

Penggunaan *Platform Crowdfunding* dalam Upaya Peningkatan Penghimpunan Dana Zakat Infak dan Sedekah di LAZ Lidzikri Bandung

Risi Siti Fatimah¹, Maman Suryaman²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam, Bandung
risisitifatimah@student.stembi.ac.id¹, mamansuryaman@stembi.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine the strategy for using the crowdfunding platform in an effort to increase fund collection, and to determine the implications of using the crowdfunding platform in an effort to increase the collection of ZIS funds at LAZ Lidzikri Bandung. This research uses field research and a qualitative approach. And the data collection techniques used are interview, observation and documentation techniques. Interviews were conducted directly with the fund raiser, deputy head of the institution, and head of the institution. Collect information in the form of photos, data and other documents. This research uses data analysis with an inductive method. The conclusion of this research is that the Amil Zakat Lidzikri Bandung Institute has started implementing crowdfunding or raising funds through digital technology. And the implications of crowdfunding implemented at LAZ Lidzikri have had a positive influence in increasing the number of donors and funds.

Keywords : *crowdfunding, zakat, infak, sedekah.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui strategi penggunaan platform crowdfunding dalam upaya peningkatan penghimpunan dana, dan untuk mengetahui implikasi dari penggunaan platform crowdfunding dalam upaya peningkatan penghimpunan Dana ZIS di LAZ Lidzikri Bandung. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dan pendekatan kualitatif. Dan untuk teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak penghimpun dana, wakil ketua lembaga, dan ketua lembaga. Mengumpulkan informasi berupa foto, data, dan dokumen lainnya. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan metode induktif. Hasil kesimpulan dalam penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat Lidzikri Bandung sudah mulai menerapkan crowdfunding atau penghimpunan dana melalui teknologi digital. Dan untuk implikasi *crowdfunding* yang diterapkan di LAZ Lidzikri memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan jumlah donatur dan dana.

Kata kunci : *crowdfunding, zakat, infak, sedekah.*

PENDAHULUAN

Zakat, infak, dan sedekah sudah tidak asing lagi bagi umat islam. Zakat merupakan perintah Allah Subhanahu Wata'ala. Yang bersangkutan paut dengan harta, karena harta adalah titipan dari Allah Subhanahu Wata'ala yang harus digunakan untuk sarana kehidupan manusia. Demi membersihkan diri maka kedudukan zakat

ini penting sekali, bahkan Allah Subhanahu Wata'ala menyebutkan di dalam Al-Qur'an hingga 8 kali, sering kita menemukan kata *itaa Alzakah* berhadapan dengan kata *iqamu Al-shalaah*, dengan dua kalimat tersebut maka dari itu sholat dan zakat merupakan lambang ajaran islam. (Yusuf Qardhawi: 1996)

Penghimpunan dana selalu menjadi tema besar dalam suatu organisasi terutama di dalam organisasi amil zakat. Strategi penghimpunan dana yaitu sebuah titik dalam tolak menentukan kebutuhan suatu organisasi, penghimpunan ini dilakukan dalam rangka memenuhi suatu kebutuhan yang semakin hari semakin berkembang. Penghimpunan dana sangat berperan penting untuk organisasi atau lembaga sosial dalam mendukung jalannya suatu program yang ditelah ditentukan. (M. Abdul Manan: 1997).

Dengan potensi ZIS yang lumayan besar, maka dari itu lembaga zakat bisa melihat peluang, dan mengelola dana sedekah dengan baik sehingga lembaga zakat mampu memberikan dampak yang baik dalam mengurangi jumlah kemiskinan. Supaya lembaga zakat bisa meraih tujuan, maka harus dilakukan sebuah perubahan, yaitu mampu memberikan kemudahan bagi para calon donatur dalam menyampaikan informasi donasinya dimanapun. Selain itu, melalui tata kelola yang baik, dan menggunakan bantuan teknologi digital. (Sujanu Harto Mulyono: 2022).

Berikut data penghimpunan ZIS di LAZ Lidzikri Bandung dari tahun 2021-2023 bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Data penghimpunan ZIS LAZ Lidzikri Bandung tahun 2021-2023

No	Tahun	Total Penghimpunan ZIS
1.	2021	546.788.709
2.	2022	548.360.630
3.	2023	573.320.842

Sumber: Tim funding LAZ Lidzikri

Berikut data penghimpunan ZIS di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2021-2022 bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Data penghimpunan ZIS Jawa Barat tahun 2021-2022

No	Bulan	Target	Realisasi 2022	%	Realisasi 2021	%
1	Januari	3,734,580,371	3,040,918,001	81.43%	2,905,014,058	-4.68%
2	Februari	2,126,045,030	2,791,131,685	131.28%	1,387,020,212	101.23%
3	Maret	4,198,217,653	2,166,986,934	51.62%	3,446,182,632	-37.12%
4	April	5,247,954,937	10,391,906,074	198.02%	4,461,600,687	132.92%
5	Mei	3,831,330,018	1,320,048,870	34.45%	4,006,532,480	-67.05%
6	Juni	4,900,580,434	3,407,551,652	69.53%	2,873,485,586	18.59%
7	Juli	3,933,229,203	3,993,185,873	101.52%	3,824,818,301	-4.40%
8	Agustus	3,837,227,371	3,628,801,607	94.57%	3,099,405,508	17.08%
9	September	3,532,041,285	5,775,401,484	163.51%	3,160,520,744	82.74%
10	Oktober	3,925,199,094	3,355,772,458	85.49%	2,848,971,606	17.79%
11	November	3,542,247,252	3,226,943,351	91.10%	3,234,227,300	-0.23%
12	Desember	3,691,347,353	5,613,022,401	152.06%	3,105,837,442	80.72%
TOTAL		46,500,000,000	48,711,670,391	104.76%	38,353,616,556	27.01%

