

JURNAL EL-KAHFI

Journal of Islamic Economics

Vol. 05 No. 02 Tahun 2024

ISSN Media Elektronik: 2722-6557

Efektivitas Pelaksanaan ZISWAF Online Pada masa Pandemi Covid-19

Sri Rahni

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia

rahnisri@gmail.com

Abstract

Pandemi Covid-19 yang terjadi di awal tahun 2020 mengejutkan masyarakat Sumatera Barat yang mana juga berdampak terhadap penghimpunan (fundraising) dana di Dompot Dhuafa Sumatera Barat. Sebelum terjadinya Covid-19 Dompot Dhuafa Sumatera Barat dalam menghimpun dana ziswaf menggunakan strategi dengan membuka counter cabang di seluruh wilayah Sumatera Barat. Namun sejak covid-19 masuk ke Indonesia khususnya Sumatera Barat alternatif yang digunakan dalam menghimpun dana yaitu pelaksanaan ziswaf online seperti via transfer, via kode barcode, dan melalui website resmi yang disediakan oleh Dompot Dhuafa Sumatera Barat. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisa bagaimana efektivitas pelaksanaan ziswaf online pada masa pandemi Covid-19 di Dompot Dhuafa Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan theologis normative approach dan Sociological approach. Sumber data primer dan sekunder dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan penelusuran data online. Hasil penelitian disimpulkan bahwa pelaksanaan ziswaf online dari sisi fundraising dana pada masa pandemi Covid-19 di Dompot Dhuafa Sumatera Barat dinyatakan belum efektif karena target fundraising yang ditetapkan oleh Dompot Dhuafa Sumatera Barat pada tahun 2020 sekitar 4,5 M dan tahun 2021 4,9 M. Sementara total fundraising dana di tahun 2020 Rp. 4.311.313. 368 Miliar dan pada tahun 2021 sebesar Rp 4.406. 689. 849 Miliar. Dompot Dhuafa Sumatera Barat dapat dikatakan efektif dari sisi fundraising dana jika mengalami growth dengan kenaikan minimal 25% dari tahun sebelumnya.

Keywords: Efektivitas, Ziswaf, Pandemi Covid-19

ARTICLE INFO

Submit 18-09-2024

Review 20-09-2024

Accepted 29-09-2024

Published 30-09-2024

A. Pendahuluan

Efektivitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu lembaga berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks pengelolaan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF), efektivitas pelaksanaan menjadi kunci dalam memastikan bahwa dana yang dihimpun dapat disalurkan secara optimal kepada yang berhak. Pandemi COVID-19 yang melanda dunia pada awal tahun 2020 membawa dampak signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk dalam mekanisme penghimpunan dan pendistribusian dana ZISWAF. Menurut Budiani, efektivitas suatu program dalam organisasi dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, dan pencapaian tujuan program (Maesaroh & Pangestuti, 2018). Dalam konteks ini, efektivitas pelaksanaan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) menjadi aspek penting dalam mendukung kesejahteraan sosial, terutama dalam menghadapi tantangan yang muncul selama pandemi Covid-19.

Implementasi strategi digital dalam penghimpunan dana ZISWAF terbukti efektif. Data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menunjukkan peningkatan penghimpunan dana sebesar 30% pada tahun 2020 dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun di tengah krisis pandemi. Hal ini menegaskan bahwa adaptasi terhadap teknologi digital mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berzakat dan berdonasi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Luthfian Muhamad Kahfi Fadhillah (2021) menyoroti bahwa strategi digital fundraising yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat mampu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berzakat selama masa pandemi. Pemanfaatan media sosial, kampanye digital, dan kerjasama dengan platform e-commerce menjadi kunci sukses dalam strategi tersebut.

Namun, adopsi teknologi digital dalam penghimpunan dana ZISWAF juga menghadirkan tantangan tersendiri. Keterbatasan akses teknologi bagi sebagian masyarakat, kekhawatiran terkait keamanan transaksi online, dan kebutuhan akan literasi digital yang memadai menjadi beberapa hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, lembaga amil zakat dituntut untuk tidak hanya menyediakan platform digital yang andal, tetapi juga melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai cara penggunaan yang aman dan efektif.

ZISWAF merupakan instrumen filantropi Islam yang berperan dalam pembangunan sosial dan ekonomi umat. Keberadaannya tidak hanya membantu mengurangi kesenjangan ekonomi, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial antara golongan kaya (muzakki) dan golongan yang membutuhkan (mustahiq) (Ridlo, 2014). Dalam pelaksanaannya, penghimpunan ZISWAF di Indonesia masih mengalami berbagai tantangan, termasuk kurangnya sistem yang terstruktur dalam pengumpulan dan distribusi dana (Subianto, 2004). Salah satu lembaga yang aktif dalam pengelolaan ZISWAF adalah Dompot Dhuafa Singgalang, yang memiliki legalitas hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 dan berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan sosial melalui penghimpunan dan distribusi dana ZISWAF.

