



SINDA

COMPREHENSIVE JOURNAL OF ISLAMIC SOCIAL STUDIES

ISSN : 2797-0612

E-ISSN : 2776-6489

DOI :

doi.org/10.28926/sinda.v4i2.2855

Optimalisasi Pengumpulan Dana Zakat melalui Strategi Fundraising Badan Amal Zakat Nasional: Studi Manajemen Filantropi Islam

Farid Ardhy Sudirman⁽¹⁾, Annas Ma'ruf⁽²⁾, Hudan Ngisa Anshori⁽³⁾, Denny Rakhmad Widi Ashari⁽⁴⁾

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia

⁴ Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

Email: ¹ faridardhysudirman@iainponorogo.ac.id, ² annas@uinponorogo.ac.id,

³ hudan.anshory@uinponorogo.ac.id, ⁴ drwashari@unublitar.ac.id

Informasi artikel ABSTRACT

Received :
Accepted :
Published :

Kata kunci:
Kata kunci 1
Kata kunci 2
Kata kunci 3
Kata kunci 4
Kata kunci 5

This study aims to analyze the fundraising strategies implemented by the National Zakat Agency (BAZNAS) to optimize the collection of zakat funds through an Islamic philanthropy management approach. As an Islamic social finance instrument, zakat plays a crucial role in improving community welfare, reducing poverty, and supporting equitable economic development. However, the significant potential of national zakat has not yet been fully matched by the optimization of zakat collection by zakat management institutions. This study employs a descriptive-qualitative method using a library research approach, involving the review of various books, scientific journals, official reports, and regulations related to zakat management in Indonesia. The findings indicate that BAZNAS's fundraising strategies are implemented through digital fundraising, social-religious campaigns, strengthening zakat literacy, institutional collaboration, and enhancing transparency and public accountability. These strategies have proven effective in increasing public trust and the loyalty of zakat contributors, thereby leading to an increase in zakat collection. Additionally, the application of digital technology facilitates access to services and expands the reach of zakat collection in the digital era. From the perspective of Islamic philanthropy management, fundraising is not only oriented toward raising funds but also toward fostering spiritual awareness and social solidarity within the community. This study confirms that the integration of digital technology, professional governance, and Sharia values are key factors in the development of effective, transparent, and sustainable zakat management in Indonesia.

ABSTRAK

Keyword:
Fundraising
Zakat
Islamic
Philanthropy
National Zakat
Agency
Zakat
Management

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *fundraising* yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam mengoptimalkan penghimpunan dana zakat melalui pendekatan manajemen filantropi Islam. Zakat sebagai instrumen keuangan sosial Islam memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, dan mendukung pembangunan ekonomi yang berkeadilan. Namun, potensi zakat nasional yang besar belum sepenuhnya diimbangi dengan optimalisasi penghimpunan zakat oleh lembaga pengelola zakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan *library research* melalui kajian berbagai buku, jurnal ilmiah, laporan resmi, dan regulasi terkait pengelolaan zakat di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *fundraising* BAZNAS dilakukan melalui *digital fundraising*, kampanye sosial-keagamaan, penguatan literasi zakat, kerja sama kelembagaan, serta peningkatan transparansi dan akuntabilitas publik. Strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan loyalitas muzaki sehingga berdampak pada peningkatan penghimpunan dana zakat. Selain itu, penerapan teknologi digital memberikan kemudahan akses layanan dan memperluas jangkauan penghimpunan zakat di era digital. Dalam perspektif manajemen filantropi Islam, *fundraising* tidak hanya berorientasi pada penghimpunan dana, tetapi juga membangun kesadaran spiritual dan solidaritas sosial masyarakat. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi teknologi digital, tata kelola yang profesional, dan nilai-nilai syariah menjadi faktor utama dalam pengembangan pengelolaan zakat yang efektif, transparan, dan berkelanjutan di Indonesia.



Pendahuluan

Zakat merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi Islam yang memiliki dimensi sosial dan ekonomi dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi ketimpangan distribusi pendapatan. Dalam perspektif ekonomi pembangunan Islam, zakat tidak hanya dipahami sebagai kewajiban ibadah yang bersifat individual, tapi juga sebagai mekanisme keuangan sosial yang memiliki fungsi mendorong pemerataan kesejahteraan, pengentasan kemiskinan, dan pembangunan ekonomi yang berkeadilan (Al-Qaradawi, 2007; Rifa'i dkk., 2024). Kehadiran zakat menunjukkan bahwa Islam tidak hanya menekankan aspek spiritual, tetapi juga menghadirkan instrumen nyata untuk memperkuat solidaritas sosial dan keseimbangan ekonomi masyarakat. Oleh sebab itu, pengelolaan zakat yang profesional, transparan dan berkelanjutan menjadi hal yang sangat penting agar potensi zakat dapat dimanfaatkan secara optimal dalam mendukung pembangunan sosial dan ekonomi umat (Afdhal dkk., 2024; W & Mahri, 2021).