Sumber: Badan Amil Zakat Nasional

Berikut data pertumbuhan pengumpulan ZIS di Indonesia dari tahun 2019-2022 bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Data pertumbuhan pengumpulan ZIS Indonesia tahun 2019-2022

No	Tahun	Total Penghimpunan ZIS
1.	2019	10.227,94 Milyar
2.	2020	12.429, 25 Milyar
3.	2021	14 Triliun
4.	2022	21,3 Triliun

Sumber: Badan Amil Zakat Nasional

Berdasarkan tabel di atas, penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, namun seiring berkembangnya teknologi maka agar bisa lebih meningkat lagi maka dalam melakukan proses penghimpunan dana selain dilakukan dengan cara manual maka harus dilakukan juga dengan penghimpunan secara digital. Penghimpunan secara digital ini mungkin sudah dilakukan di beberapa lembaga, namun bukan berarti semua lembaga zakat di Indonesia menggunakan metode tersebut. Bisa saja rendahnya minat masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah itu karena faktor terhambat oleh beberapa faktor seperti memakan waktu, atau jarak tempuhnya yang jauh, dan beberapa alasan lainnya. Namun jika di wadahi oleh penghimpunan melalui digital maka akan bisa mempermudah masyarakat dalam berdonasi. Karena donasi bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Hal ini dibuktikan dengan studi yang telah dilakukan oleh BAZNAS dan juga LAZ Lidzikri pada beberapa tahun ke belakang yang menunjukkan bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi di setiap tahunnya maka jumlah penghimpunan dana ZIS juga ikut meningkat.

Dengan bertambahnya jumlah pengguna teknologi digital. Maka semakin banyak juga pengguna layanan sosial media, termasuk aplikasi pembayaran online yang dapat memicu seseorang dalam melakukan donasi. Sesuai dengan data galang dana donasi melalui online yang signifikan, sejalan dengan kemajuan zaman maka penggalangan dana juga bisa dilakukan secara online atau sering disebut dengan istilah digital marketing. Marketing adalah aktifitas dalam menyampaikan atau menawarkan suatu hal. Sedangkan internet merupakan alat digital. (Risa Ratna Gumilang: 2019)

Dengan adanya strategi penghimpunan dana maka lembaga akan lebih mudah dalam mencapai tujuan visi, misi yang diterapkan dalam lembaga tersebut. Namun seiring berkembangnya teknologi maka penggalangan dana dapat dilakukan dengan lebih menarik. Melalui internet, proses penggalangan dana lebih mudah dan dapat mencakup masyarakat lebih luas.

Lembaga Amil Zakat Lidzikri merupakan Lembaga sosial dan juga keagamaan dalam melaksanakan proses penghimpunan, pendayagunaan Dana Zakat, Infak, Sedekah dan Dana Sosial kemanusiaan Lainnya dalam menjalankan perintah Allah Subhanahu Wata'ala.

Akan tetapi dengan melihat semakin berkembangnya kemajuan teknologi maka tim funding melakukan kerja sama dengan kitabisa.com khususnya pada bagian strategi marketing dan penghimpunan dana. Ide ini guna memanfaatkan strategi digital marketing menuju 4.0 yang mana seluruh kegiatan keuangan banyak dilakukan secara digital. Agar tidak melewati peluang ini, sehingga tim funding LAZ Lidzikri pada tahun 2022 bekerjasama dengan kitabisa.com supaya meningkatkan jumlah donatur. Selain itu LAZ Lidzikri juga bekerjasama dengan beberapa instansi keuangan online guna memberikan pembayaran ZIS melalui sistem online (Siswanto, *Hasil Wawancara* 11 Desember 2023)

Dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “*Penggunaan Platform Crowdfunding Dalam Upaya Peningkatan Penghimpunan Dana ZIS di LAZ Lidzikri Bandung.*”

TINJAUAN LITERATUR

Strategi

Strategi adalah rencana kegiatan untuk mencapai tujuan khusus. Strategi berasal dari sebuah peristiwa yang dimanfaatkan untuk suatu langkah dalam mengalahkan pesaing. Namun, pada akhirnya strategi berkembang untuk berbagai organisasi berbagai kegiatan seperti budaya, sosial, ekonomi, dan agama. Strategi adalah istilah umum yang membentuk sistematis yang diciptakan untuk mengelola suatu organisasi, strategi adalah bagian dari suatu ilmu dan seni yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan. (Arulampalam Kunaraj, P. Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, 2023)

Maka dari itu strategi sangatlah penting untuk diterapkan dalam suatu organisasi atau perusahaan yang mengelola suatu kebutuhan. Dengan menerapkan strategi ini maka tujuan yang telah ditentukan akan lebih mudah tercapai satu persatu.

Crowdfunding

Crowdfunding adalah aktifitas panggilan terbuka (open call), yang dilakukan lewat internet, sebagai penyedia sumber daya keuangan yang baik yang berbentuk sumbangan atau sebagai imbalan atas beberapa bentuk hak suara untuk mencapai tujuan tertentu. (Hemer: 2011)

Crowdfunding juga bisa didefinisikan sebagai metode pendanaan berbasis internet dalam merealisasikan suatu inisiatif dengan kontribusi yang didistribusikan secara online dengan pendanaan sejumlah uang oleh sekelompok besar orang dalam jangka waktu terbatas. (Hossain dan Kuo: 2017).