Sebelum pandemi Covid-19, Dompot Dhuafa Singgalang melakukan penghimpunan dana dengan membuka lebih dari 20 counter cabang di Sumatera Barat. Namun, dengan adanya kebijakan pembatasan sosial dan peraturan stay at home, model penghimpunan dana secara konvensional menjadi terkendala (Budiyanti, 2020). Dalam kondisi tersebut, implementasi

ZISWAF online menjadi alternatif strategis untuk memastikan keberlanjutan penghimpunan dana. Platform digital yang digunakan dalam penghimpunan ZISWAF di Dompot Dhuafa Singgalang mencakup layanan transfer rekening, sistem kode barcode, serta website resmi <https://ddsinggalang.org/> sebagai mekanisme pembayaran berbasis teknologi keuangan (fintech) dengan sistem crowdfunding.

Data penghimpunan dana ZISWAF oleh Dompot Dhuafa Singgalang menunjukkan adanya peningkatan dari tahun 2018 ke 2019. Total penghimpunan dana pada tahun 2018 mencapai Rp2.977.139.652, sedangkan pada tahun 2019 meningkat menjadi Rp3.874.299.225 (Annual Report Dompot Dhuafa Singgalang, 2019). Meskipun terjadi peningkatan, pandemi Covid-19 berpotensi menurunkan jumlah penghimpunan dana, sehingga diperlukan inovasi dalam pelaksanaan ZISWAF, salah satunya dengan optimalisasi sistem digital.

Dengan kehadiran ZISWAF online, Dompot Dhuafa Singgalang dapat tetap menjalankan fungsinya sebagai lembaga filantropi Islam yang berkontribusi dalam membantu masyarakat yang terdampak pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelaksanaan ZISWAF online selama pandemi Covid-19, dengan melihat tingkat pencapaian penghimpunan dana, perbandingan dengan target sebelumnya, serta tingkat kepuasan stakeholder dalam pengelolaannya. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan strategi optimalisasi penghimpunan ZISWAF berbasis digital di masa mendatang.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan *theologis normatif* dan *sosiologis*. Pendekatan *theologis normatif* digunakan untuk menganalisis konsep dan prinsip syariah terkait ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf) berdasarkan sumber hukum Islam, seperti Al-Qur'an, Hadis, dan fatwa ulama. Sedangkan, pendekatan *sosiologis* digunakan untuk memahami bagaimana pelaksanaan dan efektivitas penggalangan dana ZISWAF secara daring dalam masyarakat, khususnya pada Dompot Dhuafa Sumatera Barat.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari Hasil wawancara mendalam dengan pihak pengelola Dompot Dhuafa Sumatera Barat, termasuk pimpinan, staf pengelola program ZISWAF online, serta para muzakki (donatur) dan Observasi langsung terhadap sistem digital fundraising yang digunakan oleh Dompot Dhuafa Sumatera Barat, termasuk platform donasi online, aplikasi mobile, serta strategi pemasaran digital yang diterapkan. Sedangkan data sekunder didapatkan dari Dokumen resmi dari Dompot Dhuafa Sumatera Barat, seperti laporan tahunan, kebijakan strategis fundraising, serta laporan distribusi dana ZISWAF, Literatur dan jurnal ilmiah terkait efektivitas fundraising dana ZISWAF, baik secara daring maupun konvensional dan Data yang diperoleh dari penelusuran sumber daring, seperti laporan Kementerian Agama, BAZNAS, serta penelitian terdahulu yang relevan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana subjek penelitian dipilih berdasarkan relevansi dan keterkaitan mereka dengan topik yang diteliti.

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari: (1) Pihak Dompot Dhuafa Sumatera Barat (3-5 orang), termasuk pengurus utama dan pengelola sistem donasi online, (2) Muzakki atau Donatur (5-10 orang), yang pernah berdonasi melalui platform digital Dompot Dhuafa Sumatera Barat dan (3) Ahli atau Akademisi (2-3 orang) yang memiliki kompetensi dalam bidang filantropi Islam dan ekonomi digital.

Untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu:

- 1) Triangulasi Sumber → Membandingkan informasi dari berbagai responden, seperti pihak Dompot Dhuafa, donatur, dan akademisi.
- 2) Triangulasi Metode → Membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan konsistensi data.
- 3) Triangulasi Teori → Membandingkan hasil temuan penelitian dengan teori dan kajian akademik sebelumnya.

Data yang terkumpul yang sudah valid dan abash dianalisis dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahap utama: (1) Reduksi Data, yang terdiri dari Seleksi dan penyederhanaan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, Identifikasi pola atau tema utama yang muncul dalam efektivitas penggalangan dana ZISWAF online. (2) Penyajian Data, Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk deskripsi naratif, tabel, dan bagan untuk menggambarkan efektivitas fundraising online di Dompot Dhuafa Sumatera Barat. Penyajian data bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap hasil penelitian. (3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Kesimpulan dibuat berdasarkan pola yang ditemukan dalam data yang telah disajikan. Verifikasi dilakukan dengan mengecek kembali keabsahan data melalui triangulasi sumber, metode, dan teori.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Validitas Data melalui triangulasi

Validasi dilakukan dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber data, yaitu: Wawancara dengan pihak Dompot Dhuafa Sumatera Barat, termasuk supervisor fundraising dan staf pengelola, Dokumentasi resmi seperti laporan tahunan dan data transaksi donatur. Observasi langsung terhadap sistem fundraising online yang diterapkan, seperti website, media sosial, dan aplikasi pembayaran. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa data dari berbagai sumber memberikan informasi yang konsisten mengenai peningkatan jumlah transaksi melalui metode transfer bank dan tantangan dalam penggunaan e-wallet.

