim mandiri Ponorogo juga menerapkan *fundraising* melalui kode QR yang berhubungan langsung dengan rekening yang dimiliki oleh yatim mandiri. Sehingga apabila ada donatur yang akan mendonasikan hartanya bisa melalui kode QR tersebut.

Namun pemanfaatan media *digital* dalam menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah belum dijalankan secara maksimal oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo hal ini dapat dilihat pada postingan kampanye pada *platform* tanamberkah.com. Dimana pada postingan yang berjudul Bahagiakan Lansia Difabel yang menargetkan

¹⁵ Supriyanto, *Wawancara*, 25 Oktober 2022.

¹⁶ Devina Murizka, “*Pengaruh Media Baru Crowdfunding Kitabisa.com dalam Meningkatkan Minat Bersedekah*” (studi Pada Pengikut Akun Twitter @kitabisa.com), Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2021).

¹⁷Redaksi YM News, “Yatim Mandiri Luncurkan *Platform* Tanam Berkah Sebagai Ladang Kebaikan Indonesia,” dalam <https://yatimmandiri.org/news/yatim-mandiri-luncurkan-platform-tanam-berkah-sebagai-ladang-kebaikan-indonesia/> , (diakses pada tanggal 25 November 2022, jam 15.30).

¹⁸Samsul Huda, *Wawancara*. 3 November 2022.

penghimpunan sebesar Rp 5.220.000 namun baru tercapai Rp 50.000 dan kampanye ini sudah berjalan selama sembilan bulan.¹⁹ Selain kampanye tersebut juga terdapat kampanye lain yang juga belum memenuhi target yang telah ditentukan. Yaitu kampanye Kanker Tulang Gerogoti Kaki Pak Pardi Tiap Detik memiliki target sebesar Rp 46.777.500 namun baru terkumpul sebesar Rp 10.444.²⁰ dimana kampanye ini sudah berjalan selama satu tahun yang lalu. Nominal tersebut sangatlah jauh dari target yang telah ditentukan.

Dari permasalahan diatas dapat disimpulkan bahwa Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo belum dapat memaksimalkan media *digital* dalam mempromosikan program-programnya. Sehingga target yang telah ditentukan belum dapat tercapai secara maksimal. Olehkarena itu pentingnya untuk memiliki strategi yang baik, merencanakan dengan cermat dan terus memantau serta mengevaluasi kinerja kampanye yang telah di jalankan. Media *digital* merupakan alat yang efektif dalam penghimpunan dana, namun untuk mendapatkan keberhasilan dalam menggalang dana juga memerlukan komitmen, inovasi dan transparansi dari Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam berhubungan dengan donatur.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah berikut:

1. Bagaimana strategi *digital fundraising* yang diterapkan Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo di masa pandemi covid 19?
2. Apa faktor penghambat dan faktor pendukung dalam menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah melalui media *digital* pada masa pandemi di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo?

¹⁹Yatim Mandiri Ponorogo, “Bahagiakan Lansia Difabel,” dalam <https://tanamberkah.com/lansiadifabel>, (diakses pada tanggal 8 November 2023, jam 10.15).

²⁰Yatim Mandiri Ponorogo, “Kanker Tulang Gerogoti Kaki Pak Pardi Tiap Detik,” dalam <https://tanamberkah.com/semangat-pak-supardi>, (diakses pada tanggal 8 November 2023, jam 10.45).

3. Apa dampak dari pemanfaatan media *digital* di masa pandemi dalam strategi *fundraising* zakat, infaq dan sedekah di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi *digita fundraising* yang diterapkan Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo di masa pandemi covid 19.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung dalam menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah melalui media *digital* pada masa pandemi di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo.
3. Untuk mengetahui dampak dari pemanfaatan media *digital* di masa pandemi dalam strategi *fundraising* zakat, infaq dan sedekah di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi tambahan rujukan di perpustakaan IAIN Ponorogo pada umumnya. Serta dapat berguna bagi banyak pihak terutama sebagai referensi atau pembanding bagi studi-studi yang akan datang.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan keilmuan dalam bidang penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah baik secara *digital* maupun langsung, sehingga dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat yang ingin menyalurkan sebagian rezekinya kedalam Lembaga Amil Zakat.

3. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna khususnya dalam memberikan pengarahan kepada masyarakat yang masih awam akan dunia *digital* serta lebih teliti dalam mencari lembaga amil zakat yang berbasis *digital* guna menghindari kasus penipuan.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian ini disusun dengan melakukan perbandingan menggunakan penelitian-penelitian terdahulu yang masih berkaitan dan relevan dengan judul penelitian ini. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan peneliti adalah:

Pertama jurnal yang berjudul “Strategi Penghimpunan (*Fundraising*) Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitull Mall Hidayatullah Jambi di Masa Pandemi Covid 19” penelitian ini ditulis oleh Nurdiani, Nurida Isnaeni, Paulina Lubis.²¹ Penelitian ini membahas tentang pelaksanaan strategi *fundraising* di tengah pandemi Covid 19. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang strategi penghimpunan di tengah pandemi covid 19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah lokasi penelitian.

Kedua skripsi yang berjudul “Strategi *Fundraising* BAZNAS Pusat Melalui *E-commerce*” penelitian ini ditulis oleh Meike Siti Nurhajizah.²² Penelitian ini membahas mengenai pelaksanaan strategi *fundraising* BAZNAS melalui *e-commerce*, dalam penelitian ini berfokus pada strategi dari *fundraising* dan penerapannya serta

²¹ Nurdiani, Nurida Isnaeni, Paulina Lubis, “Strategi Penghimpunan (*Fundraising*) Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitull Mall Hidayatullah Jambi di Masa Pandemi Covid 19” *Najaha Iqtishod : Journal of Islamic Economic and Finance*, Volume 3, Nomor 1 (2022).

²² Meike Siti Nurhajizah, “Strategi *Fundraising* BAZNAS Pusat Melalui *E-Commerce*” Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2017).

dampak dari penerapan strategi melalui *e-commerce* yang dilakukan oleh BAZNAS Pusat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah membahas tentang pemanfaatan media *digital* dalam menghimpun dana zakat. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada objek penelitian. Dimana objek penelitian ini berfokus pada strategi *fundraising* melalui *e-commerce*, sedangkan objek penelitian yang akan diteliti adalah peran media *digital* dalam menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

Ketiga skripsi yang berjudul “Strategi *Digital Fundraising* Pada LAZIS (Laboratorium Amil Zakat Infak dan Sedekah) Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” penelitian ini ditulis oleh Muhammad Adryan Fitryansyah.²³ Penelitian membahas tentang strategi *digital fundraising* yang diterapkan LAZIS Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta untuk meningkatkan minat muzakki dalam berdonasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah memanfaatkan media *digital* sebagai strategi menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah lokasi penelitian yang diambil. Lokasi penelitian ini bertempat di laboratorium amil zakat infak dan sedekah manajemen dakwah Uin Syarif Hidayatullah Jakarta sedangkan lokasi penelitian yang akan diteliti adalah Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo.

Keempat skripsi yang berjudul “Strategi *Fundraising* Dana ZIS BAZNAS Kabupaten Banyumas Melalui Sistem Berbayar Non Tunai

²³ Muhammad Adryan Fitryansyah, “Strategi *Digital Fundraising* Pada LAZIS (Laboratorium Amil Zakat Infak dan Sedekah) Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2023).

QRIS” Penelitian ini ditulis oleh Devi Fitriani.²⁴ Penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Banyumas dalam melakukan kegiatan penghimpunan dana ZIS melalui layanan pembayaran *digital* QRIS. Persamaan penelitian ini adalah pemanfaatan media *digital* sebagai strategi penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah. Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah objek penelitian dimana penelitian ini berfokus pada strategi *fundraising* melalui pembayaran non tunai QRIS. Sedangkan objek yang akan diteliti adalah peran media *digital* dalam menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

Kelima skripsi yang berjudul “Analisis Strategi *Fundraising* BAZNAS Kota Banjarmasin dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah di Masa Pandemi Covid 19” Penelitian ini ditulis oleh Siti Ikrimah.²⁵ Penelitian ini membahas tentang pelaksanaan strategi penghimpunan ZIS dalam meningkatkan penghimpunan di tengah pandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian saat ini adalah sama-sama membahas tentang strategi penghimpunan di tengah pandemi covid 19. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian saat ini adalah lokasi penelitian.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif yang menghasilkan temuan yang tidak dapat dicapai melalui teknik statistik.²⁶ Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan

²⁴ Devi Fitriani, “Strategi *Fundraising* Dana ZIS BAZNAS Kabupaten Banyumas Melalui Sistem Berbayar Non Tunai QRIS” Skripsi (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022).

²⁵ Siti Ikrimah, “Analisis Strategi *Fundraising* BAZNAS Kota Banjarmasin dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah di Masa Pandemi Covid 19” Skripsi (Banjarmasin: UIN Antasari 2022).

²⁶ Umar Sidiq, Dkk. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo: Nata Karya 2019), 4.

pemahaman tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian²⁷ Kemudian pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan lapangan (*field reseach*). Pada penelitian lapangan, peneliti melakukan penelitian langsung di lapangan dengan melakukan wawancara ataupun observasi.²⁸ Tujuan dari penelitian lapangan adalah untuk mengungkap fakta yang ada di masyarakat.²⁹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian langsung dan melakukan aktivitas pengumpulan data terkait dengan strategi *digital fundraising* dana zakat, infaq dan sedekah pada masa pandemi covid 19 di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

2. Kehadiran Peneliti

Sesuai dengan penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan merupakan hal paling penting dalam sebuah penelitian. Peneliti sebagai seorang yang melakukan pengamatan terhadap sebuah objek secara cermat serta instrument kunci dalam pengumpulan data. Berhasil tidaknya suatu penelitian sangat bergantung pada kehadiran peneliti, sehingga diharapkan data yang diperoleh di lapangan valid serta jelas dan mudah untuk dianalisis. Dalam penelitian ini, setelah peneliti mendapatkan izin untuk melakukan penelitian, dengan pergi langsung ke lokasi atau objek penelitian untuk melakukan penelitian selama waktu yang telah ditetapkan.

3. Lokasi/Tempat Penelitian

Tempat yang relevan dengan sasaran atau masalah penelitian disebut lokasi penelitian. Lokasi penelitian juga merupakan salah satu jenis sumber data yang dapat digunakan oleh peneliti.³⁰

²⁷ Ibid., 5.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013), 38.

²⁹ Lexy J. Molleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Harus Berkarya, 2009) 324.

³⁰ Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2002), 52.

Tempat yang peneliti pilih untuk penelitian ini yaitu penelitian di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Ponorogo yang beralamat di Jl. Letjend Suprpto No. 1 Tonatan Ponorogo. Lokasi ini peneliti pilih karena Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo merupakan lembaga pengelola zakat yang terpercaya dalam mengelola dana zakat, infaq dan sedekah dan lembaga ini telah memanfaatkan media *digital* dalam strategi penghimpunan zakat, infaq dan sedekah.

4. Data dan Sumber Data

Data adalah semua fakta dan angka yang dapat digunakan untuk membuat informasi. Semua laporan penelitian terdiri dari data, yang juga dapat disebut sebagai materi mentah.³¹ Menurut sutopo sumber data dapat berupa narasumber, peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, benda, gambar, dan rekaman serta dokumen.³² Sumber data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.³³ Data dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan sumbernya, terdapat dua jenis data berdasarkan sumbernya yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal langsung dari sumber pertama seperti observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan staf yang bekerja di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah segala bentuk dokumen, baik tertulis maupun foto.³⁴ Data yang diambil dalam menunjang penelitian ini adalah data tentang sejarah berdirinya lembaga Yatim Mandiri, Strategi penghimpunan dana, jenis-jenis akun *digital*

³¹Mamik *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama, 2015), 77

³² Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 50-54.

³³Mamik, *Metodologi Kualitatif*, 78.

³⁴ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 70.

yang digunakan dalam menghimpun dana, buku-buku, jurnal-jurnal serta dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Secara umum penelitian kualitatif menggunakan metode pengumpulan data yang bersifat interaktif atau noninteraktif.³⁵ Teknik interaktif dipilih peneliti dalam penelitian ini, adapun teknik interaktif meliputi:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara dialog atau dengan bertanya langsung kepada narasumber, responden atau informan.³⁶ Pada penelitian ini, peneliti melaksanakan wawancara dengan berkomunikasi langsung dengan Bapak Supriyanto selaku kepala cabang Yatim Mandiri Ponorogo, Bapak Samsul Huda selaku divisi *fundraising* dan David Maulana selaku divisi pendistribusian/program.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung objek untuk mengetahui kebenarannya, situasi, kondisi, konteks, ruang serta makna selama proses pengumpulan data penelitian.³⁷ Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi langsung terhadap *fundraising* dana zakat, infaq dan sedekah melalui media *digital* di Lembaga Yatim Mandiri pada masa pandemi covid 19.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa gambar, tulisan atau karya-karya orang lain yang sudah lampau.

³⁵ Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 50.

³⁶ Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan dan Praktek* (Bandung : Bina Aksara 2011), 15.

³⁷ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 81.

Bentuk dokumentasi sangat beragam, mulai dari yang tertulis sederhana sampai yang lengkap, dan bahkan dapat berupa benda-benda lain seperti foto dan sebagainya.³⁸ Dokumentasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan meninjau kembali literatur atau dokumen serta gambar yang relevan terkait dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini.

6. Teknik Pengolahan Data

Data dari hasil wawancara, observasi serta dokumentasi merupakan data mentah yang harus diolah agar mendapatkan kesimpulan atau hasil yang akurat. Karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, metode pengolahan data digunakan untuk membuat data menjadi kalimat yang teratur, runtut, logis, tidak tumpang tindih dan efektif sehingga lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Adapun tahapan-tahapan dalam pengolahan data yaitu:

a. Pemeriksaan data (*editing*)

Pemeriksaan data atau penyusain adalah proses yang dilakukan pada data yang telah dikumpulkan untuk memeriksa kelengkapan, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan data lain.³⁹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses pemeriksaan data atau penyusain pada data yang dikumpulkan.

b. Klasifikasi (*classifying*)

Klasifikasi adalah proses mengelompokkan semua data yang diperoleh dari observasi, wawancara, serta dokumentasi. Semua data yang telah diperoleh ditelaah secara menyeluruh, kemudian dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan.⁴⁰

³⁸ Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 69.