Zakat

Menurut Sayyid Sabiq, zakat merupakan hak Allah yang dikeluarkan oleh seseorang untuk yang berhak menerimanya. Dikatakan zakat, karena dengan mengeluarkannya dapat memperoleh keberkahan membersihkan jiwa dari sifat pelit

khusus nya bagi orang kaya dan menghilangkan iri hati orang miskin yang dipupuk dengan berbagai macam kebaikan. (Bruno, 2019)

Menurut Asy-Syaukani, zakat merupakan memberikan sebagian harta yang telah mencapai batas minimum kepada orang miskin dan sebagainya yang tidak berhalangan syara' sebagai penerima

Dari berbagai macam pendapat di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa zakat adalah harta dari umat untuk umat, yang diberikan kepada orang yang berhak menerima kepada orang yang wajib membayarnya, zakat dapat menyucikan *muzakki* dari sifat pelit, rakus, dan membersihkan diri dari dosa. Dengan adanya zakat maka perekonomian akan bisa merata dan masyarakat akan menjadi lebih makmur. Allah Subhanahu Wata'ala berfirman di dalam surat At Taubah ayat 103.

حُدِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةٌ تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّى عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

103. Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Infak

Menurut Ibn Faris Zakariyah, kata infak menurut bahasa berasal dari dua makna pokok, yang pertama adalah terputusnya sesuatu, dan yang kedua adalah tersamarnya sesuatu. (Yunus, 2005).

Menurut Ivan Rahmat Santoso (2016 : 38) Asal kata infak yaitu dari kata anfaqa yang artinya mengeluarkan harta untuk kepentingan. Namun menurut terminologi islam, infak yaitu mengeluarkan sebagian harta untuk kepentingan yang diperintahkan oleh agama islam.

Dari penjelasan diatas maka dapat penulis simpulkan, infak menurut bahasa merupakan pemberian harta kepada orang lain yang akan hilang atau habis serta terputus kepemilikannya dari pemberi kepada penerima. Dengan istilah lain yaitu berpindahnya kepemilikan dari satu tangan ke tangan lain. Di dalam pandangan menurut syariat orang berinfaq akan mendapatkan keberuntungan berlipat ganda di dunia dan akhirat seperti firman Allah Subhanahu Wata'ala dalam Qs. Al-Baqarah ayat 261

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سِنْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

261. Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah adalah seperti (orang-orang yang menabur) sebutir biji (benih) yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki. Allah Maha Luas lagi Maha Mengetahui.

Sedekah

Sedekah merupakan pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan ingin mendapatkan pahala dari Allah. Berbeda dengan zakat, infak, dan sedekah tidak dibatasi ketentuan-ketentuan khusus. Sedekah yaitu pemberian yang

dilakukan kepada orang lain tanpa melihat yang diberinya itu kaya ataupun fakir. (Gus Arifin: 2011)

Sedangkan menurut pendapat lain sedekah merupakan suatu perbuatan yang tampak dengan kebenaran iman seseorang terhadap yang gaib dari sudut pandang bahwa rezeki merupakan suatu hal yang Ghaib. Dan dikatakan juga bahwa sedekah itu ditujukan ntuk sesuatu dimana manusia saling memaafkan dengan (sedekah) itu dari hak nya. (Muhammad Abdurrauf Al Munawi dalam Gus Arifin: 2011)(Bersama, 2022)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Lembaga Amil Zakat (LAZ) Lidzikri Bandung. Pada penelitian ini, peneliti memakai pendekatan kualitatif yaitu dengan metode deskriptif analitis. Situasi sosial tersebut dapat dilakukan di rumah berikut aktivitas dan keluarganya, orang-orang disudut jalan yang sedang mengobrol atau, di kota, tempat kerja, desa, atau wilayah suatu negara. Situasi tersebut, dapat dijadikan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi di dalamnya. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh yaitu Bapak Siswanto selaku fundraiser di lembaga LAZ Lidzikri Bandung. Data yang diambil merupakan berasal dari website lembaga, berbagai jenis akun digital, jurnal-jurnal, buku-buku, serta berbagai dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Pada saat melakukan penelitian kualitatif, maka pengumpulan data nya dilakukan pada saat *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber datanya berupa primer, serta teknik mengumpulkan data banyak pada *participant observativ* (saat observasi berperan), *in depth interview* (wawancara mendalam), serta dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penggunaan Platform Crowdfunding dalam Upaya Peningkatan Penghimpunan Dana ZIS di LAZ Lidzikri Bandung

Dari hasil paparan bapak Ketua LAZ Lidzikri yaitu bapak Robby Kurniadi memaparkan bahwasannnya *“Lembaga ini selain mengikuti syariat yang ada di dalam Al-Qur’an dan Hadits, kami juga mengikuti apa yang telah dicantumkan di dalam UUD tentang pengelolaan dana zakat, tepatnya pada UUD No. 23 Tahun 2011”*.

Sehingga dapat dilihat, bahwa LAZ Lidzkri telah menjalankan lembaga sosial dengan tuntunan yang ada dalam Al-Qur’an dan ketentuan-ketentuan yang ada dalam UUD No. 23 Tahun 2011 mengenai pengelolaan zakat.

LAZ Lidzikri Bandung juga telah melakukan upaya atau strategi dalam penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah yaitu:

“Dilaksanakan dengan cara manual saja seperti menghubungi kenakan untuk melakukan donasi dan disebarluaskan, kami memakai sistem ini karena menurut kami dengan cara ini sudah cukup. Sistem yang berjalan pada saat itu dibantu juga oleh beberapa orang seperti dari lembaga lain”.