Dalam manajemen filantropi Islam, *fundraising* dipahami sebagai proses pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah melalui pendekatan yang sistematis, terencana, dan berorientasi pada pembangunan jangka panjang dengan muzaki (Rifa'i dkk., 2025). Perkembangan teknologi digital turut mendorong transformasi strategi *fundraising* melalui pemanfaatan media sosial, platform donasi digital, dan layanan pembayaran elektronik yang dinilai lebih efektif dan efisien (Kotler & Lee, 2007). Hal tersebut mampu memperluas jangkauan pengumpulan zakat dan menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku masyarakat yang semakin akrab dengan layanan digital (Azmi dkk., 2024). Akan tetapi, transformasi digital juga memunculkan tantangan baru, seperti rendahnya literasi digital, persaingan antar lembaga filantropi, dan meningkatnya tuntutan transparansi publik. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dirasa penting dilakukan untuk menganalisis strategi *fundraising* yang diterapkan oleh BAZNAS dalam meningkatkan pengumpulan dana zakat serta meninjau implementasinya dalam perspektif manajemen filantropi Islam.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan *library research*. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis berbagai konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi *fundraising* zakat dan manajemen filantropi Islam (Fatimah dkk., 2025). Metode ini dipilih karena peneliti berfokus pada pengkajian literature secara mendalam untuk memperoleh pemahaman zakat yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

Data penelitian bersumber dari data sekunder yang diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah nasional dan internasional, regulasi pemerintah tentang zakat, serta laporan resmi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) (Badan Amil Zakat Nasional, 2020b). Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis (Hidayat dkk., 2025). Analisis tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi pola, strategi, dan tantangan dalam implementasi *fundraising* zakat sehingga menghasilkan kajian yang objektif dan relevan dengan perkembangan pengelolaan zakat modern.

Hasil dan pembahasan

1. Konsep *Fundraising* dalam Filantropi Islam

Secara terminologis, *fundraising* merupakan proses pengumpulan dana dan sumber daya dari individu, kelompok, maupun lembaga untuk mendukung program sosial, kemanusiaan, dan pemberdayaan masyarakat (Kotler & Lee, 2007). Dalam perspektif manajemen modern, *fundraising* tidak hanya dipahami sebagai aktivitas pengumpulan dana semata, tetapi juga sebagai proses membangun hubungan, komunikasi, dan kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola dana sosial. Oleh sebab itu, keberhasilan *fundraising* sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi, transparansi, serta kemampuan lembaga dalam mengelola dan membangun loyalitas donatur secara berkelanjutan (Ashari dkk., 2025).

Dalam Islam, konsep *fundraising* memiliki dimensi yang luas karena tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif dan ekonomi, tetapi juga berhubungan dengan nilai spiritual dan tanggung jawab sosial umat. Dalam Islam, aktivitas pengumpulan dana diwujudkan melalui instrument filantropi

seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf yang memiliki tujuan untuk menciptakan kesejahteraan sosial dan pemerataan ekonomi masyarakat (Al-Qaradawi, 2007). Filantropi Islam lahir dari ajaran Islam yang menekankan pada prinsip tolong-menolong (*ta'awun*), kepedulian sosial, dan keadilan distributif. Dengan demikian, *fundraising* dalam filantropi Islam tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah dana yang dihimpun, tetapi juga membangun kesadaran spiritual, solidaritas sosial, dan tanggung jawab kolektif terhadap kelompok masyarakat yang membutuhkan.

Secara konsep, filantropi Islam memiliki beberapa prinsip dasar yang menjadi landasan dalam pengelolaan dan penghimpunan dana sosial keagamaan. Pertama, prinsip keadilan sosial, yaitu upaya menciptakan keseimbangan distribusi kekayaan agar tidak terpusat pada kelompok tertentu saja. Kedua, prinsip solidaritas umat yang menekankan pentingnya kepedulian sosial dan hubungan persaudaraan sesama Muslim. Ketiga, prinsip distribusi kekayaan bertujuan untuk mengurangi kesenjangan ekonomi melalui penyaluran dana kepada kelompok mustahik. Keempat, prinsip pemberdayaan masyarakat, yakni menjadikan zakat dan instrumen filantropi lainnya tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga produktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin (W & Mahri, 2021). Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa filantropi Islam memiliki orientasi sosial yang kuat dalam menciptakan keadilan dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam ajaran Islam, zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki dimensi ibadah sekaligus sosial-ekonomi. Al-Qur'an secara berulang menyandingkan perintah zakat dengan kewajiban salat sebagai simbol hubungan vertikal kepada Allah dan hubungan horizontal antarmanusia. Allah SWT berfirman:

“Dan dirikanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.” (QS. Al-Baqarah [2]: 43).