³⁹ Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi AKSARA 2005), 5.

⁴⁰ Lexy J. Molleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 105

c. Verifikasi (*Verifying*)

Verifikasi merupakan metode dalam memeriksa informasi dan data yang telah diperoleh agar data tersebut valid sehingga dapat diakui dan dimanfaatkan untuk tujuan penelitian.⁴¹

d. Kesimpulan (*concluding*)

Metode terakhir dalam pengolahan data adalah kesimpulan. Kesimpulan ini lah yang nantinya akan digunakan sebagai data terkait dengan objek penelitian.

7. Teknik Analisa Data

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara dan pengamatan pada penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah melalui media *digital* pada masa pandemi covid 19 di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo, maka peneliti menggunakan metode analisis Miles dan Huberman untuk menyusun dan menganalisis data yang telah peneliti kumpulkan. Dalam hal ini langkah-langkah yang harus di ambil sebagai berikut:⁴²

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang penting dan menemukan tema serta pola dari data yang telah diperoleh dari lapangan yang jumlahnya banyak, hal ini dilakukan agar data atau informasi yang tidak relevan atau tidak sesuai dengan tema penelitian dapat disaring, kemudian selanjutnya data-data tersebut dapat diverifikasi.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berupa kalimat naratif, gambar/diagram, kisi-kisi dan table sebagai cerita. Adapun tujuan penyajian data untuk menemukan pola yang

⁴¹ Nana Suaudjana dan Ahwal Kusuma, *Proposal Penelitian Di Perguruan Tinggi* (Bandung: Sinar Baru Argasindo 2002), 84

⁴² Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makasar: CV Syakir Media Press 2021)

signifikan dan memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan.

c. Verifikasi Data

Verifikasi data merupakan pemeriksaan kembali data yang dikumpulkan pada awal pengumpulan data, untuk melakukan analisis kualitatif dan kemudian dapat ditarik kesimpulan.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk mengecek keabsahan data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber diluar data sebagai pembanding.⁴³ Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam teknik pengecekan keabsahan data.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan memberikan gambaran umum tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Tujuan dari bab ini adalah untuk menjelaskan arah penelitian yang peneliti lakukan dalam penelitian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kajian teoritik yang akan memberikan gambaran umum tema penelitian yang berisi uraian teori strategi, penghimpunan dana (*Fundraising*), dan media strategi *digital*. Tujuan dari bab ini

⁴³ Lexy J. Mollong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 330.

adalah untuk mengetahui teori umum yang relevan dengan permasalahan penelitian dan berfungsi sebagai bahan untuk membahas mengenai teori yang melatarbelakangi masalah penelitian kemudian mengaitkannya dengan permasalahan di lapangan.

BAB III : PAPARAN DATA STRATEGI *DIGITAL FUNDRAISING* PADA MASA PANDEMI COVID 19

Bab ini merupakan paparan atau penjelasan tentang data yang diperoleh dari hasil penelitian. Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian dan strategi *digital fundraising* pada masa pandemi covid 19 di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

BAB IV : ANALISA STRATEGI *DIGITAL FUNDRAISING* PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI LEMBAGA YATIM MANDIRI PONOROGO

Bab ini merupakan analisis serta interpretasi yang disesuaikan dengan masalah dan temuan dari penelitian teoritis sebelumnya tentang penyajian data untuk mencapai kesimpulan tentang hubungan antara data lapangan dengan teori yang sudah ada.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mencakup dari hasil analisis dan kesimpulan, serta saran untuk topik penelitian selanjutnya.

BAB II

STRATEGI FUNDRAISING

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategos* yang berarti sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal saat mereka membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang.⁴⁴ Strategi menurut KBBI adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁴⁵ Chandler mendefinisikan strategi pertamakali sebagai tujuan jangka panjang perusahaan, serta penggunaan dan pembagian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.⁴⁶ Sedangkan Nanang Fatah mengartikan strategi sebagai tindakan yang sistematis dan sistematis dalam melaksanakan rencana secara menyeluruh dan berjangka panjang untuk mencapai tujuan.⁴⁷ Terdapat dua cara berbeda dalam memahami strategi, dimana strategi dalam pendekatan tradisional melihat strategi sebagai rencana masa depan yang antisipatif. Disisi lain, pendekatan baru melihat strategi sebagai pola dan reflektif.⁴⁸

Strategi merupakan cara suatu perusahaan atau organisasi mencapai tujuannya didasarkan pada peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kapasitas dan sumber daya.⁴⁹ Sedangkan menurut Skinner strategi merupakan filosofi yang berkaitan dengan alat untuk mencapai tujuan. Pendapat lain dikemukakan oleh K.Marrus yang mengungkapkan bahwa strategi merupakan suatu proses penentuan rencana yang dibuat oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan rencana, model atau

⁴⁴ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makasar: Nas Media Pustaka 2020), 1-2.

⁴⁵ Kbbi, Strategi, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/STRATEGI>, (Diakses 16 Juni 2022 Jam 9.30).

⁴⁶ Sedarmayanti, *Manajemen strategi*, (Bandung: PT Refika Aditama 2014), 4.

⁴⁷ Ahmad, *Manajemen Strategis*, 2.

⁴⁸ Ibid.,

⁴⁹ Sigit Hermawan dan Sriyono, *Manajemen Strategi dan Risiko* (Sidoarjo: UMSIDA Press 2020), 3.

upaya untuk mencapainya.⁵⁰ Kotler menggambarkan strategi sebagai penempatan misi suatu organisasi, penetapan tujuan organisasi melalui peningkatan sumber daya eksternal dan internal, serta perumusan kebijakan dan teknik tertentu untuk mencapai tujuan dan memastikan implementasinya secara tepat. Ini memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan utamanya dan mencapai sasaran utamanya.⁵¹

Sedangkan Mintzberg mengartikan strategi sebagai *Strategy is a plan, is a pattern, is a position, is a perspective* yang artinya strategi merupakan rencana, pola, posisi dan sudut pandang.⁵² Strategi juga disebut sebagai rencana yang merupakan serangkaian tindakan yang dimaksudkan untuk menangani situasi tertentu dan dibuat sebelum tindakan tersebut diambil atau diterapkan. Strategi dilihat sebagai pola yang muncul dalam siklus tindakan. Dengan kata lain strategi adalah suatu konsistensi dalam perilaku, baik itu diniatkan ataupun tidak. Strategi sebagai posisi memiliki arti penempatan organisasi dalam posisi yang menguntungkan, apakah posisi tersebut kompetitif atau tidak. Dengan demikian, organisasi menempati posisi khusus dan kuat dalam lingkungan bisnisnya. Strategi sebagai prespektif dipahami sebagai komitmen pembuat strategi untuk bertindak serta merespon lingkungan dengan cara tertentu.⁵³

2. Pentingnya Strategi

Adapun pentingnya strategi dalam suatu organisasi ataupun perusahaan adalah sebagai berikut:⁵⁴

- a. Untuk memberikan arahan yang jelas kepada semua jajaran manajemen dalam perusahaan.

⁵⁰ Ibid., 44.

⁵¹ Nur Kholis, *Manajemen Strategi Pendidikan* (Formulasi, Implementasi dan Pengawasan), (Surabaya: UIN SA Press 2014), 5.

⁵² Budiman dan Ujang Cepi Barlian, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV. Putrana Jaya Mandiri: 2020), 43.

⁵³ Ayi Ahadiat, *Manajemen Strategik: Tinjauan Teoritikal Multiperspektif*, (Bandar Lampung: Pusat Penerbitan Lembaga Penelitian Universitas Lampung 2010), 2-4.

⁵⁴ Rahayu Puji Suci, *Esesnsi Manajemen Strategi* (sidoarjo: Zifatama Publisher 2014) 3.

- b. Agar manajer berpikir jauh kedepan dengan kreatif.
- c. Memaksa manajer untuk mengantisipasi serta meramalkan faktor eksternal yang rumit dan tidak pasti.
- d. Dengan menyusun strategi, diharapkan manajer dapat berkomunikasi dengan jelas satu dengan yang lainnya. Strategi dapat menyatukan pandangan yang berbeda dari setiap manajer dan departemen dalam perusahaan.
- e. Strategi sangat diperlukan sebab perusahaan selalu dihadapkan dengan situasi persaingan. Sehingga jika tidak mampu untuk mengantisipasi kedepan, maka akan ketinggalan dengan para pesaing.

3. Manajemen Strategi

a. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi biasanya mencakup pengembangan visi, misi, identifikasi peluang serta ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan serta kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi alternative, serta pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.⁵⁵

b. Penerapan Strategi

Penerapan strategi sering disebut sebagai tahap aksi dimana memobilisasi karyawan serta manajer untuk melaksanakan strategi yang telah dirumuskan. Tahapan ini sering dianggap sebagai tahapan yang sulit dalam manajemen strategi, dalam penerapannya dibutuhkan disiplin, komitmen serta pengorbanan personal. Keberhasilan dalam penerapan strategi adalah bergantung pada kemampuan manajer dalam memotivasi karyawannya.⁵⁶

c. Penilaian Strategi

Penilaian strategi merupakan tahapan akhir dalam manajemen strategi, dimana terdapat tiga aktivitas dalam penilaian strategi yaitu peninjauan ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan

⁵⁵ Sedarmayanti, *Manajemen strategi*, 11.

⁵⁶ Ibid, 12.

bagi strategi saat ini, pengukuran kinerja dan pengambilan langkah korektif.⁵⁷

B. Konsep Fundraising

1. Pengertian *Fundraising*

Fundraising adalah proses mengumpulkan atau menggalang dana untuk zakat, infaq, sedekah dan sumber dana lainnya dari individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang kemudian diberikan kepada mustahik atau orang yang berhak atasnya.⁵⁸ Silvia mendefinisikan penggalangan dana adalah cara manajemen untuk menemukan orang yang dapat berbagi nilai-nilai dengan organisasi dan membangun hubungan.⁵⁹ Sedangkan Norton mendefinisikan *fundraising* sebagai upaya untuk mengumpulkan dana atau sumber lain untuk memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan dan untuk membiayai operasional organisasi pelayanan sosial.⁶⁰

Terdapat lima tujuan pokok dalam kegiatan *fundraising* zakat, infaq dan sedekah yaitu menggalang dana, meenggalang donatur, menggalang simpatisan atau pendukung, menciptakan citra lembaga, dan memberikan kepuasan pada donatur.⁶¹ Dalam pengumpulan zakat ini telah ditegaskan oleh Allah sebagaimana firmanNya sebagai berikut:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka.

⁵⁷ Ibid.,

⁵⁸ Sri Nurhayati dkk, *Akuntansi dan Manajemen Zakat*, (Jakarta selatan: Penerbit Slaemba Empat 2019), 78.

⁵⁹ Yessi Rachmasari dkk, *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi* (Bandung: Unpad Press 2016), 6.

⁶⁰ Ibid.,18.

⁶¹ Ambok Pangiuk, *Pengelolaan Zakat Di Indonesia*, 60.

*Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.”*⁶²

Oleh karena itu terdapat dua tahap dalam menghimpun dana yaitu yang pertama menunjukkan kepada calon donatur bahwa ada kebutuhan penting yang dapat dipenuhi melalui kegiatan. Dan tahap yang kedua yaitu meyakinkan orang-orang mau menyumbang dan menunjukkan alasan-alasan kegiatan.⁶³

2. Metode *Fundraising*

Terdapat dua jenis metode *fundraising* yaitu secara langsung dan tidak langsung:

a. Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*)

Direct fundraising merupakan metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipan muzakki atau donatur secara langsung. Dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa secara langsung dilakukan.⁶⁴ Dengan metode ini apabila diri muzakki muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser* lembaga, maka akan segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia.

b. Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*)

Indirect fundraising merupakan suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipan muzakki secara tidak langsung. Dimana bentuk-bentuk *fundraising* tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada

⁶² al-Qur'an 9:103.

⁶³ Ibid., 61.

⁶⁴ Ibid., 62.

pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu.⁶⁵

C. Strategi Fundraising

Strategi *fundraising* menurut Young adalah kunci sukses dalam kegiatan penggalangan dana. Strategi penggalangan dana diibaratkan sebagai peta dalam perjalanan organisasi sosial. Strategi *fundraising* akan menghasilkan sebuah analisa mengenai faktor dari dalam serta luar organisasi. Hal ini akan menunjukkan bagaimana cara mendapatkan hasil terbaik dari usaha penggalangan dana yang dilakukan. Sedangkan Norton menjelaskan bahwa strategi *fundraising* merupakan tulang punggung dalam kegiatan menggalang dana. Organisasi pelayanan sosial perlu memberikan perintah penuh sejak awal pada setiap langkah yang akan diambil dalam menggalang dana agar berjalan dengan lancar.⁶⁶

Pengelolaan zakat merupakan suatu kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan terhadap penghimpunan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. pengelolaan zakat dilakukan oleh badan amil zakat yang dibentuk oleh pemerintah yang diorganisasikan dalam bentuk suatu badan atau lembaga. Dalam pengumpulan zakat dilakukan oleh badan amil zakat dengan cara menerima atau mengambil dari muzakki atas dasar pemberitahuan dari muzakki. Adapun strategi pengumpulan zakat, infaq dan sedekah haruslah dilakukan secara terprogram dan terencana.⁶⁷ Selain itu pengumpulan zakat sebaiknya dilakukan dengan mekanisme yang baik yang tidak ada unsur merugikan siapapun. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang matang agar proses pengumpulan bisa tepat dan bermanfaat. Pentingnya strategi dalam pengumpulan zakat adalah sekaligus untuk mengotimalkan perolehan zakat. Oleh sebab itu terdapat tiga unsur penting yang sangat

⁶⁵ Ibid., 63.

⁶⁶ Yessi Rachmasari dkk, *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*, 21-22.

⁶⁷ Ambok Pangiuk, *Pengelolaan Zakat Di Indonesia*, 34-35.

berpengaruh terhadap keberhasilan konsep strategi pengumpulan zakat, infaq dan sedekah yaitu:⁶⁸

1. Strategi Kinerja

Islam telah memberikan nilai-nilai etos kerja yang dapat mendorong dan suksesnya lembaga. Etos kerja merupakan salah satu unsur yang harus ada dalam melakukan segala jenis kegiatan, dalam hal ini adalah pengumpulan zakat. Jika dalam pengumpulan zakat diiringi dengan etos kerja yang baik maka dapat dipastikan mampu menunjang keberhasilan strategi kinerja amil zakat. Etos kerja akan memberikan gambaran pelayanan yang baik dan terukur.