Namun dengan seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi maka tim *crowdfunding* melakukan inisiatif untuk lebih mengupgrade pola penghimpunan dana. Yaitu dengan cara:

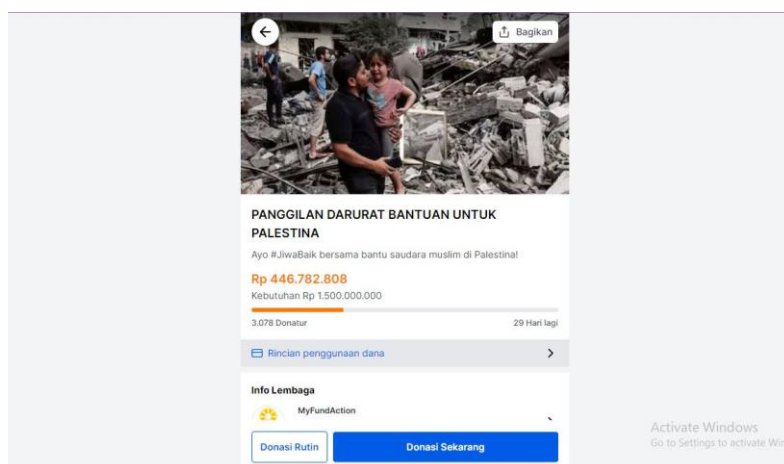
a. Penggunaan media *Platform Crowdfunding* Internal

LAZ Lidzikri Bandung menggunakan platform Crowdfunding dalam upaya peningkatan penghimpunan dana zakat, infak dan sedekahnya yaitu melalui website resmi LAZ Lidzikri Bandung.

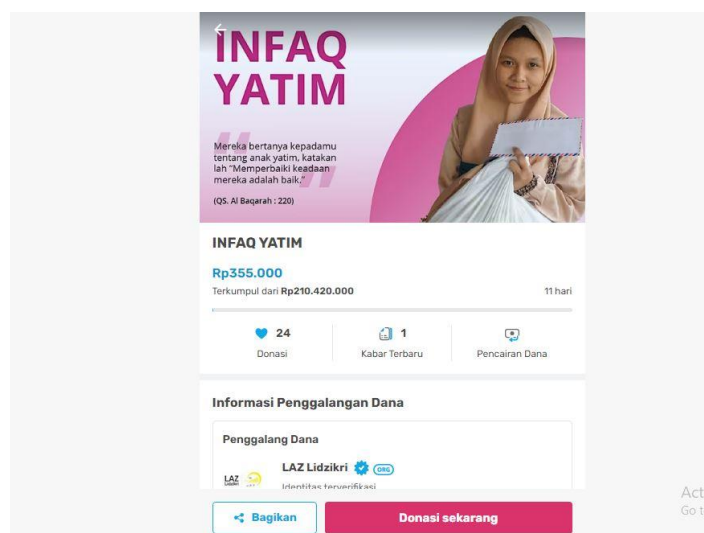
b. Penggunaan media *Platform Crowdfunding* Eksternal

LAZ Lidzikri Bandung dalam upaya peningkatan penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah yaitu bekerjasama dengan *platform crowdfunding* eksternal yaitu *kitabisa.com* dan *amalsholeh.com*

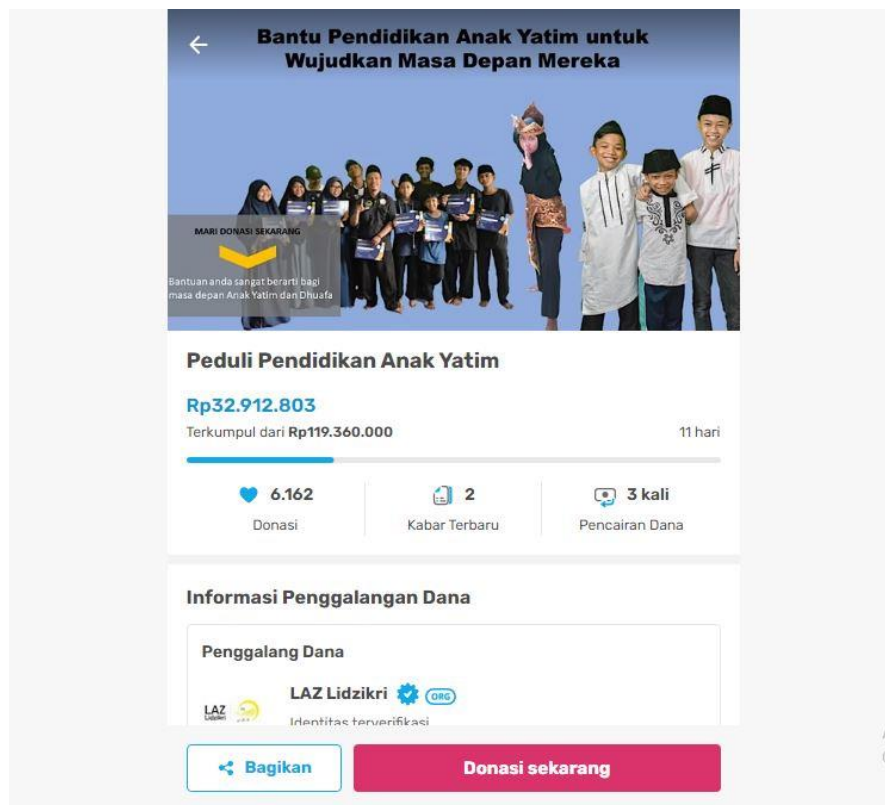
Tampilan *Crowdfunding* LAZ Lidzikri Bandung