Ayat diatas menunjukkan bahwa zakat tidak hanya sekadar kewajiban finansial saja, tetapi merupakan instrumen penting dalam membangun tatanan sosial yang adil dan sejahtera (*Al-Qur'an, QS. Al-Baqarah [2]: 43, t.t.*). Dalam perspektif ekonomi Islam, fungsi zakat sebagai mekanisme redistribusi kekayaan untuk menjaga keseimbangan sosial serta mengurangi kemiskinan dan ketimpangan ekonomi. Oleh sebab itu, pengelolaan zakat membutuhkan sistem *fundraising* yang profesional, transparan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi agar zakat dapat dihimpun secara optimal dan disalurkan secara tepat sasaran.

Era digital, konsep *fundraising* dalam filantropi Islam mengalami transformasi yang cukup signifikan. Pemanfaatan media sosial, platform donasi digital, *e-wallet*, QRIS, dan aplikasi pembayaran online telah mampu mengubah pola penghimpunan zakat menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien (Azmi dkk., 2024). Digitalisasi *fundraising* memperluas jangkauan layanan lembaga zakat sehingga mampu menjangkau generasi muda dan masyarakat urban yang lebih akrab dengan teknologi digital. Akan tetapi, perubahan tersebut juga menuntut adanya peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan lembaga zakat tetap terjaga dan dipercaya oleh public (Ashari dkk., 2026). Dengan demikian, konsep *fundraising* dalam filantropi Islam di era modern tidak hanya berorientasi pada penghimpunan dana, tetapi juga pada penguatan tata kelola lembaga, pelayanan publik, dan pembangunan kesadaran sosial-keagamaan masyarakat.

2. Kampanye Sosial dan Literasi Zakat

Selain pengembangan strategi *digital fundraising*, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) juga aktif melakukan kampanye sosial dan edukasi publik sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya zakat. Kampanye tersebut dilakukan melalui berbagai media, seperti seminar keagamaan, dakwah, televisi, media cetak, hingga media sosial digital yang mampu menjangkau masyarakat secara luas dan cepat (Badan Amil Zakat Nasional, 2020b). Kampanye sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan persepsi, kesadaran kolektif, dan perubahan perilaku sosial masyarakat. Dengan begitu, strategi edukasi zakat menjadi bagian penting dalam membangun budaya filantropi Islam yang lebih kuat di tengah masyarakat.

Literasi zakat memiliki posisi yang sangat strategis dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan dana zakat. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai kewajiban zakat, jenis-jenis zakat, serta manfaat penyaluran zakat melalui lembaga resmi menyebabkan sebagian muzaki masih memilih menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik (Y, 2020). Padahal, penghimpunan zakat melalui lembaga resmi dinilai lebih efektif karena memungkinkan proses distribusi dilakukan secara terencana, terukur, dan berkelanjutan. Pengelolaan zakat secara kelembagaan juga dapat memperluas dampak pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program pendidikan, kesehatan, bantuan usaha produktif, dan pengentasan kemiskinan yang terintegrasi (Al-Qaradawi, 2007). Dengan demikian, peningkatan literasi zakat tidak hanya berkaitan dengan pemahaman hukum keagamaan, tetapi juga menyangkut kesadaran masyarakat terhadap pentingnya tata kelola zakat yang profesional dan dapat dipertanggungjawabkan.

Di era digital, kampanye sosial zakat mengalami transformasi yang cukup signifikan melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Media digital memungkinkan lembaga zakat membangun komunikasi yang lebih interaktif, transparan, dan persuasif dengan masyarakat, khususnya generasi muda yang lebih aktif menggunakan teknologi informasi (Saumi & Makhrus, 2022). Oleh karena itu, penguatan literasi zakat melalui kampanye sosial yang edukatif dan adaptif menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung optimalisasi penghimpunan zakat nasional.

3. Penguatan Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan strategi *fundraising* lembaga zakat. Dalam filantropi Islam, masyarakat tidak hanya menilai kemampuan lembaga dalam menghimpun dana, tetapi juga menilai sejauh mana dana tersebut dikelola secara amanah, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menerapkan prinsip transparansi, akuntabilitas, profesionalisme, dan audit syariah sebagai fondasi utama dalam membangun legitimasi dan kepercayaan masyarakat (Badan Amil Zakat Nasional, 2020b). Prinsip-prinsip tersebut menjadi bagian penting dari tata kelola kelembagaan modern (*good governance*) yang bertujuan memastikan seluruh proses penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusian zakat dilakukan secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik.