2. Strategi Pengumpulan Zakat

Menurut Abu Bakar dan Muhammad, terdapat beberapa tahapan dalam strategi pengumpulan zakat, infaq dan sedekah yaitu:⁶⁹

a. Penentuan segmen dan target muzakki

Penentuan segmen dan target muzakki dimaksudkan untuk mempermudah amil dalam melaksanakan tugas pengumpulan zakat. Amil tidak langsung terlibat dalam proses pengumpulan zakat tanpa mengetahui peta muzakki secara jelas. Pemetaan potensi zakat dari kalangan muzakki mensyaratkan adanya data dan informasi menyeluruh tentang umat Islam dari aspek sosial, ekonomi, pendidikan budaya dan geografi. Aspek tersebut diperlukan untuk membantu proses pelaksanaan sosialisasi pemahaman tentang kewajiban zakat dan dampaknya terhadap proses transformasi sosial ekonomi umat.

b. Penyiapan sumber daya dan system operasi

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penyiapan sumber daya manusia dan system operasi sebagai beriku:

- 1) Menyusun dan membenahi sumber daya manusia yang memiliki moral dan kompetensi yang tepat.

⁶⁸ Ibid., 35

⁶⁹ Ibid., 36

- 2) Memilih pengurus organisasi zakat yang memiliki komitmen dan kompetensi untuk mengembangkan organisasi zakat utamanya dalam mengelola dan mensosialisasikan visi dan misi lembaga.
 - 3) Membangun system serta prosedur yang baik, hal ini dapat mendukung terpenuhinya standarisasi operasi, menghindari penyimpanan, dan membuat dokumentasi dengan baik.
 - 4) Mengadakan pelatihan bagi pengurus lembaga zakat.
 - 5) Membangun system komunikasi, dimana pembangunan system komunikasi harus menekankan pada pembangunan database, yaitu mereka yang memenuhi kriteria sebagai muzakki utama akan menjadi sasaran kegiatan komunikasi.
- c. Membangun system komunikasi permanen yang memungkinkan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan oleh lembaga zakat
- Ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu:
- 1) Membuat atau memilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan secara efektif dan efisien.
 - 2) Melakukan proses komunikasi secara tepat dan teratur.
 - 3) Melakukan kerjasama dengan media masa.
 - 4) Menyusun dan melakukan system pelayanan yang dilakukan dengan tetap mengacu pada segmen dan target muzakki utama, sehingga dapat disusun bentuk pelayanan yang lebih tepat untuk mereka.

3. Strategi Marketing

William J. Stanton menyatakan pemasaran sebagai suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁷⁰ Sedangkan Philip Kotler dan Tom Duncan menyatakan bahwa pemasaran

⁷⁰ Ibid., 9

mencakup semua proses yang dilakukan untuk menjual produk kepada pelanggan.⁷¹

Pemasaran dapat diterapkan pada lembaga zakat. Dimana layaknya lembaga profit, Lembaga zakat juga harus memiliki tim pemasaran yang melakukan terobosan, agar sesuai dengan fungsinya, yaitu melakukan proses penggalangan dana zakat, infaq dan sedekah. Adapun target marketingnya adalah mendapatkan muzakki baru demi keberlangsungan lembaga, namun marketing tidak boleh hanya mengincar materi muzakki namun juga harus memberikan pelayanan yang bermanfaat kepada muzakki dan juga lembaga zakat.

Adapun kegiatan utama pemasaran, juga dikenal sebagai bauran pemasaran, adalah sebuah perangkat perusahaan yang terdiri dari empat variabel yaitu produk, struktur harga, promosi, dan cara distribusi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa sukses pemasaran perusahaan yang dapat memberikan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang dipilih.⁷² Dalam konteks *fundraising*, bauran pemasaran dapat diterapkan untuk meningkatkan kesadaran, partisipasi, dan dukungan dari masyarakat atau pihak lain. Berikut adalah beberapa elemen bauran pemasaran yang dapat diterapkan dalam kegiatan *fundraising*:

a. Produk (*product*)

Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai apa yang dapat ditawarkan di pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan termasuk di dalamnya adalah objek fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan produk adalah sesuatu yang berwujud maupun

⁷¹ Napitulu Sabar dkk, *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis dengan Teori-teori Para Ahli*, (Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeco 2021), 193.

⁷² *Ibid.*, 194

sesuatu yang tidak berwujud yang lazim disebut jasa. Produk dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

- 1) Penggolongan menurut tujuan pemakainya, yang biasa disebut sebagai barang konsumsi. Barang konsumsi adalah barang-barang yang dibeli dengan tujuan untuk dikonsumsi, jadi barang-barang ini hanya untuk dikonsumsi sendiri dan tidak digunakan dalam proses produksi.
- 2) Barang produksi, merupakan barang yang dibeli untuk menjalankan bisnis atau menghasilkan produk lain. Menurut tingkat konsumsi dan konkret tidaknya sebuah produk digolongkan menjadi dua yaitu barang tahan lama dan barang tidak tahan lama.
- 3) Jasa, merupakan kegiatan, kegunaan atau kepuasan yang dijual. Pada uraian tersebut maka produk *home industri* merupakan barang konsumsi.

b. Harga (*Price*)

Kebijakan harga didefinisikan oleh Marius P. Angipora sebagai tuntutan atau pedoman manajerial yang akan diperlukan untuk membuat keputusan di masa yang akan datang bilamana situasi memerlukannya. Oleh karena itu, kebijakan dapat diartikan sebagai tindakan konkret yang dilakukan secara teratur dalam situasi taktis atau strategis tertentu. Apabila produk yang dilihat berkualitas tinggi dan banyak keuntungan, maka harga akan dinilai murah, tetapi jika persepsi pelanggan tentang kualitas rendah dan tidak dianggap memiliki manfaat, maka harga umumnya dianggap mahal, sehingga harga bisa juga menggambarkan nilai perbandingan antara pengorbanan dan manfaat di mata pelanggan (persepsi konsumen).

c. Tempat (*Place*)

Setelah produk dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan

bagaimana dan ke mana produk akan dijual. Ini mencakup strategi penyaluran dan pemilihan metode distribusi.

d. Promosi (*Promotion*)

Basu Swastha mendefinisikan promosi sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

4. Media Strategi *Digital Fundraising*

Di era saat ini, penggalangan dana melalui *online* dapat dilakukan dengan menggunakan akses internet. Sergeant mengemukakan bahwa penggalangan dana dengan memanfaatkan media *digital* merupakan cara termudah, tercepat dan termurah untuk mendapatkan informasi sekarang ini.⁷³ Hal ini juga berlaku pada media *digital* yang akan dimanfaatkan oleh lembaga pengelola zakat dalam rangka mensosialisasikan kegiatan penghimpunan dananya dengan memanfaatkan bermacam kanal dan platform media yang ada. Salah satu tujuan dari strategi pemasaran ini adalah untuk mengkomunikasikan dan memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat tentang pentingnya zakat. Dalam strategi pemasaran ini adalah membangun komunikasi dan memberikan informasi yang sesuai kepada masyarakat tentang pentingnya zakat. Mempromosikan zakat secara terorganisir mendorong semua anggota masyarakat untuk berpartisipasi dalam meningkatkan kepuasan masyarakat dan mendorong masyarakat untuk membantu melaksanakan zakat.

Lembaga zakat dapat menentukan posisi mereka terhadap masyarakat dengan mempelajari keinginan, kebutuhan, aspirasi, dan perilaku muzakki. Dengan pengetahuan ini, lembaga zakat dapat membuat strategi untuk menyebarkan pesan zakat yang efektif.

⁷³ Yessi Rachmasari dkk, *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*, 39.

Berikut beberapa kanal dan platform yang bisa dimanfaatkan oleh lembaga pengelola zakat untuk mentransformasikan programnya dalam rangka optimalisasi penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah:

a. Website

Website merupakan kumpulan dari halaman-halaman yang berhubungan dengan file-file lain yang saling terkait. Dengan penggunaan website, pihak organisasi pelayanan sosial atau lembaga amil zakat dapat menyediakan fasilitas dalam webnya, fasilitas tersebut berupa informasi dan profil lembaga, serta fasilitas berupa lembaran isian donatur dengan *icon* tertentu, dan diberikan suatu kalimat dibawahnya, misalnya “klik untuk berdonasi”.⁷⁴

b. Sosial media marketing

Sosial media merupakan suatu bentuk promosi melalui media *digital*. Sosial media ini digunakan untuk membangun keterikatan dengan konsumen atau donatur dalam lembaga amil zakat. Sosial media menawarkan fitur-fitur menarik dan bahkan dapat menjangkau lebih banyak wilayah dengan waktu yang lebih cepat ketimbang menggunakan media konvensional.

Sosial media memiliki karakteristik yang unik diantaranya adalah:⁷⁵

- 1) Transparan yaitu bersifat terbuka terhadap segala informasi. Tujuan dari sosial media adalah menyebarkan informasi agar diketahui publik baik individu atau kelompok sosial.
- 2) Terdapat dialog, di mana selebritas, brand bisnis atau perseorangan dapat menjalin hubungan komunikasi interaktif dengan para *follower*-nya.

⁷⁴ Ibid.,

⁷⁵ Yoyo Sudaryo dan Nunung Ayu Sofiati, *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI 2020), 24.

- 3) Jejaring sosial, di mana sosial media memiliki hubungan antara pengguna, seperti jaring laba-laba yang terhubung satu dengan yang lainnya serta mereka dapat berkomunikasi dan menjalin pertemanan.
- 4) Multi opini yaitu setiap orang dapat mengungkapkan pendapatnya dan berargumentasi dengan pengguna lainnya secara interaktif.
- 5) Multiform, bentuk sosial media sangat beragam dan terdiri atas banyak channel atau kanal seperti video, portal web, *social media press release* dan sebagainya.
- 6) Memiliki kelebihan sebagai media promosi *online*, sosial media memiliki *tools* atau fitur yang dapat memunculkan peluang dalam mewujudkan visi dan misi sebuah kelompok atau organisasi.

Adapun sosial media yang dapat digunakan dalam kegiatan *fundraising* oleh lembaga amil zakat meliputi *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn* dan lain-lain.

c. Email

Email marketing merupakan bentuk pemasaran langsung yang menggunakan email sebagai sarana komunikasi komersial atau pesan penggalangan dana untuk audiens. Mohammadi mengartikan *email marketing* sebagai pemasaran secara langsung pesan komersial ke sekelompok orang yang menggunakan *email*. Biasanya melibatkan penggunaan email untuk mengirim iklan, meminta bisnis, atau meminta penjualan atau sumbangan, dan dimaksudkan untuk membangun loyalitas, kepercayaan atau kesadaran merek.⁷⁶ Dalam kegiatan *fundraising* email lebih digunakan untuk mengirimkan proposal, newsletter dan profil, lembaga pelayanan sosial atau lembaga amil zakat kepada alamat email donatur.

⁷⁶ Salmiah dkk, *Online Marketing*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 154.

d. *E-Banking, internet banking dan mobile banking*

1) *E-Banking*

Menurut Khan, Korankye, Driga dan Isac, Adam, Widiyono, Narasuti *electronic banking* (e-banking) merupakan suatu bentuk layanan yang diberikan oleh perbankan dalam menangani berbagai bentuk bisnis perbankan melalui *electronic channel* khususnya melalui internet dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat menghemat waktu dan biaya bagi nasabah maupun bank.⁷⁷

2) *Internet Banking*

Internet banking merupakan bagian dari *electronic banking based on personal channel*, dimana *internet banking* ini memberikan kemudahan bagi pemilik rekening atau nasabah dalam mengakses rekeningnya melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak *browser* di jaringan internet website resmi bank bersangkutan tanpa menggunakan aplikasi tertentu.⁷⁸

3) *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan fasilitas bank yang memiliki kesamaan dengan internet banking yaitu sama-sama berbasis dengan perbedaan yaitu dalam *mobile banking* nasabah harus terlebih dahulu mengunduh aplikasi *mobile banking* dan aplikasi tersebut hanya bisa digunakan pada *smartphone* atau *tablet*. Penggunaan *mobile banking* memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan perbankan mereka tanpa batas dan ruang waktu.⁷⁹

⁷⁷ Unggul Basoeky dkk, *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia 2021), 81

⁷⁸ Ibid., 89.

⁷⁹ Ibid., 93.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo

Yatim Mandiri merupakan Lembaga Amil Zakat Nasional milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan yatim dhuafa dengan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf serta dana lainnya yang halal dan legal dari perorangan, kelompok maupun lembaga/perusahaan. Kelahiran Yatim Mandiri berawal dari kegelisahan bebeorang aktivis panti asuhan di Surabaya yaitu Sahid Haz, Sumarno, Hasan Sadzili, Syarif Mukhodam dan Moch Hasyim. Mereka prihatin melihat anak-anak yatim di panti asuhan, setelah lulus SMA anak-anak yatim itu terlunta-lunta dan tidak bekerja. Melihat kondisi seperti ini, kemudian mereka merancang sebuah wadah gerakan dengan badan hukum yayasan yang bergerak dalam bidang pendidikan anak yatim purna asuh dari panti asuhan dengan program mengikutsertakan anak-anak yatim kursus keterampilan. Dengan harapan nantinya anak-anak yatim dapat memiliki nilai lebih untuk melanjutkan sekolah atau bekerja setelah lulus SMA.

Untuk mewujudkan mimpi memandirikan anak yatim maka pada tanggal 31 Maret 1994 dibentuklah sebuah yayasan yang diberi nama Yayasan Pembinaan dan Pengembangan Panti Asuhan Islam dan Anak Purna Asuh (YP3IS). Dalam perjalanannya YP3IS semakin berkembang dengan baik berkat dukungan dari dana masyarakat dan semakin professional dalam memandirikan anak yatim melalui program-programnya. Setelah melalui banyak perubahan secara manajemen serta untuk memperluas kemanfaatan dalam memandirikan anak yatim, maka melalui rapat diputuskan untuk mengganti nama menjadi Yatim Mandiri.