Gambar 1. Tampilan website amalsholeh.com



Gambar Tampilan Website infak yatim kitabisa.com



Gambar 3. Tampilan website peduli pendidikan anak yatim kitabisa.com

c. Optimalisasi Penggunaan Media Sosial

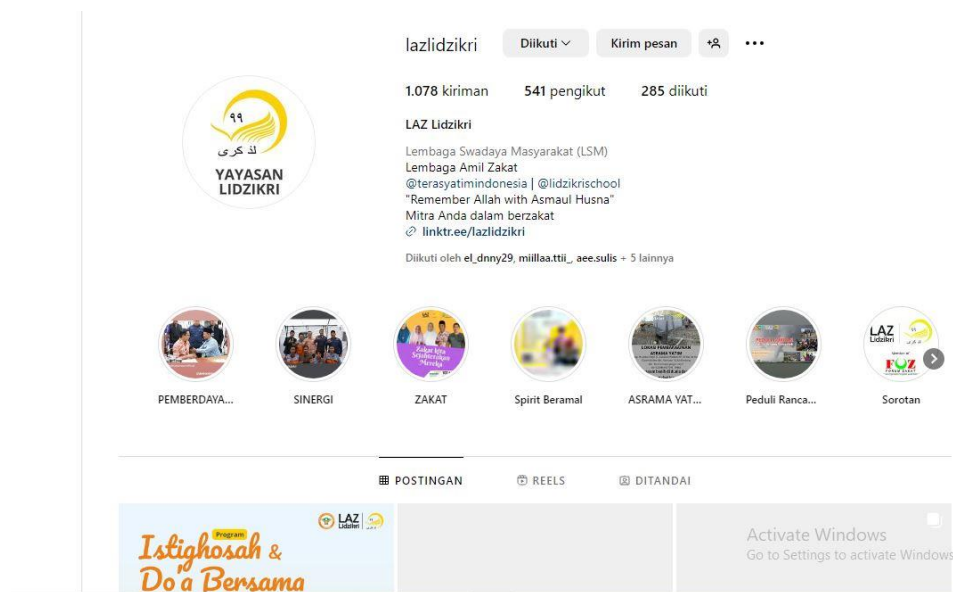
Strategi penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah berikutnya yang dilakukan oleh LAZ Lidzikri Bandung yaitu optimalisasi penggunaan media sosial. Optimalisasi penggunaan media sosial ini dilakukan dengan cara membuat konten-konten yang berkaitan dengan program-program yang ada kemudian disebarluaskan melalui media sosial dengan harapan banyak masyarakat yang teredukasi dan tertarik untuk menyalurkan dana zakat, infak dan sedekahnya melalui LAZ Lidzikri Bandung. Media sosial yang digunakan oleh LAZ Lidzikri Bandung Yaitu sebagai berikut:

- 1) Email
- 2) Whatsapp
- 3) Facebook



Gambar 4. Tampilan akun Facebook LAZ Lidzikri Bandung

4) Instagram



Gambar 5. Tampilan akun Instagram LAZ Lidzikri Bandung

Setiap bentuk pola strategi yang digunakan akan dievaluasi setiap bulannya, agar mengetahui kesesuaian dengan strategi fundraising yang sesungguhnya. Karena persaingan dunia digital tidak dapat diduga-duga semua serba instan untuk dilakukan.

Implikasi Strategi Penggunaan Platform Crowdfunding dalam Upaya Peningkatan Dana ZIS di LAZ Lidzikri Bandung

- a. Perolehan Dana Sebelum Strategi Penggunaan Platform Crowdfunding dilakukan

Sejak berdirinya LAZ Lidzikri pada tahun 2014 hingga tahun 2021 ini metode penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah yang diterapkan masih manual, hal ini terjadi karena terdapat keterbatasan SDM dalam mengelola penghimpunan dana dan pengelolaan lembaganya masih kurang. Pada saat itu SDM masih sedikit, sehingga penghimpunan dana kurang maksimal.

Berikut data perolehan penghimpunan dana yang dilakukan sebelum menggunakan teknologi digital:

Tabel 3. Data Penghimpunan Zakat, Infak dan Sedekah sebelum menggunakan Platform Crowdfunding

No	Tahun	Zakat	Infak	Sedekah	Total
1.	2020	Rp. 209.586.801	Rp. 364.314.997	Rp. 59.838.024	Rp. 633.739.322
2.	2021	Rp. 143.891.175	Rp. 322.584.681	Rp. 80.312.851	Rp. 546.788.709

Sumber: Laporan Keuangan LAZ Lidzikri Bandung 2020/2021

- b. Perolehan Dana Setelah Strategi Penggunaan Platform Crowdfunding dilakukan

Setelah diterapkan penghimpunan dana secara digital maka dapat disajikan data penghimpunan dana yang dimulai dari tahun 2022 hingga sekarang tepat 2023 sebagai berikut.

Tabel 4. Data Penghimpunan Zakat, Infak dan Sedekah setelah menggunakan Platform Crowdfunding

No	Tahun	Zakat	Infak	Sedekah	Total
1.	2022	Rp. 187.913.625	Rp. 164.232.504	Rp. 175.689.501	Rp. 527.835.630
2.	2023	Rp. 150.856.746	Rp. 191.832.700	Rp. 177.118.600	Rp. 519.808.064

Sumber: Laporan Keuangan LAZ Lidzikri Bandung 2022/2023

Tabel 5. Data Perbandingan Penghimpunan Manual dan Penggunaan Platform Crowdfunding

No	Tahun	Penghimpunan Manual	Penghimpunan Digital	Total
1.	2022	Rp. 527.835.630	Rp. 20.525.000	Rp. 548.360.630
2.	2023	Rp. 519.808.064	Rp. 53.512.778	Rp. 573.320.842

Sumber: Laporan Keuangan LAZ Lidzikri Bandung 2022/2023

Melihat hasil pemaparan yang ada diatas, maka setelah dirinci data terkait tabel data pertahunnya maka dapat disimpulkan penghimpunan memiliki hasil yang cukup positif dalam meningkatkan *crowdfunding* dana. *Crowdfunding* di tahun 2021 mengalami sedikit kemunduran, hal tersebut terjadi dikarenakan di tahun 2021 menurunnya kesadaran masyarakat dalam melaksanakan zakat, infak, dan sedekah mulai turun, sehingga jumlah orang yang berdonasi lebih sedikit dari pada biasanya, yang mengakibatkan penghimpunan dana pun tidak stabil. Adapun penghimpunan dana di tahun 2020 hingga 2021 mengalami sedikit kemunduran dikarenakan pada saat itu awal munculnya wabah covid-19.