Selanjutnya, Data diperiksa melalui beberapa teknik pengumpulan data: Wawancara mendalam untuk menggali strategi fundraising dan respons donatur terhadap layanan online, Observasi langsung terhadap sistem donasi digital yang digunakan oleh Dompot Dhuafa Sumatera Barat, analisis dokumen berupa laporan keuangan dan data transaksi untuk mengonfirmasi hasil wawancara dan observasi. Kombinasi berbagai metode ini memastikan

bahwa data yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu pendekatan, tetapi diverifikasi melalui pendekatan yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan berbagai teori untuk memvalidasi hasil: Teori efektivitas organisasi (Budiani, 2018) untuk menilai keberhasilan fundraising online, Teori ekonomi Islam (Ridlo, 2014) yang menjelaskan pentingnya ZISWAF dalam mendukung kesejahteraan sosial., Teori digital fundraising yang digunakan untuk menilai peran teknologi dalam penghimpunan dana. Perbandingan dengan teori yang ada menunjukkan bahwa strategi fundraising online yang diterapkan oleh Dompet Dhuafa Sumatera Barat sesuai dengan model efektivitas dalam literatur akademik, sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Proses Analisis Data

Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi yang relevan dari hasil wawancara, observasi, serta dokumen resmi Dompet Dhuafa Sumatera Barat. Beberapa poin penting dalam tahap ini adalah:

- Strategi fundraising online yang paling banyak digunakan adalah transfer via bank, sementara metode e-wallet masih kurang diminati.
- Dampak pandemi terhadap penghimpunan dana, di mana terjadi penurunan signifikan pada awal pandemi 2020, tetapi kembali meningkat di 2021.
- Jumlah donatur individu lebih tinggi dibandingkan donatur institusi, dengan kontribusi terbesar berasal dari transfer rekening.

Setelah reduksi data, informasi yang telah dikategorikan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk memberikan gambaran yang lebih jelas.