Pada tanggal 22 Juli 2008 Yatim Mandiri Terdaftar di Depkumham dengan nomor: AHU-2413.AH.01.02.2008. Dengan nama baru Yatim Mandiri diharapkan dapat menjadi lembaga pemberdayaan anak yatim yang kuat di negeri ini. Kemudian di tahun 2016 Yatim Mandiri telah terdaftar secara resmi sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional berdasarkan SK. Kemenag RI no 185 tahun 2016. Hingga saat ini Yatim Mandiri telah memiliki 46 kantor layanan di 14 Provinsi di Indonesia, termasuk di Ponorogo yang bertempat di Jalan. Letjend Suprpto Nomor 1 Desa Tonatan Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.

a. Legalitas Lembaga Yatim Mandiri

Yatim Mandiri adalah Lembaga Amil Zakat Nasional yang telah memiliki legalitas melalui aspek legal formal sebagai berikut:⁸⁰

SK LAZNAS	: SK. KEMENAG RI No.185 Tahun 2016
Akta Notaris	: Trining Ariswati, S.H. No.100 Tahun1994
Surat Keterangan Domisili	: 745/05/436.11.23.1/2011
Kep. MENKUMHAM RI	: AHU-2413.AH.01.02.2008
Perubahan Akta Yayasan	: Maya Ekasari Budiningsih, S.H No. 12 Tahun 2008
NPWP	: 02.840.224.6-609.000

2. Visi dan Misi Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

a. Visi

Menjadi lembaga terpercaya dalam membangun kemandirian yatim dan dhuafa.

⁸⁰ Annual Report 2020 Yatim Mandiri, 3.

- b. Misi
- 1) Membangun nilai-nilai kemandirian yatim dan dhuafa.
 - 2) Meningkatkan partisipasi masyarakat dan dukungan sumber daya untuk kemandirian yatim dan dhuafa.
 - 3) Meningkatkan *capacity building* organisasi.
3. Struktur Organisasi Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo
- a. Kepala Cabang : Supriyanto
 - b. Keuangan : Rifki Baidhowi
 - c. Administrasi : Herlina Sofi
 - d. Pendistribusian : David Maulana
 - e. *Fundraising* : Eko Murtoyo
Rais Rosidiyah
Samsul Huda
Erlin Nurdiyana
Dian Yoga Wardana
M Yusron Asrorul A
Attaufiqul Haq
4. Program Kerja Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

Adapun program yang dijalankan oleh lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam memberikan manfaat bagi anak yatim dan umat manusia secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Bidang Pendidikan
 - 1) ICMBS (*Insan Cendekia Mandiri Boarding School*).
 - 2) Sanggar Al-Qur'an.
 - 3) Kampus Kemandirian.
 - 4) Rumah Kemandirian.
 - 5) Beasiswa Yatim Mandiri (BESTARI).
- b. Bidang Pemberdayaan
 - 1) MEC (*Mandiri Entepeneur Center*).
 - 2) Kampung Mandiri.
 - 3) BISA (*Bunda Mandiri Sejahtera*).

- c. Bidang Kesehatan
 - 1) Layanan Sehat Mandiri
 - 2) Mobil Sehat dan Layanan Ambulance
- d. Bidang Sosial Kemanusiaan
 - 1) Bantuan Langsung Mustahik
 - 2) Yatim Mandiri Peduli Bencana (YMPB)
- e. Dakwah
 - 1) Pengiriman Dai
- f. Wakaf
 - 1) Wakaf Manfaat
 - 2) Wakaf Produktif

B. Strategi Digital Fundraising di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah lembaga pengelola dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf yang berkhitmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan yatim dhuafa dengan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf serta dana lainnya yang halal dan legal dari perorangan, kelompok maupun organisasi atau lembaga. Penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah sangat diperlukan oleh lembaga pengelola zakat, agar kegiatan sosial dan kemanusiaan dapat berjalan dengan baik. Sehingga keberhasilan dalam menggalang dana bergantung pada strategi yang digunakan oleh lembaga pengelola zakat. Namun mewabahnya pandemi covid 19 telah mengubah cara lembaga pengelola zakat dalam melakukan kegiatan menghimpun dana. Oleh sebab itu dibutuhkan strategi yang matang agar proses pengumpulan dana zakat, infaq dan sedekah bisa tepat dan bermanfaat.

Dalam menghimpun dana di masa pandemi Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo menerapkan dua metode penghimpunan dana. seperti yang telah di sampaikan oleh bapak Supriyanto selaku pimpinan cabang Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

“Untuk selama pandemi covid 19 di Yatim Mandiri Ponorogo terdapat dua strategi yang pertama *offline* atau strategi penghimpunan secara langsung dan yang kedua

online melalui media sosial atau *digital*. Hal ini mau tidak mau kita jalankan dua-duanya, karena sebelumnya kita lebih fokus ke penghimpunan secara langsung. Jadi setelah pandemi ada ini kita harus belajar lagi terkait *digital fundraising* atau melalui media sosial. Karena waktu pandemi tidak bisa bertemu orang langsung jadi kita arahkan para donatur untuk transfer ke rekening Yatim Mandiri Ponorogo.”⁸¹

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan sebelum melakukan strategi *fundraising* adalah dengan menentukan segmentasi atau target muzakki, kemudian menyiapkan sumber daya dan membangun sistem komunikasi yang memungkinkan muzakki dapat mengetahui apa saja yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat.

Di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo sasaran atau target muzakki adalah untuk semua masyarakat baik di Ponorogo maupun di luar Ponorogo. Berikut penjelasan dari bapak Supriyanto. “Kalau dikami itu semua kita sasar, tapi kita juga tau perkembangan zaman itu kan banyak anak-anak milenial. Jadi donatur-donatur besar biasanya adalah orang-orang yang sudah mapan tapi donatur-donatur baru juga banyak dari anak-anak muda di usia 20 tahunan keatas.”

Kemudian bapak Huda juga menambahkan sebagai berikut.

“Kalau sasarannya adalah masyarakat baik di Ponorogo maupun luar Ponorogo. Kan sekarang banyak orang-orang melihat dari *digital*. Sekarang ini penjualan apapun mereka memakai media *digital*, baik usaha kecil menengah, maupun menengah keatas, mulai dari *Facebook*, *Youtube*, *Tiktok*, *Instagram*. Jadi kalau sasarannya untuk anak sekolah untuk menjadi donatur ya masih berat, ya ada sih satu dua tiga yang mereka sadar bahwa mereka juga ingin berbagi. Itu bagi mereka yang memiliki keinginan untuk berbagi tanpa harus meminta orang tua, entah itu menyisihkan uang saku dan sebagainya, tetapi di kami sasarannya tetap ke yang lebih

⁸¹ Supriyanto Wawancara, 25 Oktober 2022.

tua sekitar 20 tahunan ke atas, yang sudah bekerja, yang mempunyai usaha dan sebagainya.”⁸²

Untuk penyiapan sumber daya, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo memiliki beberapa kriteria dalam memilih staf atau karyawan. Serta Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo menyediakan pelatihan-pelatihan dalam mengembangkan kemampuan karyawannya. Berikut penjelasan yang di sampaikan oleh bapak Huda.

“Kalau kriteria amil yang jelas tahutentang ZISWAF itu pasti, kemudian karakter, bisa ngaji, tatabahasa yang baik serta bisa berkomunikasi yang baik, namun jika memiliki keahlian dibidang *digital* bisa menjadi nilai plus. Dan untuk pelatihan bisanya ada dari zis konsultan, baik pelatihan *digital fundraising*, mulai dari *Whatsapp Bisnis*, kemudian balas *Whatsapp* cepat dan sebagainya. Kalau dulu setiap satu tahun sekali ada pelatihan. Namun semenjak covid 19 itu kita pembinaan karyawan secara bersamaan. Kalau dulu itu sendiri-sendiri, seperti admin sendiri, zis *fundraising* sendiri.”

Bapak David juga menambahkan sebagai berikut. “Yang penting mereka tu siap kerja di lapangan, kalau kriteria khusus *Insyallah* gak ada. Kemudian sesudah rekreutmen amil kita masih ada training, selama 3 bulan tu kita training, semisal dimata kepala cabang kita cocok jadi amil baru bisa kita kontrak, 1 setengah tahun”⁸³

Dalam membangun system komunikasi dengan para donatur Lembaga Yatim Mandiri menggunakan dua metode yaitu secara langsung dan tidak langsung. Seperti yang dipaparkan oleh bapak Supriyanto.

“ Kalau sosialisasi ke masyarakat itu ada dua strategi secara *online* dan *offline*, kalu *offline* tadi kita *dor to dor*. Kita silaturahmi langsung dari pintu ke pintu atau presentasi di instansi ataupun kelompok. Dan yang kedua melalui media, media ini biasanya melalui konten-konten yang kita *share* melalui *Whatsapp* ataupun media sosial lainnya.”

Kemudian bapak Huda juga menambahkan sebagai berikut.

⁸² Samsul Huda, *Wawancara*, 3 November 2022.

⁸³ David Maulana, *Wawancara*, 3 November 2022.

“Ketika kita jemput donasi disitu ada donatur baru atau donatur yang belum pernah tau tentang yatim mandiri itu kita sosialisasikan, kadang mereka Tanya tentang Yatim Mandiri ketika kita jemput donasi, nah disitulah kita menunjukkan ini adalah lembaga zakat, infaq dan sedekah. Selain itu juga ada jaringan referensi, jadi kita meminta data-data dari donatur, dari referensi tersebut kita datangi untuk menawarkan.”

Dalam perumusan strategi *fundraising* Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo menerapkan konsep manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Berikut penjelasan dari bapak Supriyanto.

“Dalam merumuskan strategi ini kita kembali lagi ke konsep manajemen. Kita mulai dari perencanaan, kemudian pengorganisasian kemudian pelaksanaan dan kontroling atau pengawasan. Jadi dari konsep tersebut kita kembangkan, ketika evaluasi bulanan atau tahunan itu kita tentukan mana ni yang rencana-rencana prioritas, kemudian bagaimana strateginya untuk mencapainya setelah itu kapan ni kita laksanakan mungkin bulan satu, dua atau tiga samapai dua belas itu apa yang kita laksanakan. Dan yang terakhir kita ada evaluasi program tersebut dimana kita ada evaluasi mingguan bulanan dan semesteran.”

Dalam menjangkau dan memotivasi donatur potensial, pemasaran memiliki peran kunci dalam strategi *digital fundraising*. Dimana pemasaran dalam konteks *fundraising* dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran, partisipasi serta dukungan dari masyarakat atau pihak lain. Dalam pemasaran ada beberapa elemen yang dapat diterapkan dalam strategi *fundraising* yaitu produk, harga, tempat dan promosi.

Di Yatim Mandiri Ponorogo produk yang ditawarkan berupa program-program yang disajikan secara menarik. Berikut penjelasan dari bapak Huda selaku staf *fundraising*. “Yatim Mandiri Ponorogo menawarkan program-program kemanusiaan yang kemudian dikemas semenarik mungkin, sehingga donatur bisa tertarik untuk menyisihkan sebagian rezekinya untuk zakat, infaq ataupun sedekah.”

Selain itu bapak David selaku staf program juga menambahkan sebagai berikut.

“Agar program dapat menarik para donatur, saya memperbanyak inovasi-inovasi program yang ada di ponorogo tidak hanya menawarkan program-program itu saja kepada donatur ataupun calon donatur. Semisal ini kemarin kan kita baru launching program jejak rekan, di mana program jejak rekan itu kita juga membutuhkan paket gizi, atau apa nah nanti kita syiarkan kepada donatur dan juga nanti diprogram tersebut nanti kita ambil dokumentasi serta vidio terbaik itu juga sebagai syar kita ke donatur. Ini bu kita baru launching program jejak rekan ini merupakan program yang meninggalkan kisah untuk adik-adik di sekolah.”

Adapun harga dalam *fundraising* zakat adalah nilai donasi yang harus dikeluarkan oleh donatur. Berikut penjelasan yang di sampaikan oleh bapak Huda.

“Untuk zakat akan dihitung dulu, apakah sudah mencapai nisab atau belum. Kalau sudah baru 2,5% nya berapa, baru bisa dikeluarkan zakatnya sesuai hasil hitungan, hasil bisa berbeda-beda tiap tahunnya, karena zakat ada berbagai jenis, seperti zakat pertanian, profesi, perdaganagn dan lain-lain. Sedangkan untuk infaq atau sedekah nilainya akan ditentukan dalam bentuk program yang dijalankan. Misalnya program OTA (Orang Tua Asuh) dimana untuk nilai sumbangannya SD sebesar Rp 100.000, SMP sebesar Rp 150.000, dan SMA sebesar Rp 200.000.”

Tempat dalam startegi *digital fundraising* adalah berupa aplikasi atau media yang digunakan oleh lembaga pengelola zakat dalam menghimpun dana. Adapaun media yang dimanfaatkan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam mengimpun dana khususnya di masa pandemi yaitu dapat melalui mobile banking dan aplikasi pembayaran *digital*. Hal ini disampaikan oleh bapak Supriyanto.

“Dalam pembayarannya bisa melalui transfer dari *mobile banking*, ataupun transfer langsung dan kita juga menyediakan QRIS dimana donatur bisa langsung scan *barcode* tersebut untuk bisa berdonasi. Kemudian kita sebelumnya juga bekerja sama dengan *platform*

Kitabisa.com dan sekarang kita juga punya *platform* tanamberkah.com yaitu kanal *digital* seperti Kitabisa.com tapi milik Yatim Mandiri.”

Promosi sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan zakat, infaq, dan sedekah. Di tengah pandemi serta kemajuan teknologi saat ini promosi *fundraising* dapat dilakukan dengan lebih mudah. Di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo promosi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Dimana media sosial saat ini dapat menjangkau calon donatur secara luas. Seperti yang telah disampaikan oleh bapak Supriyanto. “Media social yang kita pakai yaitu mulai dari , *Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube*, dan yang terbaru ini adalah *Tiktok*.”

C. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung dalam Menghimpun dana Zakat, Infaq dan Sedekah Melalui Media *Digital* di Yatim Mandiri Ponorogo

Dimasa pandemi dapat membawa sejumlah tantangan dan faktor penghambat dalam strategi *digital fundraising*. Di Lembaga Yatim Mandiri terdapat beberapa factor yang menyebabkan terhambatnya kegiatan dalam penghimpunan dana. Seperti yang di sampaikan oleh bapak Supriyanto.