Transparansi dalam pengelolaan zakat dapat diwujudkan melalui penyediaan laporan keuangan yang terbuka, publikasi program penyaluran, serta penyampaian informasi penghimpunan dana secara berkala melalui media cetak maupun digital. Dalam perspektif manajemen publik, transparansi berfungsi sebagai instrumen kontrol sosial yang memungkinkan masyarakat melakukan pengawasan terhadap kinerja Lembaga (Kotler & Lee, 2007). Semakin terbuka informasi yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan masyarakat terhadap integritas lembaga zakat. Penelitian Muhammad Ghifarulloh, Fadilla Muhammad, dan Arif Luqman menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzaki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi (Ghifarulloh dkk., 2025). Temuan tersebut menegaskan bahwa keterbukaan informasi bukan sekadar kewajiban administratif, tetapi juga strategi penting dalam meningkatkan loyalitas donatur dan keberlanjutan penghimpunan zakat.

Akuntabilitas tidak hanya berkaitan dengan pertanggungjawaban keuangan, tetapi juga mencakup efektivitas program, ketepatan sasaran distribusi, dan kesesuaian pengelolaan zakat dengan prinsip-prinsip Syariah (Al-Qaradawi, 2007). Dalam konteks ini, audit syariah memiliki peran strategis untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas lembaga zakat berjalan sesuai dengan ketentuan Islam serta terhindar dari penyimpangan pengelolaan dana. Beberapa penelitian internasional mengenai tata kelola lembaga filantropi Islam menunjukkan bahwa penerapan *sharia governance* dan audit syariah mampu meningkatkan legitimasi lembaga serta memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi keuangan sosial Islam (Ahmed, 2020). Dengan demikian, audit syariah tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pengawasan internal, tetapi juga sebagai instrumen moral dan religius dalam menjaga amanah pengelolaan zakat.

Di samping itu, profesionalisme pengelolaan lembaga zakat juga menjadi aspek penting dalam membangun citra positif lembaga di mata masyarakat. Profesionalisme tercermin melalui kualitas pelayanan, kompetensi sumber daya manusia, penggunaan teknologi digital, serta kemampuan lembaga dalam merespons kebutuhan masyarakat secara cepat dan tepat. Teori manajemen modern, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kredibilitas organisasi memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna layanan (Kotler dkk., 2022). Maka, penguatan kepercayaan publik tidak dapat dilakukan hanya melalui kampanye sosial, tetapi juga harus dibuktikan melalui tata kelola kelembagaan yang profesional, transparan, dan konsisten. Dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat, potensi penghimpunan zakat akan semakin besar sehingga zakat dapat berfungsi secara optimal sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat.

4. Kerjasama Kelembagaan

Dalam upaya meningkatkan penghimpunan zakat, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menerapkan strategi kerja sama kelembagaan dengan berbagai pihak, seperti instansi pemerintah, perusahaan, lembaga pendidikan, dan komunitas sosial. Pola kolaborasi ini menunjukkan bahwa pengelolaan filantropi Islam modern tidak lagi dilakukan secara individual, melainkan melalui penguatan jaringan dan kemitraan antarlembaga. Perspektif manajemen modern, menyatakan bahwa kerja sama kelembagaan menjadi instrumen penting untuk memperluas sumber daya, memperkuat legitimasi sosial, dan meningkatkan efektivitas program sosial yang dijalankan (Kotler dkk., 2022). Oleh sebab itu, kemitraan strategis menjadi salah satu pendekatan yang relevan dalam mendukung optimalisasi penghimpunan dana zakat di Indonesia.

Kerja sama dengan instansi pemerintah dilakukan melalui pembentukan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di berbagai lembaga pemerintahan sehingga proses penghimpunan zakat dapat berjalan lebih sistematis dan terorganisasi (Badan Amil Zakat Nasional, 2020b). Selain mempermudah pengumpulan zakat, sinergi dengan pemerintah juga memperkuat legitimasi kelembagaan BAZNAS di tengah masyarakat. Dalam pembahasan tata kelola publik, dukungan negara terhadap lembaga zakat memiliki pengaruh penting dalam membangun akuntabilitas dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana zakat (W & Mahri, 2021). Sementara itu, kolaborasi dengan perusahaan dilakukan melalui integrasi program zakat dan filantropi ke dalam skema *Corporate Social Responsibility* (CSR). Strategi ini dinilai efektif karena tidak hanya memperluas sumber penghimpunan dana, tetapi juga memperkuat program pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan (Aulia & Aulia, 2022). Penelitian internasional mengenai filantropi Islam juga menunjukkan bahwa kemitraan antara lembaga zakat dan sektor korporasi mampu meningkatkan efektivitas distribusi dana sosial serta memperluas dampak pembangunan ekonomi masyarakat (Ahmed, 2015).