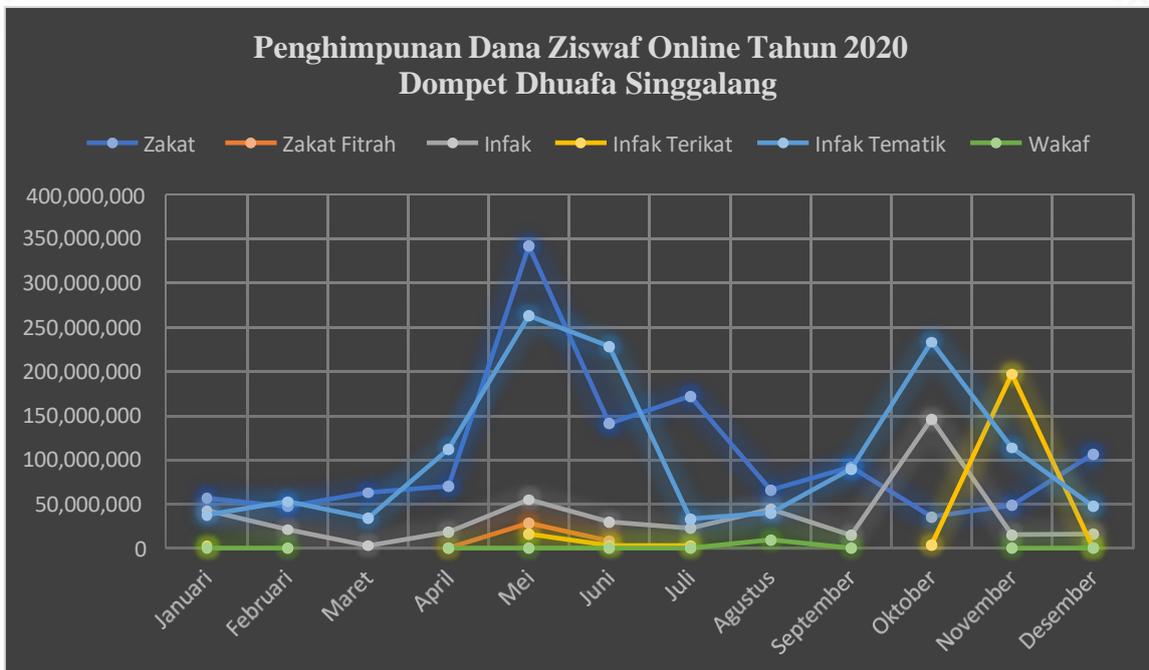
Pembahasan

Secara teori fundraising tersebut ada dua bentuk, ada yang disebut dengan direct fundraising dan ada juga yang disebut dengan indirect fundraising. Pada lembaga Dompet Dhuafa Singgalang kedua istilah tersebut digunakan sebagai metode dalam penghimpunan dana ziswaf. Penghimpunan dana ziswaf secara online dikategorikan pada metode indirect fundraising, dengan alasan bahwasannya dalam penghimpunan dana ini tidak melibatkan donatur atau muzakki secara langsung untuk melakukan pelaksanaan ziswaf online. Adapun strategi yang dilakukan oleh pihak Dompet Dhuafa Singgalang dalam fundraising dana ziswaf secara online yaitu dengan transfer via rekening Dompet Dhuafa Singgalang, scan QR barcode dan melalui akun resmi Dompet Dhuafa Singgalang. Dari ketiga strategi fundraising ziswaf online yang ditawarkan oleh pihak Dompet Dhuafa Singgalang maka yang banyak dilakukan yaitu via transfer rekening melalui Bank Mandiri, Bank Nagari dan BSI dibandingkan dengan metode pembayaran lain seperti OVO, DANA, Gopay dan lain-lain. Sebagaimana hipotesa dari bapak Novil bahwa masyarakat Sumatera Barat bisa dikatakan kurang memanfaatkan e-wallet ini dalam metode pembayaran ziswaf secara online. Hal ini bisa dilihat dari segi transaksi yang masuk ke Dompet Dhuafa Singgalang bahwa e-wallet ini masih dikatakan pasif digunakan.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Hazza bahwasannya pertumbuhan ziswaf dari segi fundraising online pada awal pandemi tersebut mengalami penurunan.¹² Disambung oleh bapak Novil bahwa sebelum masa pandemi para donatur tersebut rutin berdonasi untuk ziswaf pada

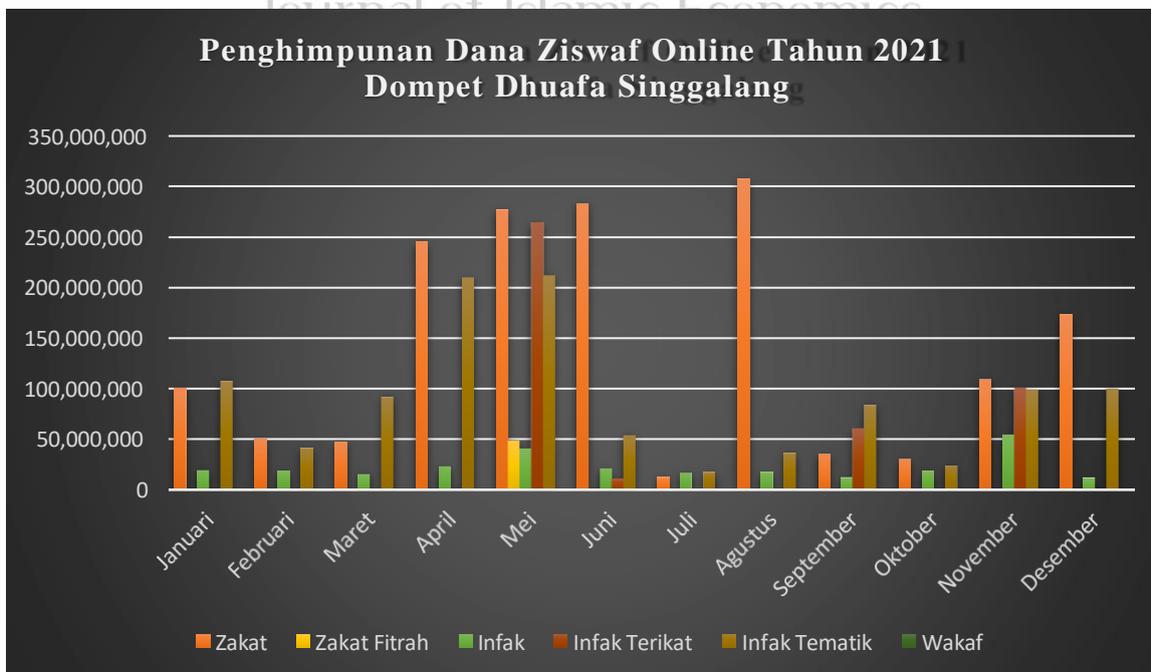
Dompot Dhuafa Singgalang. Namun pada masa pandemi ini ada beberapa donatur yang tidak melakukan donasi karena berdampak pada usahanya, seperti percetakan, UMKM dan lain sebagainya. Berikut fundraising dana ziswaf online pada masa pandemi Covid-19.