“Kendala saat kita di pandemi itu yang pertama adalah adaptasi, waktu itu kita adaptasinya masih kurang, jadi kita dituntut untuk lebih cepat beradaptasi pada dunia *online/digital*. Kemudian adaptasi donatur ke transfer, itu memang sangat cepat sekali perubahannya, jadi kita dipaksa untuk lebih cepat dalam beradaptasi. Jadi kemarin itu saat transisi ada sedikit kendala disitu.”⁸⁴

Selain itu penggunaan aplikasi penghimpunan pihak ketiga membuat perolehan dana menjadi kurang maksimal karena adanya biaya-biaya tambahan. Berikut penjelasan dari bapak Huda.

⁸⁴ Supriyanto, *Wawancara*.

“Sejauh ini yang saya tau belum, ya semoga tidak, karena tanamberkah.com kan sudah milik kita sendiri beda dengan Kitabisa.com. kalau Kitabisa.com kan punya nya orang ketiga. Jadi kalau kita menggunakan Kitabisa.com ada beberapa dana yang harus disendiri-sendirikan. Katakannlah ada beberpa juta nantikan ada biaya sponsor, sehingga hasilnyapun kurang maksimal, memang dapatnya banyak. Namun karena Kitabisa seponsornya banyak jadi menangnya disitu.”⁸⁵

Selain itu adanya kekhawatiran dari masyarakat terkait berdonasi melalui media *digital*, dimana di era serba *digital* ini semakin maraknya penipuan yang terjadi di masyarakat. Sehingga masyarakat lebih memilih mendonasikan dananya secara langsung. berikut penjelasan dari bapak Huda.

“Yang jelas banyak di *non digitalnya*, karena salah satunya adalah kita bertemu langsung, kadang orang yang bertemu langsung dengan *digital* itu malah orang lebih percaya yang bertemu langsung. Kalau soalnya sekarang lewat *digital* itu kan kadang dikira penipuan dan sebagainya. Apalagi sekarang ada link undangan yang kadang isinya penipuan.”

Meskipun penggalangan di masa pandemi memberikan sejumlah hambatan, namun juga terdapat faktor pendukung yang membatu berjalannya strategi *fundraising* di masa pandemi. Adapun faktor pendukung di Lembaga Yatim Mandiri ponorogo adalah program yang menarik, serta memiliki inovasi teknologi dalam memudahkan donatur untuk berdonasi. Seperti yang disampaikan oleh bapak David. “Kalau temen-temen mungkin tertarik karena program-programnya, kan program kita kan insyaallah baguslah menarik lah.”⁸⁶

Kemudian bapak huda juga menambahkan sebagai berikut.

“Tanamberkah kan sudah milik kita sendiri beda dengan kita bisa, kalau kita bisa kan punya ya orang ketiga, jadi kalau kita menggunakan kita bisa ada beberapa dana yang harus di sendiri-sendirikan, katakannlah ada beberapa juta nanti kana da biaya sponsor, sehingga hasilnya pun kurang

⁸⁵ Samsul Huda, *Wawancara*.

⁸⁶ David Maulana, *Wawancara*.

maksimal, memang dapatnya banyak Cuma karena dia sponsornya banyak ya menangnya disitu. Makanya kita punya platform namanya tanamberkah.com.”⁸⁷

Selain itu hadirnya beberapa relawan dapat memaksimalkan penghimpunan yang ada di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo. seperti yang di sampaikan oleh bapak David. “Kita kan ada beberapa relawan jadi kita memaksimalkan tenaga relawan tersebut untuk memaksimalkan kampanye program yang ada di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.”

D. Dampak Pemanfaatan Media Digital pada Strategi Fundraising di Yatim Mandiri Ponorogo

Strategi *digital fundraising* telah memberikan peran penting selama masa pandemi covid 19 dengan memberikan dampak-dampak yang signifikan. Adapun dampak dari pemanfaatan media *digital* dalam *fundraising* di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah memberikan kemudahan bagi lembaga dalam menghimpun dana. Seperti yang disampaikan oleh bapak Supriyanto. “Ya memberikan kemudahan.”

Di masa pandemi telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku dan preferensi donatur dalam berdonasi. Termasuk yang terjadi di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo. berikut penjelasan dari bapak Supriyanto.

“Kalau peningkatan ada dulu hamper 80-90% itukan *offline*, sekarang *digital* itu sudah 36% donatur transfer kemudian sisanya 64% masih *cash*. Dimana anak-anak muda usia 20-30 tahunan itu lebih suka donasi fia transfer atau *digital*. Kalau yang masih sepuh atau usia 40 tahunan keatas itu masih ingin dijemput secara langsung karena biar ada doa secara langsung.”

Pandemi covid 19 telah membawa berbagai tantangan, termasuk penurunan donasi dan penyaluran dana yang terjadi di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo. Seperti yang dipaparkan oleh bapak Huda.

⁸⁷ Samsul Huda, *Wawancara*.

“Selama pandemi tetap turun, jadi untuk para donatur yang harus dilakukan bangkit untuk usahanya, yang jelas untuk donasi turun selama pandemi, kemudian untuk penyalurannpun juga sama, karena donasinya turun maka kurang, tapi disisi lain kita juga berusaha untuk bangkit juga untuk Yatim Mandiri sehingga semakin kita dapat ziswafnya semakin banyak juga untuk kemanfaatannya.”⁸⁸

Bapak David juga menambahkan bahwa dalam peningkatan dana yang di peroleh secara umum tidak terlalu meningkat, namun peningkatan dana dapat terjadi secara isidental. Berikut pemaparannya. “Jadi tidak pasti untuk dibilang donasi tambah, mungkin nambahnya di isidental kita, kalau secara umum tidak terlalu naik.”⁸⁹

Walaupun adanya penurunan dana yang diperoleh selama pandemi, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo mampu meningkatkan muzakki baru. Seperti yang dipaparkan oleh bapak Supriyono. “Kalau peningkatan muzaki untuk tahun ini kita naik sekitar 6-7% untuk donasi yang masuk baik secara *digital* maupun langsung, jadi secara keseluruhan”⁹⁰

Selain itu bapak Huda juga menambahkan sebagai berikut. “Kalau donaturnya di ponorogo kurang lebih 2.500an ini imbang, kadang meningkat kadang turun, yang jelas donatur itu ada yang keluar ada yang masuk, kadang juga keluarnya 5 masuknya 6 kan tetep naik.”

⁸⁸ Samsul Huda, *Wawancara*.

⁸⁹ David Maulana, *Wawancara*.

⁹⁰ Supriyanto, *Wawancara*.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING DANA ZAKAT INFAQ DAN SEDEKAH PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI LAZNAS YATIM MANDIRI PONOROGO

A. Strategi *digital fundraising* yang diterapkan Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo di masa pandemi covid 19

Norton menjelaskan bahwa strategi *fundraising* merupakan bagian penting dari proses penggalangan dana. Hal ini mencerminkan pentingnya merancang dan melaksanakan strategi yang efektif dalam upaya penggalangan dana. Dengan adanya strategi *fundraising* yang kokoh dan terencana, organisasi atau lembaga pengelola zakat dapat memaksimalkan potensi yang ada dalam mencapai tujuan penggalangan dana serta memastikan keberlanjutan kegiatan lembaga. Pandemi covid 19 telah mengubah lanskap penggalangan dana secara signifikan. Dimana pandemi memaksa lembaga pengelola zakat untuk beradaptasi dengan cepat. Di tengah tantangan dan perubahan ini, strategi *digital fundraising* menjadi kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan dukungan finansial. Oleh karena itu banyak lembaga pengelola zakat telah mengadopsi strategi *digital fundraising* dalam penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah. Salah satunya adalah Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah lembaga amal yang berkomitmen untuk mengangkat martabat sosial kemanusiaan yatim dhuafa dengan mengelola dana zakat infaq, sedekah dan wakaf serta sumber dana lainnya yang halal dan legal dari berbagai pihak, mulai dari perorangan, kelompok hingga organisasi atau lembaga. Oleh karena itu penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah menjadi fondasi utama dalam menjalankan kegiatan sosial dan kemanusiaan. Namun mewabahnya pandemi covid 19 telah memaksa Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo untuk mengubah strateginya dalam menggalang dana. Mewabahnya pandemi covid 19 menuntut lembaga untuk beradaptasi dan berinovasi agar proses penghimpunan dana dapat tetap berjalan dengan baik dan

bermanfaat. Berikut penjabaran dari strategi digital fundraising pada masa pandemi di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo:

1. Metode *fundraising* di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

Sebagai respon terhadap pandemi ini, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo mengadopsi dua strategi utama yaitu penghimpunan secara langsung dan penghimpunan melalui media *digital*. Kombinasi strategi ini menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan kegiatan amal di masa pandemi. Berikut adalah gambaran lebih lanjut tentang kedua strategi tersebut:

a. *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

Sebelum pandemi melanda, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam penghimpunannya lebih berfokus pada penghimpunan secara langsung, yang melibatkan pertemuan tatap muka dengan donatur, penggalangan di masjid-masjid dan kegiatan amal lainnya di tingkat lokal. Meskipun situasi memaksa lembaga untuk mengadopsi strategi *digital* dalam penghimpunannya, pendekatan penghimpunan secara langsung tetap dijalankan secara terbatas sesuai dengan regulasi dan protokol kesehatan yang berlaku. Termasuk kegiatan yang melibatkan interaksi langsung dengan donatur dengan tetap memperhatikan aspek keamanan.

b. *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Mengingat kebutuhan perubahan pengelolaan di masa pandemi, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo meningkatkan upaya penggalangan dana secara *online* melalui *platform digital* dan media sosial. Dimana Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo mendorong donatur untuk tetap dapat berkontribusi melalui transfer bank atau pembayaran *digital* lainnya, sehingga dapat mengurangi kebutuhan untuk kontak langsung dan transaksi tunai dengan donatur. Selain itu Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo melakukan kampanye di media sosial yang dikemas secara kreatif dan informatif sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi dari masyarakat.

Adopsi strategi *digital* atau *online* dalam penggalangan dana membawa tantangan baru bagi Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo, seperti perluasan jangkauan target, kebutuhan keterampilan baru dalam kampanye *digital* serta peningkatan transparansi dalam pelaporan dana secara *online*. Sehingga proses belajar dan penyesuaian diri terkait dengan teknologi *digital* dan media sosial menjadi penting bagi karyawan dan relawan di Yatim Mandiri Ponorogo. Dengan kombinasi strategi offline dan *online* ini menjadi solusi efektif untuk menjaga keberlanjutan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam mengumpulkan dana di tengah pandemi. Dengan terus mengadaptasi dan belajar, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat tetap menjalankan misi kemanusiaan dengan efektif dan efisien.

2. Tahapan strategi Fundraising di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

Sebelum memulai merancang strategi penggalangan dana, ada beberapa langkah penting yang harus dilakukan sebelum memulainya. Yaitu menentukan segmentasi atau target muzakki, penyiapan sumber daya dan membangun sistem komunikasi dengan donatur atau calon donatur. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo sebelum melakukan strategi *fundraising*nya:

a. Menentukan segmentasi atau target muzakki

Dalam menentukan sasaran muzakki Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo mengadopsi pendekatan inklusif. Dimana lembaga ini tidak membatasi sasaran muzakki pada kelompok tertentu. Adapun sasaran di Lembaga Yatim Mandiri mencakup semua lapisan masyarakat, baik yang berada di Ponorogo maupun di luar Ponorogo. Pendekatan ini menunjukkan keinginan untuk melibatkan semua orang tanpa memandang usia atau status sosial.

b. Penyiapan sumber daya

Dalam memilih staf atau karyawan, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo memiliki kriteria-kriteria khusus yang menekankan pada pemahaman tentang ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf), karakter yang baik, kemampuan ngaji, tatabahasa yang baik, serta

kemampuan berkomunikasi yang baik. Pemahaman atau keahlian di bidang *digital* juga dianggap sebagai nilai tambah. Selain itu karyawan juga diharapkan untuk siap bekerja di lapangan. Hal ini mencerminkan kebutuhan akan karyawan yang tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu beradaptasi dengan tuntutan pekerjaan di lapangan. Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo juga menyediakan pelatihan bagi karyawannya. Dengan melalui pendekatan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo tidak hanya memastikan bahwa karyawan memiliki kualifikasi dan kemampuan yang dibutuhkan, tetapi juga terus mengembangkan mereka melalui pelatihan-pelatihan yang relevan dengan tugas dan tanggung jawab mereka di lapangan.

c. Membangun sistem komunikasi

Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo menggunakan dua metode dalam membangun sistem komunikasi dengan para donatur, yaitu secara langsung (*offline*) dan tidak langsung (*online*). Adapun metode langsung yang digunakan adalah dengan *dor to dor*, melakukan presentasi ke instansi atau kelompok tertentu, serta melalui kegiatan jemput donasi. Sedangkan metode tidak langsung yang digunakan di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat dalam menyebarkan informasi kegiatan yang dilakukan oleh lembaga. Dengan menggabungkan kedua metode ini Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat mencapai berbagai segmen masyarakat. Dimana sosialisasi langsung memberikan keberlanjutan interaksi personal, sementara pendekatan *online* memungkinkan lembaga untuk mencapai khalayak yang lebih luas dengan cepat. Jemput donasi juga berfungsi sebagai momen penting untuk tidak hanya mengumpulkan dana, tetapi juga membangun pemahaman dan dukungan lebih lanjut dari donatur.

Dengan merinci tahapan-tahapan tersebut Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat membangun fondasi yang kokoh sebelum meluncurkan

strategi penggalangan dana. Persiapan yang matang ini akan membuat strategi tersebut lebih efektif dan tahan lama di masa mendatang.