Namun setelah kemunduran terjadi maka metode penghimpunan pun diganti menjadi penghimpunan dana secara tidak langsung (*Indirect Crowdfunding*). Pada tahun 2020 menuju 2021 merupakan tahun awal muncul covid-19 maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa masyarakat pada saat itu masih beradaptasi dengan perekonomian. Namun dengan dampak negatif tersebut memberikan dampak positif untuk LAZ Lidzikri yaitu meningkatkan inovasi-inovasi terbaru yang berhubungan dengan *crowdfunding*. Setelah terjadi penurunan penghimpunan dana karena mengalami covid-19, kemudian tepatnya di tahun 2022 mengalami peningkatan yang lumayan drastis karena seluruh kegiatan perekonomian sudah mulai stabil kembali dan penghasilan masyarakat pun sudah mulai normal kembali. Pada tahun 2022 sudah mulai mengalami peningkatan yang lumayan meningkat dengan baik, hal ini terjadi karena masyarakat sudah mulai bangkit dan berinovasi yaitu dengan melakukan bisnis online. Kembali mengalami peningkatan di tahun 2023, hal itu terjadi karena kondisi perekonomian masyarakat semakin hari semakin stabil dan tentunya pandemi covid-19 perlahan menghilang dan masyarakat juga kembali ke aktivitas seperti normal kembali. Pada tahun 2023 pun mengalami peningkatan yang cukup drastis, hal itu terjadi dikarenakan perekonomian semakin stabil dan semakin gencarnya sponsor-sponsor yang diadakan untuk meningkatkan penghimpunan. Pada tahun ke 2023 ini perolehan dananya sudah cukup meningkat dibanding perolehan sebelumnya., seiring dengan terus meningkatnya jumlah *crowdfunding* ini dari tim LAZ Lidzikri terus berinovasi untuk menghasilkan ide-ide terbaru dan kreatif supaya dapat mempertahankan donatur dan dapat meningkatkan jumlah *crowdfunding* dari bulan ke bulan dan juga dari tahun ke tahun.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Strategi Penggunaan Platform *Crowdfunding* dalam Upaya Peningkatan Penghimpunan Dana ZIS di LAZ Lidzikri Bandung

Strategi penggunaan *platform crowdfunding* dalam upaya peningkatan penghimpunan Dana Zakat, Infak dan Sedekah di LAZ Lidzikri Bandung yaitu:

a. Platform *Crowdfunding* Internal

Dalam melakukan strateginya LAZ Lidzikri mempromosikan melalui website yang bisa diakses oleh khalayak ramai, di dalam website tersebut terdapat beberapa informasi seperti berita penyaluran dana, pengenalan program lembaga, profil yang

berisikan visi misi legalitas dan lainnya, juga di dalamnya terdapat alamat lengkap dan juga kontak yang bisa dihubungi.

b. *Platform Crowdfunding Eksternal*

Selain dengan menggunakan website milik LAZ Lidzkri lembaga juga melakukan *crowdfunding* yaitu dengan cara berkerja sama dengan lembaga-lembaga lainnya, agar penghimpunan dana bisa lebih maju lagi dengan menggunakan teknologi digital seperti yang dikatakan bapak siswanto, sebagai berikut:

“Akan tetapi untuk sistem penyaluran dananya diproses oleh kitabisa.com, tim funding lembaga hanya memeriksa melalui website kita bisa, seperti berapa banyak donasi yang sudah masuk, kemudian ketika dan sudah bisa dicairkan maka dana dicairkan melalui beberapa verifikasi melalui sistem kita bisanya, kalau dana itu sudah itu sudah verifikasi maka dana masuk ke dalam rekening LAZ Lidzikri”.

Karena lembaga ini lebih menggunakan sistem konvensional karena lembaga baru merintis beberapa tahun yang lalu, maka untuk penghimpunan dana yang dilakukan masih secara manual seperti yang disampaikan informan yaitu bapak siswanto selaku tim funding lembaga, yaitu sebagai berikut:

“Jadi sistem yang berjalan di LAZ Lidzikri ini sebelumnya dilaksanakan dengan cara manual saja seperti menghubungi kenalan untuk melakukan donasi dan disebarluaskan, kami memakai sistem ini karena menurut kami dengan cara ini sudah cukup. Sistem yang berjalan pada saat itu dibantu juga oke beberapa orang seperti dari lembaga lain. Namun seiring berjalannya waktu sistem berjalan pun akhirnya di upgrade ke versi yang modern seperti memasang status, memperkenalkan di sosial media, dengan tujuan agar mengambil daya tarik para calon donatur”.

c. *Optimalisasi penggunaan Media Sosial*

Namun dengan seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi maka tim *crowdfunding* melakukan inisiatif untuk lebih mengupgrade pola penghimpunan dana. Yaitu dengan cara mempromosikan melalui media sosial. Supaya tidak kalah dengan lembaga lain yang sudah lama melakukan dan dengan cara *crowdfunding*. Adapun media sosial yang sering digunakan oleh LAZ Lidzikri yaitu Email, WhatsApp, Instagram, dan Facebook.

Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka penggunaan *platform crowdfunding* dalam upaya peningkatan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah di LAZ Lidzikri Bandung telah dilakukan dengan baik walaupun masih belum optimal dilakukan mengingat masih banyak *platform crowdfunding* yang semestinya dilakukan oleh LAZ Lidzikri Bandung. Jika dibandingkan dengan visi *crowdfunding* menurut (Gerber: 2012)(Barthelemy, 2019) yaitu untuk memanfaatkan kekuatan suatu kerumunan dalam menandai usaha kecil, proyek-proyek yang tidak mungkin didanai secara tradisional, menggunakan *platform crowdfunding* atau media sosial seperti Myspace, Twitter, Facebook. (Gerber: 2012) (Bartelemy, 2019) maka dalam hal ini LAZ Lidzikri Bandung telah berhasil melakukan *platform crowdfunding* dalam penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah.

2. Implikasi Strategi Penggunaan *Platform Crowdfunding* dalam Upaya Peningkatan ZIS di LAZ Lidzikri Bandung

Penerapan pembayaran zakat, infak, dan sedekah melalui teknologi digital mampu meningkatkan pertumbuhan *crowdfunding*. Menerapkan pembayaran ZIS dengan teknologi digital sudah mulai diterapkan pada tahun 2022. Namun pada tahun 2023 lembaga *crowdfunding* mendapat dana yang lumayan meningkatkan melalui teknologi digital. Semakin hari LAZ Lidzikri berupaya untuk mengembangkan semua program untuk menarik perhatian dari para calon donatur dalam rangka mengembangkan kontennya melalui teknologi digital.

a. *Platform Crowdfunding* Internal

Implikasi *crowdfunding* ini mulai diterapkan di LAZ Lidzikri tahun 2022 dikarenakan jumlah penghimpunan dana yang diperoleh ketika sebelum menggunakan teknologi digital ini sangat jauh berbeda. Sejak berdirinya LAZ Lidzikri pada tahun 2014 hingga tahun 2021 ini metode yang diterapkan masih manual, keterbatasan SDM dalam mengelola penghimpunan dana dan pengelolaan lembaganya ini masih sangat kurang karena pada saat itu sumber daya manusia masih sedikit dan belum pasti semua menjadi bagian penghimpun dana, sehingga penghimpunan dana kurang maksimal.

b. *Platform Crowdfunding* Eksternal

Salah satu pola yang dilakukan oleh LAZ Lidzikri adalah bekerjasama dengan beberapa lembaga sosial yang sebelumnya sudah menggunakan media digital seperti *amalsholeh.com* dan *kitabisa.com*, kerjasama ini diadakan dengan bertujuan untuk kerjasama pembuatan aplikasi dan website. Dengan menjalin kerjasama dengan pihak yang telah berpengalaman sebelumnya maka, akan lebih muda bagi lembaga dalam menghimpun dana, karena selain dengan cara manual penghimpunan dana juga bisa dilakukan dengan cara digital yaitu melalui sistem aplikasi dan juga website yang sebelumnya sudah banyak orang yang mengakses.

c. Optimalisasi penggunaan Media Sosial

Melalui media sosial hasil implikasi *crowdfunding* semakin berjalan dengan optimal karena dengan mengirimkan pesan email tentang penawaran donasi kepada calon donatur supaya para donatur menjadi donatur tetap dan tidak pindah melakukan donaturnya ke tempat lain. Melakukan pemasaran secara gratis yaitu berupa video, foto, gambar tulisan, yang di unggah ke Instagram, facebook, serta Whatsapp yang bisa dilihat oleh pengikut akun sosial media milik Lembaga Amil Zakat Lidzikri. Serta tim *crowdfunding* LAZ Lidzikri juga menggunakan whatsapp sebagai promosi program ZIS LAZ Lidzikri kepada para donatur. Biasanya mengirimkan broadcast kepada nomer yang sudah dimiliki, melalui whatsapp menjadi lebih mudah berkomunikasi dengan calon donatur.

Implementasi strategi penghimpunan dana digital juga mempunyai implikasi khusus untuk lembaga tersebut dan masyarakat umum. Pengaruh pertama yang dirasakan adalah mampu meningkatkan citra pembiayaan LAZ Lidzikri di mata masyarakat. Melalui strategi dan metode tersebut, masyarakat kedepannya akan

memandang keuangan sebagai lembaga ZIS yang mempunyai ciri pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah. Selain itu pengaruh lainnya yang dirasakan oleh masyarakat adalah: Peningkatan dana penghimpunan zakat, infak, dan sedekah, sehingga penyaluran juga lebih luas setiap tahunnya, melalui hal itu maka dapat ikut andil dalam mengentaskan tingkatkan kemiskinan di Indonesia.

Setelah dilihat dari hasil atau dampak yang akan diberikan oleh penerapan strategi *crowdfunding* ini terhadap LAZ Lidzikri, terdapat juga beberapa tantangan yang nantinya harus dilalui oleh lembaga *crowdfunding* LAZ Lidzikri jika nantinya benar-benar seluruhnya beralih ke dalam strategi *crowdfunding* digital, diantaranya yaitu:

1. Tahapan-tahapan dalam mengembangkan strategi penghimpunan dana digital ini tidak mudah, karena memerlukan waktu dan juga ide dalam menentukan konsep yang akan dibuat.
2. Optimalisasi strategi penghimpunan dana digital ini, benar-benar diterapkan secara penuh.
3. Selalu berusaha memberikan konten atau kampanye pada masyarakat supaya mampu membangkitkan minat masyarakat untuk berdonasi dana zakat, infak, dan sedekah pada lembaga keuangan LAZ Lidzikri.
4. Melakukan pembaruan teknologi yang perlu diterapkan agar mampu mengembangkan strategi penghimpunan dana sesuai dengan yang diterapkan dan mendapatkan dana sesuai dengan target yang telah ditentukan.