Selain sektor pemerintah dan perusahaan, BAZNAS turut menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan dan komunitas sosial dalam memperkuat literasi zakat dan membangun kesadaran filantropi Islam di masyarakat. Perguruan tinggi, sekolah, organisasi kepemudaan, dan komunitas sosial memiliki peran strategis sebagai media edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya zakat dan solidaritas sosial (Seliani dkk., 2024). Kolaborasi tersebut menunjukkan bahwa gerakan filantropi Islam modern memerlukan keterlibatan masyarakat sipil secara aktif agar penghimpunan zakat tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga menjadi gerakan sosial yang berkelanjutan. Dengan begitu, kerja sama tidak hanya berfungsi memperluas jaringan penghimpunan zakat, tetapi juga memperkuat sistem filantropi Islam yang lebih profesional, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan masyarakat modern.

5. Analisis Manajemen Filantropi Islam

Dalam perspektif manajemen filantropi Islam, aktivitas *fundraising* zakat tidak hanya dipahami sebagai proses penghimpunan dana, tetapi juga merupakan bagian dari dakwah sosial yang bertujuan membangun kesejahteraan, solidaritas umat, dan keadilan ekonomi masyarakat. Filantropi Islam

memiliki karakteristik yang berbeda dengan konsep filantropi konvensional karena berlandaskan pada nilai-nilai spiritual dan tanggung jawab moral kepada Allah SWT serta kepada masyarakat (Al-Qaradawi, 2007). Oleh sebab itu, keberhasilan pengelolaan zakat tidak hanya diukur dari besarnya dana yang berhasil dihimpun, tetapi juga dari sejauh mana lembaga zakat mampu menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan bagi kehidupan masyarakat. Dalam konteks ini, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dituntut untuk menerapkan sistem pengelolaan zakat yang profesional, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar kepercayaan publik terhadap lembaga zakat dapat terus meningkat.

Secara konseptual, manajemen filantropi Islam dibangun di atas beberapa prinsip utama, yaitu amanah, transparansi, profesionalitas, dan keadilan sosial (W & Mahri, 2021). Prinsip amanah menjadi fondasi utama dalam pengelolaan zakat karena dana yang dihimpun merupakan titipan masyarakat yang harus disalurkan secara tepat sasaran dan bertanggung jawab. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman: *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya."* (QS. An-Nisa' [4]: 58).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa amanah bukan hanya nilai moral, tetapi juga prinsip dasar tata kelola sosial dalam Islam (*Al-Qur'an, QS. An-Nisa' [4]: 58, t.t.*). Dalam pengelolaan zakat modern, amanah diwujudkan melalui sistem pengelolaan yang akuntabel, laporan keuangan yang terbuka, serta distribusi dana yang sesuai dengan ketentuan syariah dan kebutuhan mustahik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat transparansi dan akuntabilitas lembaga zakat memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas muzaki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi (Ghifarulloh dkk., 2025).

Selain prinsip amanah, profesionalitas juga menjadi elemen penting dalam manajemen filantropi Islam. Pengelolaan zakat pada era modern tidak dapat dilakukan secara tradisional, tetapi memerlukan pendekatan manajerial yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, komunikasi publik, dan kebutuhan masyarakat. Dalam teori manajemen modern, Peter Drucker menegaskan bahwa kualitas organisasi sangat ditentukan oleh kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola perubahan dan inovasi (Drucker, 1999). Oleh karena itu, lembaga zakat perlu mengembangkan strategi *fundraising* berbasis digital, penguatan layanan publik, dan pengelolaan data donatur secara profesional mampu bersaing dalam ekosistem filantropi modern. Profesionalitas tersebut juga harus didukung oleh transparansi kelembagaan sehingga masyarakat tidak hanya melihat lembaga zakat sebagai institusi keagamaan, tetapi juga sebagai lembaga sosial yang kredibel dan terpercaya.