Grafik 1



(Sumber: data donatur Dompot Dhuafa Singgalang yang diperoleh dari ibu Sri Widiastuti pada tanggal 6 Desember 2021)

Grafik 2



(Sumber: data donatur Dompot Dhuafa Singgalang yang diperoleh dari ibu Sri Widiastuti pada tanggal 6 Desember 2021)

Fundraising dana ziswaf online pada Dompot Dhuafa Singgalang ini diperoleh dari donatur individu maupun lembaga atau kelompok. Adapun donatur yang dari lembaga itu

seperti Bank Indonesia. Penghimpunan dana dari donatur yang bersifat individu lebih banyak dari pada donatur yang bersifat lembaga atau kelompok. Berdasarkan wawancara dengan bapak Novil bahwasanya jumlah donatur Dompot Dhuafa Singgalang pada tahun 2021 kurang lebih sebanyak 1891 dari individu dan 34 dari institusi dengan jumlah transaksi sekitar 4879. *Fundraising* dana ziswaf online di Dompot Dhuafa Singgalang menggunakan media massa maupun media sosial sebagai alternatif untuk menyampaikan informasi terkait dengan pelaksanaan ziswaf secara online. Adapun cara yang dilakukan oleh pihak Dompot Dhuafa Singgalang dalam *fundraising* dana ziswaf secara online salah satunya yaitu menjalin relasi dengan lembaga. Mereka mengirimkan berupa proposal atau profil lembaga kepada alamat *e-mail* donatur dan website pribadi Dompot Dhuafa Singgalang.

Novil Oksan Putra selaku supervisor *fundraising* mengatakan bahwa: website merupakan salah satu strategi tidak langsung yang digunakan oleh Dompot Dhuafa Singgalang dalam *fundraising* dana ziswaf dengan menginformasikan program-program dan kegiatan yang ada di Dompot Dhuafa Singgalang untuk menarik donatur untuk berdonasi. Khairul Nasril selaku divisi *fundraising* bagian marketing komunikasi mengatakan bahwa: *e-mail* juga merupakan salah satu strategi dalam melakukan penghimpunan dana, dimana kami mengirimkan berupa proposal yang sudah kami buat untuk donatur atau *muzakki* yang berdonasi dan dikirimkan melalui *e-mail* Dompot Dhuafa Singgalang yaitu sumbar@dompetdhuafa.org. Egi selaku divisi *fundraising* bagian telemarketing menambahkan, bahwa: *e-mail* dan website juga merupakan salah satu strategi tidak langsung yang kami lakukan, dimana melalui *e-mail* ini kami mengirimkan kegiatan laporan yang telah terlaksana.

Setiap strategi yang dilakukan dalam penghimpunan dana via online ini pasti memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaannya, diantaranya yaitu: kelebihan dari strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah dengan menggunakan beberapa media seperti facebook, instagram, whatsapp, website dan email, memudahkan bagi donatur atau *muzakki* untuk mencari informasi tentang Dompot Dhuafa Singgalang dan juga memudahkan juga bagi lembaga dalam menghemat biaya, dengan menggunakan ini para tim Dompot Dhuafa Singgalang cuma mengupdate apa saja kegiatan yang telah dilakukan. Kemudian dilihat dari sisi lain kekurangannya adalah pesan yang disampaikan akan tidak efektif atau pesan yang disampaikan tidak tersampaikan kepada masyarakat yang tidak memiliki alat-alat komunikasi tersebut, apalagi masyarakat yang kurang mampu yang tidak mengetahui informasi tentang Dompot Dhuafa Singgalang. Media cetak juga digunakan Dompot Dhuafa Singgalang dalam strategi tidak langsung seperti pamflet dan koran singgalang. Kelebihan dari media cetak ini memudahkan juga bagi masyarakat untuk tahu informasi tentang Dompot Dhuafa Singgalang, untuk masyarakat yang hobi membaca. Sedangkan kekurangannya dengan menggunakan media cetak ini seperti koran juga menyusahkan juga bagi masyarakat apalagi cakupannya terbatas, apalagi masyarakat yang tidak berlangganan dengan koran mereka tidak akan mendapatkan informasi tentang Dompot Dhuafa Singgalang ini.

Pelaksanaan *fundraising* secara online ini dikategorikan pada metode *indirect fundraising*, maksudnya adalah metode yang dilakukan dengan cara tidak melibatkan

partisipasi donatur secara langsung. Biasanya diupayakan dengan cara promosi yang bersifat membentuk citra baik lembaga yang bersangkutan. Kegiatan yang dilakukan seperti menyelenggarakan event, menjalin relasi, promosi, iklan dan lain sebagainya.¹⁸ Hal ini yang diterapkan ziswaf online di Dompot Dhuafa Sumatera Barat, yaitu dalam proses penghimpunan dana ziswaf ini tidak melibatkan donatur secara langsung dalam pelaksanaannya, akan tetapi dioptimalkan melalui strategi yang dilakukan oleh pihak Dompot Dhuafa Sumatera Barat dalam *fundraising* dana ziswaf secara online, yaitu dengan transfer via rekening Dompot Dhuafa Singgalang, Scan QR barcode dan melalui akun resmi Dompot Dhuafa Singgalang. Program tersebut bertujuan memudahkan masyarakat dalam pembayaran ziswaf, dimana pelaksanaan ziswaf online ini menjadi pilihan bagi masyarakat agar tetap melaksanakan ziswaf secara online meskipun pandemi Covid-19. *Fundraising* online ini dipahami sebagai penghimpunan dana secara online melalui via transfer, scan code barcode dan akun resmi dari pihak Dompot Dhuafa Sumatera Barat.