KESIMPULAN

1. LAZ Lidzikri Bandung menerapkan pola strategi penghimpunan dana dengan menggunakan teknologi digital, cara ini termasuk ke dalam jenis penghimpunan secara tidak langsung (*Indirect Fndraising*) merupakan penghimpunan dana yang tidak melibatkan donatur secara langsung namun melalui online. Melalui pemanfaatan teknologi digital ini lembaga *crowdfunding* menyusun strategi penghimpunan secara online. Strategi tersebut diantaranya yaitu seperti menyapa donatur melalui media sosial, mempromosikan program lembaga secara online, peluncuran iklan, dan membuat laporan melalui online. Dari beberapa strategi tersebut team *crowdfunding* meringkasnya dengan penggunaan media sosial untuk melakukan promosi dalam 5 jenis media sosial diantaranya adalah e-mail, whatsapp, facebook, dan instagram.
2. Implikasi *crowdfunding* yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat Lidzikri memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan jumlah donatur dan dana. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya penghimpunan dana dari tahun ke tahun. Berawal dari tahun 2021 ini yang merupakan tahun pertama menggunakan teknologi digital atau promosi melalui sosial media sudah menghasilkan dana yang cukup besar diakhir pandemi covid-19, peneliti menyimpulkan jika masyarakat masih beradaptasi khususnya dalam keuangan. Kemudian mulai mengalami peningkatan yang sangat pesat di tahun 2022, hal tersebut karena kondisi keuangan sudah mulai stabil dan

normal seperti biasanya, tepatnya di tahun 2023 sudah mulai mengawali jumlah peningkatan yang sangat drastis, hal itu terjadi karena gencarnya sponsor-sponsor yang berdatangan untuk meningkatkan dana *crowdfunding*.

SARAN

1. Harapannya masyarakat mampu menggunakan lembaga resmi sebagai tempat berzakat dan juga bersedekah, selain itu semoga dengan berkembangnya teknologi juga memudahkan interaksi online dalam bermasyarakat.
2. Semoga berikutnya sistem digital penghimpunan dana ini selalu memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan jumlah dana yang didapatkan dan lembaga fundraising Lembaga Amil Zakat Lidzikri mampu berdiri menjadi lembaga yang kreatif inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, I. Y. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Journal of Engineering Research*.
- Atik Abidah, Analisis Strategi Crowdfunding Terhadap Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo, *Jurnal Kodifikasi*, Vol. 10, No. 1, 2016, 174-176
- Aziz, dkk, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online', *Jurnal Syariah*, 5.2. (2019). H.98
- Barthelemy, F. (2019). Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial (Crowdfunding Communication Strategy through Social Media). *JURNAL IPTEKKOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(2), 155. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.2.2019.155-168>
- Bersama, P. (2022). *Manajement Analysis Of Distribution Of Zakat Infak Sedekah At Amil Zakat Lidzikri Institute In Bandung City BANDUNG TAHUN 2021-2022. 2103057803*.
- Bruno, L. (2019). Pengertian Zakat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Eddy Yunus, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset. 2016), 9.
- El-Madani. (2013). *Fiqih Zakat Lengkap*, Yogyakarta: DIVA Press.
- Harfiah Ningrum, 'Optimalisasi Peluang Media Digital: Strategi Meningkatkan Crowdfunding Zakat Di Lembaga Tamana Zakat Indonesia', *Management of Zakat and Waqaf Journal (MAZAWA)*, 3.1 (2021), 53.
- Hemer, J. "A Snapshot on Crowdfunding." *Firms and Region*, 39 (July 2011). Accessed from <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/52302/1/671522264.pdf>.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Crowdfunding Sebagai Instrumen Alternatif Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, (Jakarta: 2022)

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15643/Crowdfunding-sebagai-Instrumen-Alternatif-Pendorong-Pertumbuhan-Ekonomi-di-Indonesia.html>

- M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1997). 248
- Mariyah Ulpah, '*Strategi Corporate Crowdfunding Zakat Infak dan Sedekah pada Lazismu Jakarta*', Madani Syari'ah, 4.2 (2021), 1-12.
- Muhsin Khalida, Crowdfunding Dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan, *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Vol.5, No. 2, Desember, 2020,158
- Pendidikan Dasar Indonesia*, 2(1), 12. [https://repository.uin-suska.ac.id/20590/7/7.BAB II %281%29.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/20590/7/7.BAB%20II%20%29.pdf)
- Pusat Bahasa Departemen pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1.376.
- Rahmawan, A. (2014). Efektifitas Dana Ziswaf Dompot Dhuafa Terhadap Pengembangan Program Pendidikan pada Sekolah Smart Ekselensia Indonesia. *Akat Dan Kewirausahaan*, ii-xiv, 4-106.
- Risa Ratna Gumilang, 'Implementasi Digital Marketing Terhadap Penjualan Haisl Home Industri', *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10.9 (2019), 9-14
- Santoso, I. R. (2016). *Manajemen Pengelolaan Zakat*.
- Sentot Imam Wwajono *Crowdfunding Untuk Danai UKM dan Bisnis Start-Up* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2019), h. 10-13.
- Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, and Ibdalsyah, 'Strategi Digital Crowdfunding Dalam Penghimpunan Dana Zakat', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.01 (2022), 67-79
- Yunus, M. (2005). Infaq Menurut Kamus Besar Indonesia. *PENDASI: Jurnal*
- Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat*, Terjemahan Salman Harun, dkk., (Jakarta : Litera Antar Nusa, 1996). Cet. 3. 39
- Yuswanto Arief, & Rachmaniyah Fatichatur. (2019). Bab Iii Sistem Crowdfunding Syariah Di Indonesia. 45-61.