Zakat juga memiliki fungsi strategis sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi umat. Dana zakat tidak hanya disalurkan dalam bentuk konsumtif, tetapi juga diarahkan pada program-program produktif yang mampu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat miskin (Badan Amil Zakat Nasional, 2020b). Program seperti pemberdayaan UMKM, pelatihan keterampilan, bantuan modal usaha, beasiswa pendidikan, dan pengembangan ekonomi berbasis komunitas menjadi bentuk implementasi zakat produktif yang bertujuan menciptakan transformasi sosial jangka panjang. Konsep tersebut sejalan dengan pandangan Yusuf al-Qaradawi yang menegaskan bahwa zakat harus dikelola secara produktif agar mampu mengubah mustahik menjadi muzaki (Al-Qaradawi, 2007). Dengan demikian, zakat tidak hanya berfungsi sebagai bantuan sosial sesaat, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi yang berorientasi pada pengurangan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Pada era digital, manajemen filantropi Islam juga menghadapi tantangan baru berupa perubahan perilaku masyarakat, meningkatnya tuntutan transparansi publik, dan persaingan antar lembaga filantropi. Oleh sebab itu, lembaga zakat dituntut untuk mampu mengintegrasikan nilai-nilai syariah dengan inovasi teknologi dan pendekatan komunikasi modern (Saumi & Makhrus, 2022). Pemanfaatan media sosial, platform donasi digital, QRIS, dan layanan pembayaran elektronik menjadi bagian penting dalam memperluas jangkauan *fundraising* zakat. Namun demikian, transformasi digital tersebut tetap harus berpijak pada prinsip amanah, keadilan sosial, dan pemberdayaan masyarakat agar pengelolaan zakat tidak hanya berorientasi pada peningkatan penghimpunan dana, tetapi juga pada terciptanya

kesejahteraan sosial yang inklusif dan berkelanjutan.

6. Tantangan *Fundraising* Zakat di Indonesia

Perkembangan pengelolaan zakat di Indonesia menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital dan penguatan kelembagaan. Namun demikian, implementasi strategi *fundraising* zakat masih menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi optimalisasi penghimpunan dana zakat nasional. persoalan utamanya adalah rendahnya literasi zakat masyarakat. Sebagian masyarakat masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai kewajiban zakat, mekanisme pembayaran, serta pentingnya penyaluran zakat melalui lembaga resmi (Y, 2020). Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya tingkat kepatuhan muzaki dalam menyalurkan zakat secara kelembagaan. Padahal menurut Yusuf Qurdawi, zakat memiliki fungsi strategis sebagai instrumen distribusi kekayaan dan pemberdayaan sosial-ekonomi masyarakat (W & Mahri, 2021).

Selain persoalan literasi, rendahnya kesadaran masyarakat untuk membayar zakat melalui lembaga resmi seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) juga menjadi tantangan tersendiri. Sebagian masyarakat masih lebih memilih menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik karena dianggap lebih praktis dan sesuai dengan tradisi sosial-keagamaan yang berkembang di masyarakat (Al-Qaradawi, 2007). Fenomena ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga zakat masih perlu diperkuat. Dalam kajian manajemen filantropi modern, transparansi, akuntabilitas, dan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun loyalitas dan kepercayaan donatur terhadap lembaga pengelola dana social (Ardani, 2021). Jadi, lembaga zakat dituntut untuk mampu menunjukkan tata kelola yang profesional agar masyarakat memiliki keyakinan bahwa dana zakat dikelola secara amanah dan tepat sasaran.

Tantangan lainnya muncul dari semakin ketatnya persaingan antar lembaga filantropi di era digital. Perkembangan teknologi informasi mendorong banyak lembaga zakat dan filantropi untuk memanfaatkan media sosial, platform digital, dan kerja sama dengan perusahaan *fintech* dalam memperluas penghimpunan dana. Kondisi ini menciptakan persaingan yang kompetitif dalam menarik perhatian donatur, terutama generasi muda yang lebih responsif terhadap kampanye digital yang kreatif dan komunikatif (Kotler dkk., 2022). Menurut perspektif pemasaran modern, keberhasilan lembaga filantropi tidak hanya ditentukan oleh kualitas program, tetapi juga oleh kemampuan membangun citra lembaga, komunikasi publik, dan pengalaman donatur (*donor experience*). Karena itu, inovasi strategi *fundraising* menjadi kebutuhan penting agar lembaga zakat tetap relevan di tengah perkembangan filantropi digital yang semakin dinamis.

Di samping itu, transformasi digital dalam pengelolaan zakat masih menghadapi kendala infrastruktur dan kesenjangan akses teknologi di beberapa wilayah, yang mana Tidak semua daerah memiliki akses internet yang memadai, sementara sebagian masyarakat juga belum terbiasa menggunakan layanan pembayaran digital (Saumi & Makhrus, 2022). Akibatnya, implementasi *digital fundraising* belum dapat berjalan secara optimal dan merata. Penelitian mengenai digitalisasi zakat menunjukkan bahwa kesenjangan digital (*digital divide*) menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan sistem penghimpunan zakat berbasis teknologi, khususnya di daerah terpencil (Azmi dkk., 2024). Selain itu, sebagian masyarakat masih memandang zakat sebagai urusan personal antara individu dan Tuhan sehingga kurang memiliki kesadaran untuk menyalurkannya melalui institusi formal (Al-Qaradawi, 2007). Pandangan tersebut menyebabkan potensi zakat nasional belum sepenuhnya dapat dihimpun secara maksimal oleh lembaga resmi. Maka diperlukan penguatan edukasi zakat, peningkatan transparansi lembaga, pengembangan infrastruktur digital, serta strategi komunikasi publik yang lebih adaptif agar pengelolaan zakat dapat berjalan lebih efektif, profesional, dan berkelanjutan.