3. Konsep manajemen dalam merumuskan strategi fundraising

Dalam strategi *fundraising* dana zakat, infaq dan sedekah memerlukan manajemen yang efektif untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program lembaga. Penerapan konsep manajemen menjadi pondasi kokoh dalam merumuskan dan menjalankan strategi penghimpunan di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo. Dengan mengikuti tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan atau evaluasi. Sehingga Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo mampu menciptakan strategi yang terukur dan adaptif. Adapun implementasi dari konsep manajemen dalam konteks strategi penghimpunan dana di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo sebagai berikut:

a. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah dengan menetapkan tujuan jangka panjang dan pendek terkait penghimpunan dana, kemudian menyusun rencana strategis yang melibatkan identifikasi target donatur, penggunaan *platform online* dalam pembayaran, serta penggunaan media sosial untuk kampanye. Serta menentukan prioritas rencana dan strategi program dengan mempertimbangkan urgensi dan keefektifan.

b. Pengorganisasian

Setelah perencanaan dalam strategi fundraising dilakukan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo melakukan pengorganisasian dengan mengorganisir tim khusus yang bertanggung jawab untuk pelaksanaan strategi penghimpunan dana. Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo juga memastikan bahwa peran dan tanggung jawab setiap anggota tim dapat dilaksanakan dengan baik. Selain itu Lembaga Yatim Mandiri membangun kerjasama baik internal maupun eksternal sehingga dapat mendukung pelaksanaan strategi penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah.

c. Pelaksanaan

Setelah perencanaan serta pengorganisasian di lakukan, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan program yang telah direncanakan sebelumnya. Dimana program yang sebelumnya telah direncanakan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo akan dikampanyekan melalui media sosial atau *platform digital* dengan mengikuti jadwal yang telah direncanakan.

d. Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah untuk melihat apakah program yang telah direncanakan sebelumnya berhasil atau tidak. Hasil dari evaluasi ini nantinya dapat mengidentifikasi manasaja hal-hal yang perlu di perbaiki serta dapat meningkatkan potensi yang ada. Di Lembaga Yatim Mandiri Evaluasi dilakukan baik mingguan bulanan atau semesteran untuk mengontrol dari perkembangan strategi.

Dengan konsep manajemen dalam perumusan strategi Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat merencanakan, melaksanakan dan mengelola strategi dengan lebih efektif dan efisien. Dengan tahapan-tahapan tersebut Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat memastikan bahwa penghimpunan dana dapat dilakukan secara transparan, akuntabel dan sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen yang baik.

4. Pemasaran di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

Selanjutnya dalam strategi *fundraising* pasti tidak lepas dari konteks pemasaran. Dimana pemasaran ini memegang peran penting dalam menghubungkan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dengan calon donatur potensial. Olehkarena itu strategi penghimpunan dana yang kuat dapat dibangun dengan menerapkan elemen pemasaran seperti produk, harga, tempat dan promosi.

a. Produk

Produk dalam *fundraising* seringkali mengacu pada inisiatif atau program yang di tawarkan oleh lembaga amal atau organisasi yang

melakukan penggalangan dana. produk dalam hal ini bukanlah barang fisik, tetapi lebih kepada layanan, program atau proyek yang memerlukan dukungan finansial dari donatur. Di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo produk yang ditawarkan berupa program kemanusiaan, pendidikan, kesehatan serta masih banyak lagi. Program tersebut dikemas secara menarik sehingga dapat memotivasi donatur untuk terlibat aktif dan dapat menyisihkan sebagian rezekinya baik dalam bentuk zakat, infaq ataupun sedekah. Dalam upaya menarik daya tarik program serta untuk menarik lebih banyak donatur Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dengan memperkenalkan berbagai inovasi, salah satunya adalah program Jejak Rekan. Dimana program ini bukan hanya sebuah program penggalangan dana, tapi juga sebuah kisah yang memberikan inspiratif.

Dengan pendekatan yang kreatif dan menyentuh hati, program Jejak Rekan ini tidak hanya menjadi alat pengumpulan dana, tetapi juga cerminan dari nilai-nilai kemanusiaan dan kepedulian. Inovasi ini menciptakan pengalaman yang berkesan bagi donatur, memotivasi mereka untuk berpartisipasi dan menjadi bagian dari cerita kebaikan yang terus berkembang di Ponorogo.

b. Harga

Dalam *fundraising* zakat, konsep harga berkaitan erat dengan nilai donasi yang harus dikeluarkan oleh donatur. Pendekatan transparan dan perhitungan yang jelas menjadi kunci dalam memahami dan menerapkan harga dalam konteks zakat, infaq, dan sedekah. Di Yatim Mandiri Ponorogo untuk zakat dihitung berdasarkan apakah jumlah kekayaan seseorang atau perusahaan sudah mencapai nisab (batas minimum) atau belum. Jika sudah mencapai nisab, maka donatur diwajibkan membayar 2,5% dari total kekayaannya sebagai zakat. Karena ada berbagai jenis zakat seperti zakat pertanian, profesi, perdagangan, dan lain-lain, nilai yang harus dibayarkan dapat berbeda-

beda. Nilai ini dapat dipengaruhi oleh jenis kekayaan atau aktivitas ekonomi yang menjadi objek zakat.

Sedangkan untuk infaq dan sedekah, nilai sumbangan dapat ditentukan dalam bentuk program-program yang dijalankan oleh Yatim Mandiri Ponorogo. Misalnya dalam program OTA (Orang Tua Asuh) nilai sumbangan ditetapkan sesuai dengan tingkat pendidikan anak yang diasuh. Sebagai contoh, sumbangan untuk SD sebesar Rp 100.000, SMP sebesar Rp 150.000, dan SMA sebesar Rp 200.000.

c. Tempat

Dalam konteks *digital fundraising*, tempat memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses pengumpulan dana. Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo memahami pentingnya memanfaatkan teknologi *digital* dan berbagai media untuk mencapai tujuan penggalangan dana mereka, terutama di masa pandemi. Adapun tempat atau fasilitas yang di sediakan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo untuk donatur dalam berdonasi adalah dapat melalui *transfer*, *mobile banking*, *platform* pembayaran *digital* ataupun *QRIS*. Melalui pemanfaatan aplikasi *mobile banking*, *platform* pembayaran *digital*, *QRIS*, dan kanal *digital* sendiri, Yatim Mandiri Ponorogo telah menciptakan ekosistem pengumpulan dana *digital* yang tanggap serta inovatif.

d. Promosi

Promosi sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat, infaq, dan sedekah, terutama selama pandemi. Yatim Mandiri Ponorogo menyadari pentingnya promosi dan menggunakan media sosial sebagai penghubung antara lembaga dengan calon donatur. Dalam kegiatan promosinya Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo memanfaatkan media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, dan *Tiktok*. Melalui pemanfaatan media sosial dengan pendekatan yang kreatif dan beragam, Yatim Mandiri Ponorogo dapat mencapai tujuan promosi *fundraising* dengan lebih efektif. Dengan adanya media sosial memberikan kesempatan lembaga untuk

membangun komunitas *online* yang kuat, meningkatkan kesadaran, dan mendorong orang untuk berpartisipasi aktif dalam program zakat, infaq, dan sedekah yang dijalankan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

Dengan adanya elemen-elemen bauran pemasaran ini, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat merancang dan melaksanakan strategi *digital fundraising* dengan lebih efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah.

B. Faktor penghambat dan faktor pendukung dalam menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah melalui media *digital* pada masa pandemi di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo

1. Faktor penghambat dalam strategi *digital fundraising* di masa pandemi covid 19

a. Adaptasi yang masih kurang

Pandemi covid 19 telah memaksa Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan signifikan dalam cara penggalangan dana dan interaksi dengan donatur. Beberapa kendala yang muncul selama periode adaptasi termasuk:

- 1) Kurangnya keterampilan *digital*, amil di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo belum memiliki keterampilan yang cukup dalam menjalankan kampanye *online* dengan efektif. Sehingga pelatihan dan pengembangan keterampilan dalam bidang *digital* menjadi sangat penting.
- 2) Perubahan perilaku donatur, donatur perlu beradaptasi dengan cara-cara baru untuk berkontribusi dalam mendonasikan dananya. Hal ini menyebabkan ketidaknyamanan atau kebingungan pada awalnya.
- 3) Pengamanan dan kepercayaan, pada penggunaan media *digital* dalam menghimpun dana perlu adanya tindakan ekstra untuk

memastikan keamanan dan privasi data donatur, serta membangun kepercayaan dalam penggalangan dana *digital*. Untuk membangun kepercayaan kepada para donatur Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dengan memberikan laporan-laporan kegiatan penyaluran serta laporan keuangan, dimana laporan tersebut dikemas dalam bentuk majalah bulanan dan juga mengunggahnya ke media sosial. Hal ini dilakukan untuk menghindari penipuan yang sekarang marak terjadi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pandemi covid 19 telah mengubah lanskap penggalangan dana dengan cara yang signifikan, olehkarena itu kesadaran dan respon cepat terhadap perubahan ini merupakan kunci dalam mengatasi kendala-kendala yang muncul sehingga dapat memberikan keberhasilan dalam menggalang dana di era *digital*.

- b. Terdapat biaya tambahan yang harus dikeluarkan dalam menggunakan *platform* crowdfunding pihak ketiga
Kurangnya maksimalnya perolehan dana yang di dapat oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo pada penggunaan *platform* crowdfunding seperti Kitabisa.com. hal ini terjadi karena adanya biaya sponsor yang harus dibayarkan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo. Adanya biaya ini sangat mempengaruhi hasil akhir dari penggalangan dana.
- c. Kekhawatiran masyarakat dalam berdonasi melalui media *digital*
Adanya kekhawatiran dari masyarakat ketika memilih berdonasi melalui media *digital*. Sebab di era teknologi yang serba maju ini semakin maraknya penipuan yang terjadi di masyarakat. Sehingga masyarakat lebih memilih berdonasi secara langsung ketimbang berdonasi melalui media *digital*. Kekhawatiran dan tantangan ini juga dihadapi oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo ketika penghimpunan dana beralih kearah *digital*.

2. Faktor pendukung dalam strategi *digital fundraising* di masa pandemi covid 19

a. Memiliki program-program unggulan

Program-program yang baik dan bermakna merupakan faktor penting dalam menarik minat serta dukungan dari donatur dan masyarakat. Adapun program yang ditawarkan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo merupakan program-program yang bermakna dan berkualitas, sehingga dapat menarik perhatian donatur dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

b. Hadirnya *platform* tanamberkah di Yatim Mandiri

Hadirnya *platform* tanamberkah.com di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo merupakan langkah yang baik dalam mengurangi ketergantungan pada platform pihak ketiga seperti Kitabisa.com. Dengan *Platform* tanamberkah.com ini Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo memiliki kendali lebih besar atas dana yang diterima, sehingga dapat mengoptimalkan hasil penggalangan dana di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.

c. Hadirnya relawan dalam membantu kampanye program

Kehadiran relawan ini menjadi aset berharga dalam penghimpunan dana dan pelaksanaan program di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo. dimana dengan memanfaatkan potensi relawan dengan baik, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat memperkuat upayanya dalam penghimpunan dana dan memberikan dampak positif yang lebih besar kepada masyarakat.

C. Dampak dari pemanfaatan media digital di masa pandemi dalam strategi fundraising zakat, infaq dan sedekah di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

Dampak dari pemanfaatan media *digital* dalam strategi penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah adalah memberikan kemudahan bagi Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo terutama di masa pandemi covid 19. Pemanfaatan media *digital* dalam kampanye *online* serta pemanfaatan platform donasi, memungkinkan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo untuk menghimpun dana dengan lebih mudah. Dimana proses *digital* dapat menyederhanakan transaksi dan mempercepat alur pengumpulan dana. Selain itu melalui strategi *digital fundraising*, lembaga dapat mengakses donatur potensial yang berada di berbagai lokasi tanpa batasan geografis. Hal ini dapat memperluas jangkauan lembaga dan mendapatkan dukungan dari berbagai kalangan.

Pandemi memberikan perubahan signifikan pada perilaku serta preferensi donatur di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam berdonasi. Dimana sekitar 36% donatur memilih untuk mentransfer dana secara *online*, hal ini menunjukkan pergeseran masyarakat terutama di kalangan anak-anak muda (usia 20–30 tahun) terhadap pemilihan platform *digital* dalam berdonasi. Dan sisanya masih memilih berdonasi secara langsung.

Selain memberikan perubahan perilaku masyarakat dalam berdonasi, pandemi juga memberikan dampak pada penurunan donasi. Penurunan donasi ini disebabkan oleh faktor-faktor seperti ketidakpastian ekonomi dan perubahan prioritas keuangan masyarakat mempengaruhi kemampuan dan keinginan donatur dalam memberikan sumbangan. Penurunan donasi juga berdampak pada penyaluran dana ke penerima manfaat. Dimana keterbatasan sumber daya ini dapat membatasi jumlah dan ruang lingkup program yang dapat dilakukan oleh lembaga.

Meskipun mengalami penurunan dana selama pandemi, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dapat meraih pencapaian positif dengan peningkatan jumlah muzakki baru. Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo berhasil meningkatkan jumlah muzakki baru sekitar 6-7%. Hal ini menunjukkan upaya yang berhasil dalam menarik minat dan dukungan dari individu baru yang bersedia memberikan zakat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan strategi *digital fundraising* yang diterapkan Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Ponorogo di masa pandemi covid 19
 - a. Metode *fundraising* Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo selama pandemi adalah dengan menggunakan metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*).
 - b. Tahapan strategi *fundraising* yang di jalankan oleh Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah dengan menentukan segmentasi atau target muzakki, menyiapkan sumber daya yang dapat menunjang keberhasilan penghimpunan dana, serta membangun komunikasi yang baik dengan donatur ataupun calon donatur.
 - c. Konsep manajemen digunakan Lembaga Yatim Mandiri dalam merumuskan strategi penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah baik disaat pandemi maupun setelah pandemi.
 - d. Pemasaran dalam strategi *fundraising* di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo memegang peran penting dalam menghubungkan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dengan calon donatur potensial. Dimana pemasaran ini meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

2. Kesimpulan faktor penghambat dan faktor pendukung yang dihadapi Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam menghimpun dana zakat infaq dan sedekah melalui media *digital* di masa pandemi

Faktor penghambat dalam menjalankan strategi *digital fundraising* di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo yaitu yang pertama adalah adaptasi yang masih kurang. Kedua terdapat biaya tambahan yang harus dikeluarkan Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo ketika menggunakan *platform* Kitabisa.com sehingga mengakibatkan perolehan dana ZIS kurang maksimal. Dan yang ketiga adalah kekhawatiran masyarakat tentang kejahatan seperti penipuan ketika akan berdonasi melalui media *digital*.

Faktor pendukung dalam menjalankan *digital fundraising* di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo adalah memiliki program-program unggulan, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk berdonasi di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo. Kemudian hadirnya *platform* tanamberkah.com dapat mengurangi ketergantungan pada *platform* pihak ketiga seperti Kitabisa.com. Selain itu hadirnya relawan di Yatim Mandiri Ponorogo dapat membantu lembaga dalam mengkampanyekan program.