Pelaksanaan ziswaf secara online merupakan upaya untuk memudahkan orang yang mau membayar zakat, sehingga bisa membayar tepat waktu dan tidak menunda-nunda lagi. Pengoptimalan pengumpulan dana ziswaf online juga dipahami sebagai bentuk konsistensi Dompot Dhuafa dalam menyalurkan dana ziswaf, karena dalam keadaan apapun, apalagi masa pandemi Covid-19, dana ziswaf harus didistribusikan kepada mustahik. Bagi muzaki sebagai seorang muslim yang memiliki kewajiban untuk menyisihkan sebagian harta yang kita peroleh untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, dapat terlaksana salah satunya melalui program ziswaf online yang diterapkan Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Sumatera Barat. Lebih lanjut, program ziswaf online dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, pengumpulan dana ziswaf oleh pihak Dompot Dhuafa Sumatera Barat tetap bisa dioptimalkan, meskipun dalam keadaan pandemi Covid-19.

Hal ini bersinggungan langsung dengan pemahaman bahwa keberhasilan penghimpunan dana ziswaf menentukan bagaimana keberhasilan pendistribusian dana ziswaf, artinya dari penghimpunan dana ziswaf ini akan dimanfaatkan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan sesuai dengan program yang ada di Dompot Dhuafa Sumatera Barat. Analisis ini diperkuat dengan pendapat Syaikh Yusuf al-Qardhawi, dalam *fiqh az-zakat*, ia berpendapat bahwa seseorang pemberi zakat tidak harus menyatakan secara eksplisit kepada *mustahik*, maka zakatnya tetap sah. Oleh karena itu seseorang dapat menyerahkan zakatnya secara online kepada Lembaga Amil Zakat (LAZ). Bersamaan dengan itu, idealnya seseorang yang menyalurkan dana zakatnya via online lembaga amil zakat disertai dengan konfirmasi zakat secara tertulis, dan konfirmasi tertulis itu merupakan salah satu bentuk pernyataan zakat.

Jadi berdasarkan analisis di atas dapat disimpulkan bahwa secara konsep program ziswaf online yang diterapkan Dompot Dhuafa Sumatera Barat merupakan upaya pengoptimalan pengumpulan dana ziswaf yang menerapkan nilai-nilai Syariat Islam, karena bertujuan untuk memudahkan muzaki dalam menunaikan kewajibannya, sehingga pengoptimalan pengumpulan dana ziswaf yang berhubungan langsung dengan optimalnya pendistribusian dana ziswaf dapat dilaksanakan, selanjutnya terkait keabsahan penyaluran dana ziswaf secara

online, sudah dapat dikatakan sah, karena ketika muzaki menunaikan zakatnya via *online* kemudian mengklik “zakat” ketika dia telah mengkonfirmasi (setelah transfer) akan muncul laporan yang laporan itulah yang dikatakan akad.

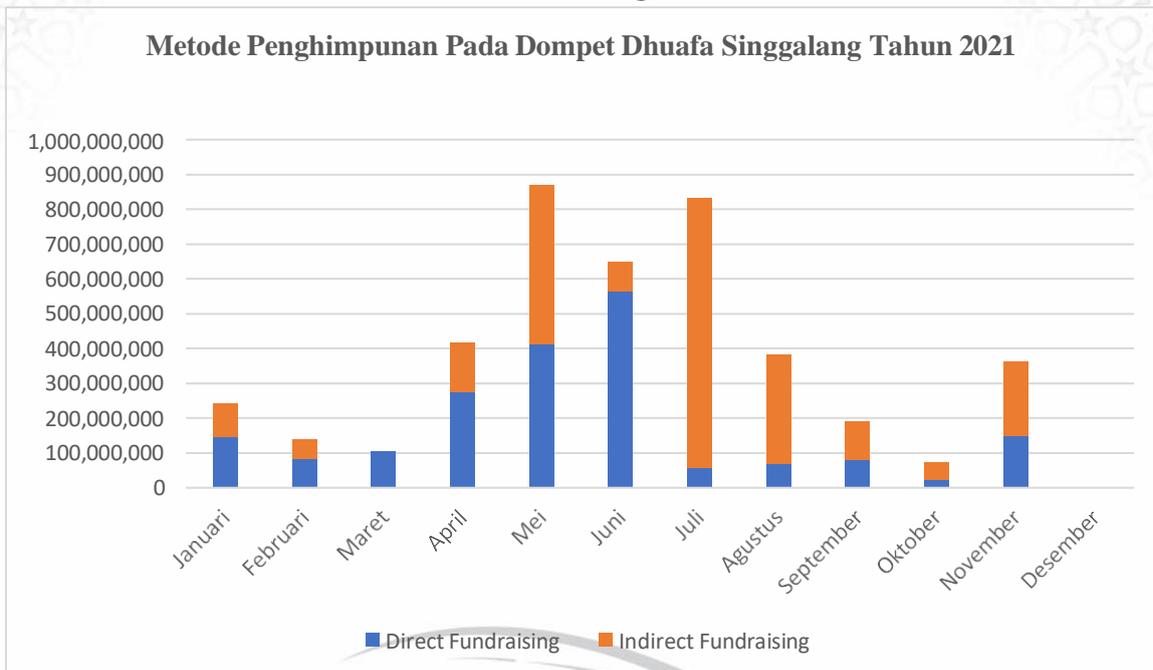
Setelah konsep pelaksanaan pengumpulan dana ziswaf online dianalisis secara secara Syariat Islam, selanjutnya pelaksanaan pengumpulan ziswaf online oleh Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dianalisis menurut teori efektivitas. Ukuran efektivitas dalam penelitian ini yaitu pencapaian target penghimpunan dana dan jumlah donatur. Indikator untuk mengukurnya ada dua yang pertama yaitu keberhasilan program dan keberhasilan kepuasan sumber daya manusia serta kepuasan terhadap program. Dompot Dhuafa Sumatera Barat menetapkan target pada penghimpunan dana ziswaf, baik itu penghimpunan ziswaf secara langsung maupun penghimpunan ziswaf secara *online* yang ditetapkan berdasarkan total pencapaian di setiap tahunnya, dilihat dari *growth* tahun sebelumnya yang kemudian dinaikkan dengan beberapa jenis target; target minimum, dan target optimis. Untuk target minimum 25% dari tahun sebelumnya, dan target optimis sampai 100% dalam proses penghimpunan dana.