7. Solusi dan Pengembangan Strategi

Optimalisasi strategi *fundraising* zakat memerlukan pendekatan yang lebih fleksibel terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat modern. Salah satu langkah strategis yang

dapat dilakukan adalah memperkuat edukasi zakat berbasis digital melalui media sosial, webinar, platform edukasi, dan konten dakwah interaktif (Saumi & Makhrus, 2022). Pendekatan ini dinilai efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat, khususnya generasi muda yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital. Di samping itu, pengembangan inovasi layanan zakat berbasis teknologi seperti QRIS, *e-wallet*, *mobile banking*, dan platform *fintech* syariah juga menjadi kebutuhan penting dalam meningkatkan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan muzaki dalam menyalurkan zakat (Azmi dkk., 2024; Eldon dkk., 2025). Penelitian mengenai *digital philanthropy* menunjukkan bahwa kemudahan akses layanan digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan partisipasi dan loyalitas donatur dalam kegiatan filantropi modern (Breeze, 2017).

Selain penguatan sistem digital, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) amil zakat juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan strategi *fundraising*. Transformasi digital tidak akan berjalan optimal tanpa didukung SDM yang memiliki kompetensi dalam bidang komunikasi publik, pemasaran digital, pengelolaan data, dan pelayanan Masyarakat (Ashari dkk., 2026). Dalam perspektif manajemen modern, Peter Drucker menegaskan bahwa kualitas SDM merupakan penentu utama keberhasilan organisasi dalam menghadapi perubahan sosial dan teknologi (Ducker, 1999). Oleh karena itu, lembaga zakat perlu melakukan pelatihan dan pengembangan kompetensi amil secara berkelanjutan agar mampu menjalankan fungsi penghimpunan dan pelayanan zakat secara profesional. Di samping itu, penguatan regulasi dan sistem pengawasan juga diperlukan untuk memastikan pengelolaan zakat berjalan secara transparan, akuntabel, dan sesuai dengan prinsip Syariah (Badan Amil Zakat Nasional, 2020a).

Lebih jauh, pengembangan strategi *fundraising* zakat juga perlu didukung oleh pendekatan dakwah yang humanis dan kontekstual. Dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai sarana membangun kesadaran sosial, empati, dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan filantropi Islam. Pendekatan dakwah yang komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan dinamika masyarakat modern dinilai lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran berzakat dibandingkan pendekatan yang bersifat formal dan normatif semata (Kotler & Lee, 2007). Dengan demikian, optimalisasi *fundraising* zakat harus dilakukan secara integratif melalui penguatan literasi digital, peningkatan kualitas SDM, penguatan tata kelola lembaga, serta pengembangan strategi dakwah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer.

Simpulan

Strategi *Fundraising* yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) ini menunjukkan peran yang sangat penting untuk mendukung Peningkatan Penghimpunan dana zakat di Indonesia. Pada perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku masyarakat, serta meningkatnya tuntutan transparansi publik mendorong lembaga zakat untuk melakukan transformasi sistem penghimpunan dana. Optimalisasi *fundraising* ini dilakukan melalui beberapa pendekatan, seperti digitalisasi layanan zakat, penguatan literasi dan edukasi publik, transparansi pengelolaan dana, serta pengembangan kerjasama kelembagaan dengan pihak lain. Strategi tersebut tidak hanya mampu memperluas jangkauan penghimpunan zakat, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap pengelolaan zakat.

Dalam perspektif manajemen filantropi Islam, *fundraising* zakat tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah dana yang dihimpun, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan spiritual. Pengelolaan zakat yang profesional dapat menjadi sarana untuk membangun kesadaran keagamaan, solidaritas sosial, dan kepedulian masyarakat terhadap persoalan kemiskinan serta ketimpangan ekonomi. Dengan begitu, zakat tidak hanya diposisikan sebagai kewajiban ibadah individual, melainkan juga sebagai instrumen pemberdayaan sosial-ekonomi yang memiliki dampak luas terhadap pembangunan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat.