3. Kesimpulan dampak strategi *digital fundraising* pada masa pandemi covid 19 di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo

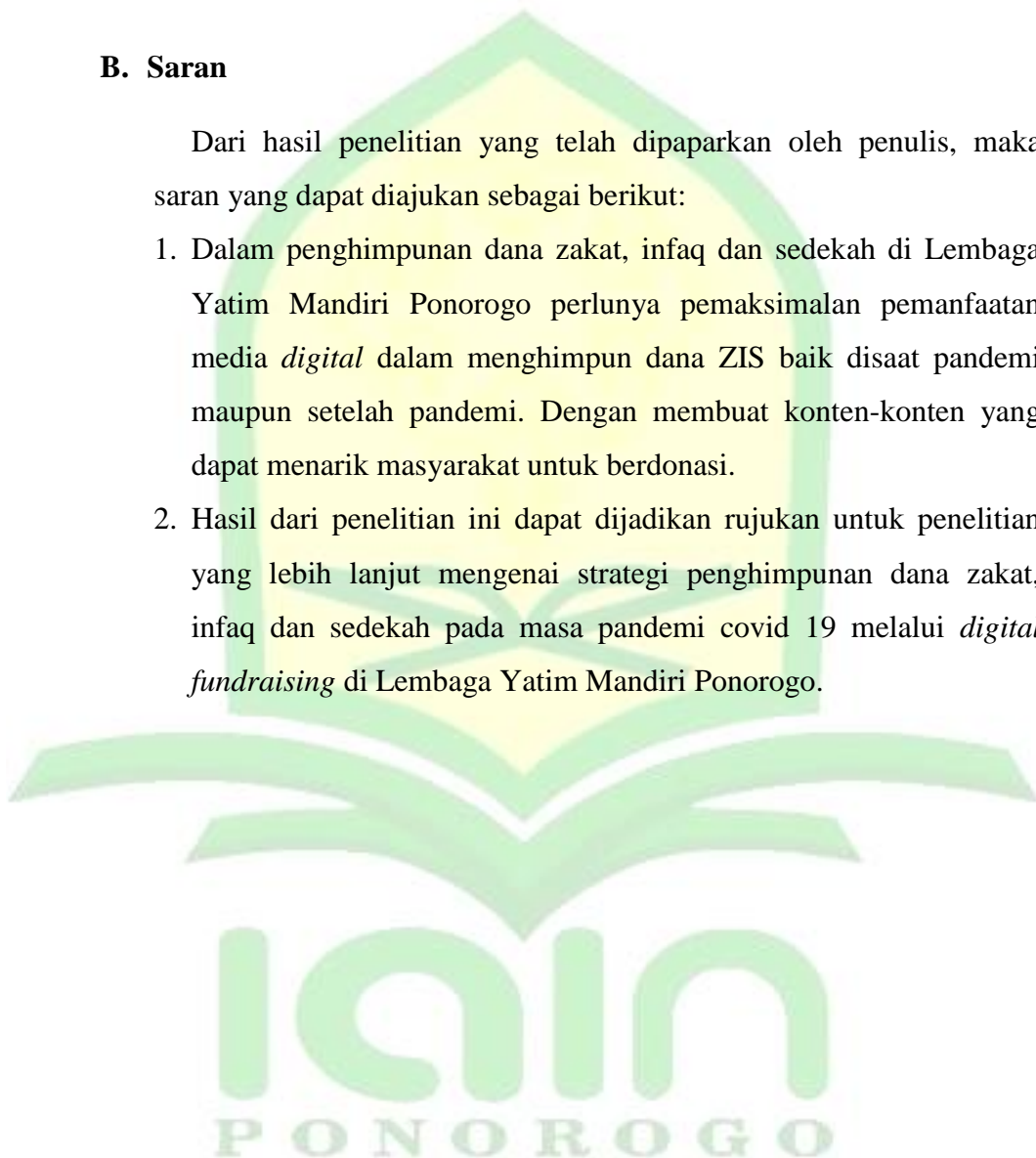
Adapun dampak penerapan strategi *digital fundraising* di Lembaga Yatim Mandiri adalah media *digital* memberikan kemudahan bagi Lembaga Yatim Mandiri dalam menghimpun dana ZIS ditengah pandemi. Selain itu pandemi memberikan perubahan signifikan pada perilaku serta preferensi donatur di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo dalam berdonasi. Dimana sekitar 36% donatur memilih untuk mentransfer dana secara *online*. Namun terjadinya penurunan donasi di masa pandemi yang disebabkan oleh faktor-faktor seperti ketidak pastian

ekonomi dan perubahan prioritas keuangan masyarakat mempengaruhi kemampuan dan keinginan donatur dalam memberikan sumbangan. Walaupun terdapat penurunan donasi, Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo berhasil meningkatkan jumlah muzakki baru sekitar 6-7%.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh penulis, maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Dalam penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo perlunya pemaksimalan pemanfaatan media *digital* dalam menghimpun dana ZIS baik disaat pandemi maupun setelah pandemi. Dengan membuat konten-konten yang dapat menarik masyarakat untuk berdonasi.
2. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk penelitian yang lebih lanjut mengenai strategi penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah pada masa pandemi covid 19 melalui *digital fundraising* di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.



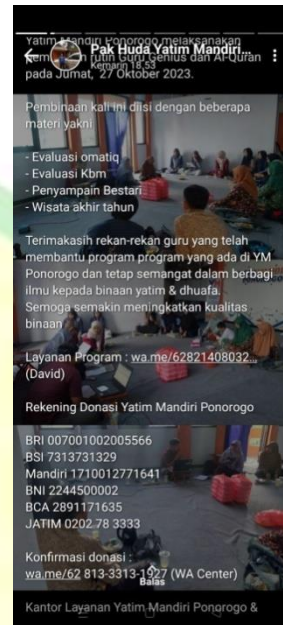
DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makasar: CV Syakir Media Press 2021)
- Achmadi, Abu dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi AKSARA 2005).
- Ahadiat , Ayi, *Manajemen Strategik: Tinjauan Teoritikal Multiperspektif*, (Bandar Lampung: Pusat Penerbitan Lembaga Penelitian Universitas Lampung 2010).
- Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makasar:Nas Media Pustaka 2020).
- Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan dan Praktek* (Bandung : Bina Aksara 2011)
- Budiman dan Ujang Cepi Barlian, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV. Putrana Jaya Mandiri: 2020).
- Basoeky, Unggul dkk, *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia 2021).
- Hermawan , Sigit dan Sriyono, *Manajemen Strategi dan Risiko* (Sidoarjo: UMSIDA Press 2020).
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Kholis, Nur, *Manajemen Strategi Pendidikan* (Formulasi, Implementasi dan Pengawasan), (Surabaya: UIN SA Press 2014).
- Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama, 2015).
- Molleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Harus Berkarya, 2009).
- Nurhayati, Sri dkk, *Akuntansi dan Manajemen Zakat*, (Jakarta selatan: Penerbit Slaemba Empat 2019).
- Pangiuk, Ambok, *Pengelolaan Zakat Di Indonesia* (Praya NTB: FP. Aswaja 2020).
- Rachmasari, Yessi dkk, *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi* (Bandung: Unpad Press 2016).
- Salmiah dkk, *Online Marketing*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Sedarmayanti, *Manajemen strategi*, (Bandung: PT Refika Aditama 2014)
- Suaudjana, Nana dan Ahwal Kusuma, *Proposal Penelitian Di Perguruan Tinggi* (Bandung: Sinar Baru Argasindo 2002)
- Sudaryo Yoyo, dan Nunung Ayu Sofiati, *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI 2020)
- Suci, Rahayu Puji, *Esesnsi Manajemen Strategi* (sidoarjo: Zifatama Publisher 2014)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013)

- Sutopo, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2002)
- Sidiq, Umar, Dkk. Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan, (Ponorogo: Nata Karya 2019),
- Puskas BAZNAS, Outlook Zakat Indonesia 2021, (Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional 2021)
- David Maulana, *Wawancara 3 November*
- Samsul Huda, 2022 *Wawancara 3 November*
- Supriyanto, 2022, *Wawancara, 25 Oktober*
- Fadhilah, Luthfian Muhamad Kahfi, “*Strategi Digital Fundraising Zakat Pada Masa Pandemi COVID 19 Di LAZ Buyan Kota Bogor,*” Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2023)
- Fitriani, Devi, “*Strategi Fundraising Dana ZIS BAZNAS Kabupaten Banyumas Melalui Sistem Berbayar Non Tunai QRIS,*” Skripsi (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022).
- Hafiz, Abdul, “*Analisis Aplikasi Pengolahan Zakat Online dan Pengelolaan Zakat Berbasis Jaringan Virtual,*” Jurnal Manajemen Dakwah (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah 2021), volume 9 nomor 1
- Ikrimah, Siti, “*Analisis Strategi Fundraising BAZNAS Kota Banjarmasin dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah di Masa Pandemi Covid 19,*” Skripsi (Banjarmasin: UIN Antasari 2022).
- Musthafa , Muhammad Hendy “*Efektifitas Pelaksanaan Calon Pengantin: Studi Di KUA Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri,*”
- Murizka, Devina, “*Pengaruh Media Baru Crowdfunding Kitabisa.com dalam Meningkatkan Minat Bersedekah*” (studi Pada Pengikut Akun Twitter @kitabisa.com), Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2021)
- M, Sujanu Harto, Qurroh A, Ibdalsyah, “*Strategi Digital Fundraising Dalam Menghimpun Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat*” Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (Bogor: Universitas Ibn Khaldun 2022), volume 8 nomor 1
- Nurdiani, Nurida Isnaeni, Paulina Lubis, *Strategi Penghimpunan (Fundraising) Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitull Mall Hidayatullah Jambi di Masa Pandemi Covid 19* Jurnal (Jambi: Universitas Jambi 2022) Vol 3 No 1
- Nurhajizah, Meike Siti, “*Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat Melalui E-Commerce,*” Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2017)
- Putri, Anisa Masdawani, “*Strategi Fundraising di LAZ (Lembaga Amil Zakat) Swadaya Ummah Pekanbaru,*” Skripsi (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim 2020)

- Rachmasari, Yessi, Soni Akhmad Nulhaqim, Nurliana Cipta Apsari, “*Penerapan Strategi Fundraising Di Save Thechildren Indonesia*,” *Social Work Jurnal*, Vol. 6, No. 1
- Rakhmawati, Yulia, “*E-filantropo: Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Alturisme Tradisional-Karitas menuju Filantropi Integratif*,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* (Purwokerto: UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri 2019) , Vol 13 Nomor 2
- Setyana, Luly Amelia, “*Strategi Fundraising Pagubugan Cinta Sedekah dan Pendistribusiannya Kepada Masyarakat Pagubugan Kecamatan Binangun Kabupaten Cilacap*,” Skripsi (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri 2022)
- Saputri , Salsabila Nurul dan Yuliana Rachma Putri, “*Strategi Komunikasi Organisasi Kitabisa.com Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*,” *Jurnal* (Bandung: Universitas Telkom 2019) Vol 6 nomor 2
- Yamali , Fakhrul Rozi dan Ririn Noviyanti Putri, “*Dampak Covid 19 Terhadap Ekonomi Indonesia*”, *Jurnal of Economics and business*, Vol. 4 No 2 (2020)
- Yatim Mandiri Ponorogo, “Bahagiakan Lansia Difabel,” dalam <https://tanamberkah.com/lansiadifabel> , (diakses pada tanggal 8 November 2023, jam 10.15).
- Yatim Mandiri Ponorogo, “ Kanker Tulang Gerogoti Kaki Pak Pardi Tiap Detik,” dalam <https://tanamberkah.com/semangat-pak-supardi>, (diakses pada tanggal 8 November 2023, jam 10.45).
- Redaksi YM News, “Yatim Mandiri Luncurkan Platform Tanam Berkah Sebagai Ladang Kebaikan Indonesia,” dalam <https://yatimmandiri.org/news/yatim-mandiri-luncurkan-platform-tanam-berkah-sebagai-ladang-kebaikan-indonesia/> , (diakses pada tanggal 25 November 2022, jam 15.30).
- Kbbi, Strategi, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/STRATEGI>, (Diakses 16 Juni 2022 Jam 9.30)

LAMPIRAN

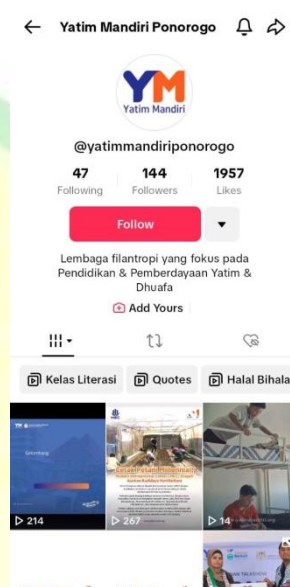


Pemanfaatan aplikasi *Whatsapp* dalam untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan/aktivitas di Yatim Mandiri Ponorogo



Bentuk pembayaran digital yang disediakan oleh Yatim Mandiri Ponorogo

Aplikasi Media social yang digunakan Yatim Mandiri Ponorogo dalam Penghimpunan dana ZIS





Platform TanamBerkah yang dimiliki oleh Yatim Mandiri dimanfaatkan Yatim Mandiri Ponorogo dalam mengkampanyekan program-program kemanusiaan yang ada di Ponorogo dan sekitarnya



Hasil Wawancara

- Nama : Supriyanto
- Jabatan : Kepala Cabang
- Lokasi : Kantor Yatim Mandiri Ponorogo
- Waktu : 25 Oktober 2022 Pukul 09.00 WIB
- Peneliti : Selama masa pandemi bagaimana lembaga Yatim Mandiri menghimpun dana zis?
- Narasumber : Untuk selama pandemi covid 19 di Yatim Mandiri Ponorogo terdapat dua strategi yang pertama offline atau strategi penghimpunan secara langsung dan yang kedua online melalui media social atau digital. Hal ini mau tidak mau kita jalankan dua duanya, karena sebelumnya kita lebih fokus ke penghimpunan secara langsung. Jadi setelah pandemic ada ini kita harus belajar lagi terkait *digital fundraising* atau melalui media social. Karena waktu pandemic tidak bisa bertemu orang langsung jadi kita arahkan para donatur untuk transfer ke rekening Yatim Mandiri Ponorogo.
- Peneliti : Media digital apasaja yang digunakan LAZNAS Yatim Mandiri dalam menghimpun dana ZIS?
- Narasumber : Dalam pembayarannya bisa melalui transfer dari *mobile banking*, ataupun transfer langsung, kalau media social yang kita pakai yaitu mulai dari , *Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube*, dan yang terbaru ini adalah *Tiktok*. Kemudian kita sebelumnya juga bekerja sama dengan Platfrom Kitabisa.com dan sekarang kita juga punya tanamberkah.com yaitu kanal digital seperti Kitabisa.com tapi milik Yatim Mandiri.
- Peneliti : Siapa saja yang menjadi sasaran digital fundraising ZIS selama pandemic?