Tabel 1
Target Ziswaf pada Dompot Dhuafa Sumatera Barat

| No | Jenis Target | Persentase |
|----|----------------|------------|
| 1 | Target Minimum | 25% |
| 2 | Target Optimis | 100% |

Tabel di atas menjadi tolok ukur ketercapaian target pengumpulan ziswaf yang dilakukan Dompot Dhuafa Sumatera Barat baik *direct fundraising* maupun *indirect fundraisining*. Akan dianggap mencapai target jika ziswaf yang dikumpulkan meningkat secara persentase minimum 25% dari capaian tahun sebelumnya. Untuk mengukur efektifitas penghimpunan ziswaf *online* akan dikomparasikan dengan ziswaf secara langsung. Adapun tahun efektifitas yang diteliti adalah tahun 2020 dan 2021 karena pada dua tahun ini pandemi covid-19 di Sumatera Barat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dompot Dhuafa Sumatera Barat bahwa total *fundraising* dana ziswaf tahun 2020 yaitu Rp. 4.311.313. 368 Miliar dan pada tahun 2021 sampai bulan November sebesar Rp. 4.406. 689. 849 Miliar. Dalam *fundraising* dana ziswaf online ini Lembaga Dompot Dhuafa Singgalang menggunakan dua metode yaitu *direct fundraising* maupun *indirect fundraisining*. Berikut akan disajikan data pada tahun 2020 dan tahun 2021 terkait dengan metode *fundraising* dana ziswaf pada Dompot Dhuafa Singgalang.

Grafik 3



Berdasarkan data *fundraising* dana ziswaf melalui metode *direct fundraising* maupun *indirect fundraising* maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya melalui metode *indirect fundraising* dapat dikategorikan efektif karena mengalami peningkatan secara umum dari tahun sebelumnya. Namun jika dilihat dari pencapaian target Dompot Dhuafa Sumatera Barat belum efektif karena berdasarkan wawancara dengan Bapak Novil selaku supervisor Dompot Dhuafa Sumatera Barat target pada tahun 2020 target penghimpunan dana sekitar 4,5 M dan pada tahun 2021 targetnya sekitar 4,9 M. Tetapi dilihat dari jumlah penghimpunan dana dari tahun sebelumnya Dompot Dhuafa Sumatera Barat selalu *growth*. Penetapan jumlah penghimpunan untuk tahun selanjutnya berpatokan pada total penghimpunan dari tahun sebelumnya dengan kenaikan minimal 25% dari tahun sebelumnya.

Dalam layanan ziswaf *online* ini pihak Lembaga Dompot Dhuafa Sumatera Barat tetap mempertimbangkan dari segi syariatnya sehingga hal-hal yang dianggap perlu dan harus ada dalam pembayaran ziswaf tetap menjadi prioritas dalam mengeluarkan sebuah layanan bagi para donatur sehingga layanan ziswaf *online* ini tetap dianggap sah sesuai dengan syariat Islam. Proses akad dalam ziswaf *online* ialah ketika muzaki menunaikan zakatnya via *online* kemudian mengklik “zakat” ketika dia telah mengkonfirmasi (setelah transfer) akan muncul laporan yang laporan itulah yang dikatakan akad. Pelaksanaan akad ziswaf secara online tetap dianggap sah meskipun tidak saling berjabat tangan antara donatur dan lembaga penerima ziswaf.