Keberhasilan strategi *fundraising* ini sangat dipengaruhi oleh kualitas tata kelola lembaga profesionalisme sumber daya manusia, transparansi pengelolaan dana, dan kemampuan lembaga dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan masyarakat modern. Oleh karena itu, penguatan inovasi digital, peningkatan kapasitas amil zakat, serta pengembangan sistem pengelolaan yang

akuntabel dan berbasis nilai-nilai syariah menjadi salah satu langkah yang strategis yang sangat perlu untuk terus dilakukan. Dengan pengelolaan yang profesional, inklusif, dan adaptif, zakat memiliki potensi besar untuk menjadi instrumen filantropi Islam yang mampu mendukung pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan memperkuat kesejahteraan sosial masyarakat Indonesia secara berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Afdhal, Ashari, D. R. W., Rukmana, A. Y., Rinusara, N. M., Budiman, Waskita, G. S., Nugroho, L., Sari, L. R., Alfian, & Setiyowati, A. (2024). *Ekonomi Pembangunan Syariah*.
- Ahmed, H. (2015). Role of Zakah and Awqaf in Poverty Alleviation. *Islamic Economic Studies*, 22(1).
- Ahmed, H. (2020). Islamic Philanthropy and Social Finance: Governance, Accountability and Sustainability. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(5).
- Al-Qaradawi, Y. (2007). *Fiqh az-Zakah* (Salman Harun dkk., Penerj.). Litera AntarNusa.
- Al-Qur'an, QS. Al-Baqarah [2]: 43.* (t.t.).
- Al-Qur'an, QS. An-Nisa' [4]: 58.* (t.t.).
- Ardani, M. (2021). *Penelitian tentang pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap loyalitas donatur pada lembaga zakat di Indonesia*.
- Ashari, D. R. W., Hidayati, A., Al Haris, M. B., Pambudi, S., & Waskita, G. S. (2025). Sharia-Based Human Capital Development: A Literature Review on Character Building For Islamic Banking Competitiveness. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 7(2), 218–231.
- Ashari, D. R. W., Waskita, G. S., Rifa'i, A., & Hidayat, M. S. (2026). CO-CREATING OPERATIONAL SERVICE EXCELLENCE IN SMES: INTEGRATING ACADEMIC INSIGHTS AND SHARIA BANKING PRACTICES THROUGH SERVICE-DOMINANT LOGIC. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 9(1), 204–115.
- Aulia, M., & Aulia, M. (2022). Optimization of BAZNAS Performance to Raise Zakah Fund: Study from BAZNAS Banten Province. *Indonesia Conference of Zakat Proceedings*.
- Azmi, U., Zen, M., & Fatmawati. (2024). Strategi Fundraising Digital Marketing Program Pemberdayaan Ekonomi BAZNAS. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(5).
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020a). *Laporan Pengelolaan Zakat Nasional* (berbagai e). BAZNAS.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020b). *Outlook Zakat Indonesia* (berbagai e). Puskas BAZNAS.
- Breeze, B. (2017). *The New Fundraisers: Who Organises Charitable Giving in Contemporary Society?* Policy Press.

- Ducker, P. (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. Harper.
- Eldon, M., Alifatun, R., Ashari, D. R. W., Rifa'i, A., & Waskita, G. S. (2025). The Future of Banking in The Technology Era: Digital Transformation and Implications. *INTERNATIONAL SEMINAR*, 7, 869–886.
- Fatimah, S., Zen, N. H., & Fitrisia, A. (2025). Literatur Rview dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Khusus. *Journal of Social Science Research*, 5(1).
- Ghifarulloh, M., Muhammad, F., & Luqman, A. (2025). *Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Kepercayaan Muzakki dalam Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Balikpapan*.
- Hidayat, R., Fitri, R. A., & Hermina, D. (2025). Langkah Penelitian Manajemen Pendidikan: Penemuan Masalah, Telaah Pustaka, Persiapan Penelitian, Pengumpulan. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(6).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (XVI). Pearson.
- Kotler, P., & Lee, N. (2007). *Marketing in the Public Sector*. Pearson Education.
- Rifa'i, A., Ashari, D. R. W., Al Haris, M. B., Pambudi, S., & Waskita, G. S. (2024). Peran Pesantren Dalam Mengembangkan Ekonomi Islam. *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies*, 4(1), 57–64.
- Rifa'i, A., widi Ashari, D. R., Al Haris, M. B., & Waskita, G. S. (2025). Pelaksanaan Gerakan Infaq Harian Sebagai Sarana Edukasi Filantropi Islam Pada Siswa SDN Kepanjen Kidul 1 Kota Blitar. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 44–53.
- Saumi, A., & Makhrus. (2022). Transformasi Filantropi Digital dan Penguatan Penghimpunan Dana Zakat di Era Society 5.0. *kajian ekonomi syariah kontemporer*.
- Seliani, J., Amri, H., & Hamdalah, A. (2024). Pengaruh Strategi Fundraising dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau. *Journal of Sharia and Law*, 3(3).
- W, A. J., & Mahri. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Y, R. (2020). *Penelitian tentang pengaruh literasi zakat terhadap kepatuhan muzaki dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi di Indonesia*.