- Narasumber : Kalau dikami itu semua kita sasar, tapi kita juga tau perkembangan zaman itukan banyak anak-anak milenial. Jadi donatur-donatur besar biasanya adalah orang-orang yang sudah mapan tapi donatur-donatur baru juga banyak dari anak-anak muda di usia 20 tahun keatas.
- Peneliti : Bagaimana amil dalam mensosialisasikan kepada muzakki bahwa ZIS dapat di bayarkan melalui media digital?
- Narasumber : Kalau sosialisasi ke masyarakat itu ada dua strategi secara online dan offline, kalau offline tadi kita dor to dor. Kita silaturahmi langsung dari pintu ke pintu atau presentasi di instansi ataupun kelompok. Dan yang kedua melalui media, media ini biasanya melalui konten-konten yang kita share melalui *Whatsapp* ataupun media social lainnya.
- Peneliti : Bagaimana lembaga Yatim Mandiri merumuskan strategi digital fundraising di tengah pandemi?
- Narasumber : Dalam merumuskan strategi ini kita kembali lagi ke konsep manajemen. Kita mulai dari perencanaan, kemudian pengorganisasian kemudian pelaksanaan dan kontroling atau pengawasan. Jadi dari konsep tersebut kita kembangkan, ketika evaluasi bulanan atau tahunan itu kita tentukan mana ni yang rencana-rencana prioritas, kemudian bagaimana strateginya untuk mencapainya setelah itu kapan ni kita laksanakan mungki bulan satu, dua atau tiga samapai dua belas itu apa yang kita laksanakan. Dan yang terakhir kita ada evaluasi program tersebut dimana kita ada evaluasi mingguan bulanan dan semesteran.
- Peneliti : Adakah divisi khusus dalam penghimpunan dana ZIS melalui media digital?

- Narasumber : Untuk divisi khusus untuk *digital fundraising* ini kita belum ada, tapi kita ajarkan kepada temen-temen yang sebelumnya yang fokus ke offline itu kita upgrade skilnya dengan pengetahuan-pengetahuan fundraising online maupun secara media sosial.
- Peneliti : Apasaja faktor penghambat dalam melakukan fundraising di tengah pandemi?
- Narasumber : Kendala saat kita di pandemi itu yang pertama adalah adaptasi, waktu itu kita adaptasinya masih kurang, jadi kita dituntut untuk lebih cepat beradaptasi pada dunia online/digital. Kemudian adaptasi donatur ke transfer, itu memang sangat cepat sekali perubahannya, jadi kita dipaksa untuk lebih cepat dalam beradaptasi. Jadi kemarin itu saat transisi ada sedikit kendala disitu.
- Peneliti : Bagaimana lembaga Yatim Mandiri mengatasi masyarakat yang kurang percaya dalam menyalurkan dana ZISnya melalui media digital khususnya di masa pandemi?
- Narasumber : Untuk meningkatkan kepercayaan donator atau masyarakat kita biasanya setelah kegiatan kita publikasi di kanal-kanal digital ataupun media-media sosial. Ketika ada program A ya nanti setelah program tersebut selesai kita upload untuk program-programnya sekaligus ucapan terimakasih kepada para donator yang sudah mensupport program-program yatim mandiri di akhir kita ada harapan atau ajakan berbagi untuk terus istiqomah bersama YM.”
- Peneliti : Adakah peningkatan penghimpunan dana ZIS di lembaga Yatim Mandiri melalui media digital baik sebelum maupun sesudah pandemi?

- Narasumber : Kalau peningkatan ada dulu hamper 80-90% itukan offline, sekarang digital itu sudah 36% donatur transfer kemudian sisanya 64% masih cash.
- Peneliti : Apakah media digital memberikan kemudahan bagi Lembaga Yatim Mandiri dalam menghimpun dana ZIS di tengah pandemi?
- Narasumber : Ya, memberikan kemudahan
- Peneliti : Dengan penghimpunan dana ZIS melalui media digital adakah peningkatan muzakki baru di lembaga Yatim Mandiri khususnya di masa pandemi?
- Narasumber : Kalau peningkatan muzaki untuk tahun ini kita naik sekitar 6-7% untuk donasi yang masuk baik secara digital maupun langsung, jadi secara keseluruhan
- Peneliti : Apakah masyarakat lebih tertarik membayarkan dana ZIS melalui media digital atau membayarkan secara konvensional?
- Narasumber : Kalau anak-anak muda usia 20-30 tahunan itu lebih suka donasi fia transfer atau digital. Kalau yang masih sepuh atau usia 40 tahunan keatas itu masih ingin dijemput secara lansung karena biar ada doa secara langsung.

HASIL WAWANCARA

- Nama : Saiful Huda
- Jabatan : Divisi Fundraising
- Lokasi : Kantor Yatim Mandiri Ponorogo
- Waktu : 3 November 2022 Pukul 09.00 WIB
- Peneliti : Siapa saja yang menjadi sasaran digital fundraising ZIS selama pandemic?
- Narasumber : Kalau sasrannya adalah masyarakat baik di Ponorogo maupun luar Ponorogo. Kan sekarang banyak orang-orang melihat dari digital. Sekarang ini penjualan apapun mereka memakai media digital, baik usaha kecil menengah, maupun menengah keatas, mulai dari *Facebook, Youtube, Tiktok, Instagram*. Jadi kalau sasarannya untuk anak sekolah untuk menjadi donatur ya masih berat, ya ada sih satu dua tiga yang mereka sadar bahwa mereka juga ingin berbagi. Itu bagi mereka yang memiliki keinginan untuk berbagi tanpa harus meminta orang tua, entah itu menyisihkan uang saku dan sebagainya, tetapi di kami sasarannya tetap ke yang lebih tua sekitar 20 tahunan ke atas, yang sudah bekerja, yang mempunyai usaha dan sebagainya.
- Peneliti : Bagaimana amil dalam mensosialisasikan kepada muzakki bahwa ZIS dapat di bayarkan melalui media digital?
- Narasumber : Ketika kita jemput donasi disitu ada donatur baru atau donatur yang belum pernah tau tentang yatim mandiri itu kita sosialisasikan, kadang mereka Tanya tentang Yatim Mandiri ketika kita jemput donasi, nah disitulah kita menunjukkan ini adalah lembaga zakat, infaq dan sedekah. Selain itu juga ada jaringan referensi, jadi kita meminta data-data dari donatur, dari referensi tersebut kita datang untuk menawarkan.

- Peneliti : Bagaimana lembaga Yatim Mandiri merumuskan strategi digital fundraising di tengah pandemi?
- Narasumber : Dalam merumuskan strategi ini kita kembali lagi ke konsep manajemen. Kita mulai dari perencanaan, kemudian pengorganisasian kemudian pelaksanaan dan kontroling atau pengawasan. Jadi dari konsep tersebut kita kembangkan, ketika evaluasi bulanan atau tahunan itu kita tentukan mana ni yang rencana-rencana prioritas, kemudian bagaimana strateginya untuk mencapainya setelah itu kapan ni kita laksanakan mungkin bulan satu, dua atau tiga sampai dua belas itu apa yang kita laksanakan. Dan yang terakhir kita ada evaluasi program tersebut dimana kita ada evaluasi mingguan bulanan dan semesteran.
- Peneliti : Apakah ada kriteria khusus dalam memilih amil dalam menghimpun dana ZIS melalui media digital?
- Narasumber : Kalau kriteria amil yang jelas tentang ZISWAF itu pasti, kemudian karakter, bisa ngaji, tatabahasa yang baik serta bisa berkomunikasi yang baik, namun jika memiliki keahlian dibidang digital bisa menjadi nilai plus.
- Peneliti : Bagaimana peyiapan SDM dalam hal ini amil dalam menghimpun dana ZIS melalui media digital? Apakah ada pelatihan khusus?
- Narasumber : Dan untuk pelatihan bisanya ada dari zis konsultan, baik pelatihan *digital fundraising*, mulai dari *Whatsapp Bisnis*, kemudian balas *Whatsapp* cepat dan sebagainya. Kalau dulu setiap satu tahun sekali ada pelatihan. Namun semenjak covid itu kita pembinaan karyawan secara bersamaan. Kalau dulu itu sendiri-sendiri, seperti admin sendiri, zis fundraising sendiri.

- Peneliti : Apasaja faktor penghambat dalam melakukan fundraising di tengah pandemi?
- Narasumber : Sejauh ini yang saya tau belum, ya semoga tidak, karena tanamberkah.com kan sudah milik kita sendiri beda dengan Kitabisa.com. kalau Kitabisa.com kan punya nya orang ketiga. Jadi kalau kita menggunakan Kitabisa.com ada beberapa dana yang harus disendiri-sendirikan. Katakannlah ada beberpa juta nantikan ada biaya sponsor, sehingga hasilnyapun kurang maksimal, memang dapatnya banyak. Namun karena Kitabisa seponsornya banya jadi menangnya disitu.
- Peneliti : Dengan penghimpunan dana ZIS melalui media digital adakah peningkatan muzakki baru di lembaga Yatim Mandiri khususnya di masa pandemi?
- Narasumber : Selama pandemi tetap turun, jadi untuk para donatur yang harus dilakukan bangkit untuk usahanya, yang jelas untuk donasi turun selama pandemi, kemudian untuk penyalurannpun juga sama, karena donasinya turun maka kurang, tapi disisi lain kita juga berusaha untuk bangkit juga untuk Yatim Mandiri sehingga semakin kita dapat ziswafnya semakin banyak juga untuk kemanfaatannya.”
- Peneliti : Bagaimana Program di Yatim Mandiri Ponorogo di sajikan kepada calon donatur?
- Narasumber : Yatim Mandiri Ponorogo menawarkan program-program kemanusaan yang kemudian dikemas semenarik mungkin, sehingga donatur bisa tertarik untuk menyisihkan sebagian rezekinya untuk zakat, infaq ataupun sedekah.

- Peneliti : Bagaimana Yatim Mandiri Ponorogo menetapkan nilai sumbangan zakat, infaq dan sedekah yang masuk akal dan dapat di terima oleh calon donatur?
- Narasumber : Untuk zakat akan dihitung dulu, apakah sudah mencapai nisab atau belum. Kalau sudah baru 2,5% nya berapa, baru bisa dikeluarkan zakatnya sesuai hasil hitungan , hasil bisa berbeda-beda tiap tahunnya, karena zakat ada berbagai jenis, seperti zakat pertanian, profesi, perdagangan dan lain-lain. Sedangkan untuk infaq atau sedekah nilainya akan ditentukan dalam bentuk program yang dijalankan. Misalnya program OTA (Orang Tua Asuh) dimana untuk nilai sumbangaannya SD sebesar Rp 100.000, SMP sebesar Rp 150.000, dan SMA sebesar Rp 200.000.
- Peneliti : Apakah masyarakat lebih tertarik membayarkan dana ZIS melalui media digital atau membayarkan secara konvensional?
- Narasumber : Yang jelas banyak di *non digitalnya*, karena salah satunya adalah kita bertemu langsung, kadang orang yang bertemu langsung dengan digital itu malah orang lebih percaya yang bertemu langsung. Kalau soalnya sekarang lewat digital itu kan kadang dikira penipuan dan sebagainya. Apalagi sekarang ada link undangan yang kadang isinya penipuan.

HASIL WAWANCARA

- Nama : David Maulana
- Jabatan : Program
- Lokasi : Kantor Yatim Mandiri Ponorogo
- Waktu : 3 November 2022 Pukul 10.00 WIB
- Peneliti : Apakah ada kriteria khusus dalam memilih amil dalam menghimpun dana ZIS melalui media digital?
- Narasumber : Yang penting mereka tu siap kerja di lapangan, kalau kriteria khusus insyaallah gak ada.
- Peneliti : Bagaimana peyiapan SDM dalam hal ini amil dalam menghimpun dana ZIS melalui media digital? Apakah ada pelatihan khusus?
- Narasumber : Kemudian sesudah rekreutmen amil kita masih ada training, selama 3 bulan tu kita training, semisal dimata kepala cabang kita cocok jadi amil baru bisa kita kontrak, 1 setengah tahun
- Peneliti : Apasaja faktor pendukung dalam strategi digital fundraising?
- Narasumber : Kalau temen-temen mungkin tertarik karena program-programnya, kan program kita kan insyaallah baguslah menarik lah
- Peneliti : Bagaimana Program di Yatim Mandiri Ponorogo di sajikan kepada calon donatur?
- Narasumber : Agar program dapat menarik para donatur, saya memperbanyak inovasi-inovasi program yang ada di ponorogo tidak hanya menawarkan program-program itu saja kepada donatur ataupun calon donatur. Semisal ini kemarin kan kita baru launching program jejak rekan, di mana program jejak rekan itu kita juga membutuhkan paket gizi, atau apa nah nanti kita syiarkan

kepada donatur dan juga nanti diprogram tersebut nanti kita ambil dokumentasi serta vidio terbaik itu juga sebagai syar kita ke donatur. Ini bu kita baru launcing program jejak rekan ini merupakan program yang meninggalkan kisah untuk adik-adik di sekolah.

Peneliti : Bagaimana Yatim Mandiri Ponorogo dapat memobilisasi dan melibatkan orang-orang untuk mendukung kampanye program?

Narasumber : Kita kan ada beberapa relawan jadi kita memaksimalkan tenaga relawan tersebut untuk memaksimalkan kampanye program yang ada di Lembaga Yatim Mandiri Ponorogo.



RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama : Dyah Rahayu Wijayanti
2. Tempat/Tgl Lahir : Madiun, 25 Agustus 1998
3. Alamat Rumah : Ds. Doho RT 27 RW 04 Kec. Dolopo Madiun
4. No. HP : 087858048455
5. E-mail : dyahrahayu258@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI : MIN 4 Kabupaten Madiun
 - b. SLTP : MTsN 1 Kabupaten Madiun
 - c. SLTA : MAN 2 Kota Madiun
 - d. Perguruan Tinggi : Istitut Agama Islam Negeri Ponorogo

Ponorogo, 30 Oktober 2023

Dyah Rahayu Wijayanti

NIM. 211617025