Adapun kelebihan dalam pelaksanaan ziswaf online yaitu lebih praktis, mudah dan cepat saat melakukan transaksi pembayaran ziswaf melalui layanan tersebut. Memudahkan donatur menyalurkan zakat, infak, sedekah dan wakaf tanpa mendatangi secara langsung kantor Dompot Dhuafa ataupun counter-counter resmi yang telah disediakan di beberapa tempat, lebih mudah dijangkau oleh semua orang, proses transaksi yang lebih mudah dan

cepat, menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di era perkembangan digital saat ini, sistem pembayaran yang transparan sehingga jumlah ziswaf yang tersalurkan dapat diketahui oleh semua orang melalui aplikasi resmi Dompot Dhuafa Sumatera Barat. Selain itu, pelaksanaan ziswaf online ini juga memiliki beberapa kekurangan diantaranya belum diketahui secara luas oleh masyarakat bila dibandingkan dengan layanan berbasis *crowdfunding* lainnya, masih belum dapat digunakan secara merata oleh masyarakat diseluruh wilayah, masih adanya beberapa wilayah yang tidak terjangkau oleh jaringan internet sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan transaksi secara *online*.

D. Kesimpulan

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa efektivitas pelaksanaan ZISWAF online di Dompot Dhuafa Sumatera Barat sangat bergantung pada adaptasi teknologi digital dan tingkat literasi donatur dalam memanfaatkan layanan tersebut. Fundraising berbasis digital terbukti memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menyalurkan donasi, namun tetap memerlukan strategi yang lebih terstruktur untuk meningkatkan partisipasi publik.

Meskipun terjadi peningkatan penghimpunan dana dari tahun ke tahun, masih terdapat tantangan dalam penerapan metode pembayaran berbasis dompet digital. Sebagian besar donatur lebih memilih transfer bank sebagai metode utama, yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi keuangan belum merata di semua kalangan. Oleh karena itu, edukasi digital bagi masyarakat perlu diperkuat untuk meningkatkan keterjangkauan layanan ZISWAF online.

Dari sisi kelembagaan, transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana ZISWAF menjadi faktor utama yang memengaruhi kepercayaan donatur. Laporan keuangan yang jelas serta sistem pelaporan berbasis teknologi dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga filantropi Islam. Dengan demikian, optimalisasi teknologi dan peningkatan kesadaran digital akan menjadi langkah strategis dalam memperkuat peran ZISWAF sebagai instrumen sosial-ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat.

E. References

- Baznas. (2020). Masa Pandemi 2020, Penghimpunan BAZNAS Naik 30 Persen. [https://baznas.go.id/Press Release/baca/Masa Pandemi 2020%2C Penghimpunan BAZNAS Naik 30 Persen/689](https://baznas.go.id/Press%20Release/baca/Masa%20Pandemi%202020%2C%20PENGHIMPUNAN%20BAZNAS%20NAIK%2030%20PERSEN/689)
- Baznas. (2021). Laporan Penghimpunan dan Distribusi Zakat Nasional. <https://baznas.go.id/laporan-tahunan-2021>
- Budiani, M. (2018). Efektivitas Organisasi Badan Pendapatan Daerah dalam Pengelolaan Pajak Parkir di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.1234/jap.v5i1.1234>
- Budiyanti, E. (2020). Dampak Virus Corona terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Indonesia. *Singkat*, 13(4), 19-24. <https://doi.org/10.1234/singkat.v13i4.5678>
- Dompot Dhuafa Singgalang. (2018). Laporan Tahunan 2018. <https://ddsinggalang.org/laporan-tahunan-2018>

- Dompot Dhuafa Singgalang. (2019). Laporan Tahunan 2019. <https://ddsinggalang.org/laporan-tahunan-2019>
- Dompot Dhuafa Singgalang. (2020). Laporan Penghimpunan Dana ZISWAF Tahun 2020. <https://ddsinggalang.org/laporan-penghimpunan-2020>
- Fadhilah, L. M. K. (2021). Strategi Digital Fundraising dalam Meningkatkan Partisipasi Zakat di Masa Pandemi. *Jurnal Filantropi Islam*, 5(2), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jfi.v5i2.91011>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2020). Wamenag: Gerakan ZISWAF Bantu Warga Terdampak Pandemi. <https://kemenag.go.id/read/wamenag-gerakan-ziswaf-bantu-warga-terdampak-pandemi>
- Maesaroh, S., & Pangestuti, D. A. (2018). Efektivitas Organisasi Badan Pendapatan Daerah dalam Pengelolaan Pajak Parkir di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.1234/jap.v5i1.1234>
- Ridlo, A. (2014). Zakat dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Adl*, 7(1), 199-210. <https://doi.org/10.1234/al-adl.v7i1.5678>
- Subianto, A. (2004). Shadaqah, Infak, Zakat, dan Wakaf sebagai Instrumen untuk Membangun Indonesia yang Bersih, Sehat, dan Benar. Jakarta: Yayasan Bermula Dari Kanan.
- Qardhawi, Y. (2011). *Fiqh az-Zakat*. Beirut: Muassasah ar-Risalah.
- Yayasan Dompot Dhuafa Republika. (2021). Profil Dompot Dhuafa. <https://dompetdhuafa.org/id/tentangkami/detail/profil>

Copyright Holder :

© Sri Rahni (2024).

First Publication Right :

© El-kahfi: Journal of Islamics Economics

This article is under:

