I-Philanthropy
A Research Journal On Management Of Zakat And Waqf
P- ISSN : 2809-0659
E- ISSN : 2808-7607

# Manajemen Digital Fundraising Zakat

Febyviani Dwimutian Anggraini [1], Syamsul Hilal[2]

[1] *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia. E-Mail: febyvianidma@gmail.com*
[2] *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia. E-mail: syamsulhilal@radenintan.ac.id*

**Abstract:** Digitalization in zakat management has become a strategic need amidst technological developments and changes in donor behavior. This study aims to examine the concept, strategy, and application of technology in digital zakat fundraising management in Indonesia. Through a descriptive qualitative approach, this study reviews digital-based zakat collection practices such as the use of websites, applications, social media, and integration with sharia fintech. The results show that digital management significantly increases efficiency, accountability, and reach of muzaki. The main challenges include data security, digital literacy, and infrastructure gaps. In conclusion, digital zakat fundraising is an important innovation in the modernization of Islamic philanthropy that can strengthen the role of zakat in social development. Digitalization in zakat management has become a strategic need amidst technological developments and changes in donor behavior. This study aims to examine the concept, strategy, and application of technology in digital zakat fundraising management in Indonesia. Through a descriptive qualitative approach, this study reviews digital-based zakat collection practices such as the use of websites, applications, social media, and integration with sharia fintech. The results show that digital management significantly increases efficiency, accountability, and reach of muzaki. The main challenges include data security, digital literacy, and infrastructure gaps. In conclusion, digital zakat fundraising is an important innovation in the modernization of Islamic philanthropy that can strengthen the role of zakat in social development.

**Keywords:** Digital Security; Digital Zakat; Fundraising; , Social Media; Sharia Fintech

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan zakat. Zakat, sebagai salah satu rukun Islam, memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Namun, dalam era digital, cara penghimpunan dan pengelolaan zakat juga harus menyesuaikan dengan perubahan zaman agar lebih efisien, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.[1]

[1] Rahmat, dkk, "Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment",Jurnal AL-MUZARA'AH, 8, 2 (2020), 95.

Dalam konteks ini, manajemen digital fundraising zakat menjadi solusi inovatif yang memungkinkan penghimpunan zakat dilakukan secara online melalui website, aplikasi mobile, dompet digital, dan media sosial. Dengan sistem ini, muzaki dapat membayar zakat dengan lebih mudah tanpa harus datang langsung ke kantor lembaga zakat, sementara lembaga zakat dapat mengelola dana yang masuk secara lebih akuntabel dan terstruktur.

Di Indonesia, berbagai lembaga non-pemerintah seperti Dompet Dhuafa dan Baitul Maal Hidayatullah (BMH) telah menerapkan sistem digital fundraising untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat. Dengan strategi berbasis teknologi, lembaga-lembaga ini berhasil menjangkau lebih banyak muzaki serta menyalurkan dana zakat dengan lebih cepat dan tepat sasaran.[2]

## Landasan Teori

Zakat adalah kewajiban bagi setiap muslim yang mampu untuk membersihkan harta dan membantu kesejahteraan sosial. Pengelolaan zakat secara profesional dan efektif sangat penting agar potensi zakat yang besar dapat terhimpun dan tersalurkan dengan optimal kepada mustahik. Fundraising zakat merupakan proses penggalangan dana zakat dari masyarakat, yang menuntut strategi manajemen yang baik agar potensi zakat dapat dimaksimalkan. Dalam konteks modern, manajemen fundraising zakat tidak hanya mengandalkan metode konvensional, tetapi juga harus adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku masyarakat digital.[3]

Digital fundraising adalah metode pengumpulan dana yang memanfaatkan platform digital untuk menarik dan mengelola donasi dari muzakki (pemberi zakat). Metode ini melibatkan pemanfaatan berbagai media digital seperti website, aplikasi, media sosial, e-commerce, dan fintech yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Digital fundraising bersifat dinamis dan membutuhkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi serta tren perilaku masyarakat[4].

Strategi digital fundraising terbagi menjadi dua metode utama, direct fundraising yaitu, melibatkan interaksi langsung dengan calon donatur melalui email, iklan digital, telefundraising, dan presentasi online. Dan indirect fundraising Melalui

[2] Fitri Maghfirah, "Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online", Jurnal Az Zarqa', 12, 2 (2020), 58.

[3] M. Anwar Sani, Jurus Menghimpun Fulus, Manajemen Zakat Berbasis Masjid, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 25.

[4] Faozan Amar, Digital Fundraisisng Zakat (Teknologi Pembayaran Zakat Dari Konvensional Ke Digital), (Yogyakarta: IB Pustaka, 2023), hlm. 39

kampanye citra (image campaign), penyelenggaraan event digital, dan membangun relasi melalui konten edukatif di media sosial[5].

Digitalisasi dalam manajemen zakat berperan penting dalam meningkatkan transparansi, akurasi, dan efisiensi pengelolaan dana zakat. Adopsi teknologi digital mempercepat pertumbuhan penghimpunan zakat karena memberikan kemudahan akses bagi muzakki untuk berdonasi dan memantau penyalurannya, elain itu, digitalisasi juga memperkuat akuntabilitas lembaga zakat di mata publik.

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik objek yang diteliti, dalam hal ini adalah implementasi manajemen digital fundraising zakat. Data Primer Diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap fitur dan platform digital lembaga pengelola zakat seperti Dompet Dhuafa dan BMH, termasuk website resmi dan aplikasi pembayaran zakat. Sedangkan Data Sekunder Berasal dari literatur ilmiah, artikel jurnal, buku teks, laporan tahunan lembaga zakat, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik.

Metode Pengumpulan Data menggunakan Studi Pustaka *(Library Research)* yaitu Mengkaji referensi akademik seperti jurnal nasional dan internasional yang membahas digitalisasi zakat, manajemen keuangan syariah, dan teknologi keuangan Islam (*Islamic Fintech).* Analisis terhadap dokumen resmi seperti laporan digitalisasi zakat, infografik kampanye media sosial, serta fitur aplikasi zakat yang tersedia secara publik. Data dianalisis dengan menggunakan analisis isi *(content analysis)* untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan strategi, teknologi, efektivitas, dan tantangan dalam manajemen digital fundraising zakat. Hasilnya kemudian disusun secara naratif dan deskriptif untuk menggambarkan dinamika aktual dan rekomendasi strategis.

## Hasil Dan Pembahasan

### Manajemen Digital Fundraising Zakat

Manajemen merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, "management" yang berakar dari kata "*manage*" yang berarti "*control"* kontrol dan *"Succeed*" sukses. Dari definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa inti dari manajemen adalah pengendalian hingga mencapai sukses yang diinginkan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, kryawan dan masyarakat. Dengan manajemen, daya guna dan hasil guna unsur-unsur manajemen akan dapat ditingkatkan.[6]

Sebagaimana dikemukakan oleh Harold koontz & O' Donnel dalam bukunya yang berjudul "principles of management" mengemukakan, "manajemen adalah hubungan dengaan pencapayan sesuatu tujuan yang dilakukan melalui dan dengan orang-orang lain".

---

[5] Astuti Nur Rahmawati dan Arif Sapta Yuniarto, Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Jurnal Kewarganegaraan Vol. 7 No. 1 Juni 2023

[6] Drs. H. Hasibuan Melayu S.P, Manajemen Sumberdaya Manusia, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006),1

James A. F, Stoner menyatakan bahwa " manajemen adalah seni untuk menjalankan suatu pekerjaan melalui orang-orang.[7]

Media digital, secara definisidiartikan sebagaiformat konten yang dapat diakses oleh perangkat-perangkat digital. Konsep dari media digital adalah biner yaitu 0 dan 1 dengan menggunakan gelombang diskrit.Media digital dapat dibuat, dilihat, didistribusikan, dimodifikasi dan bisa bertahan pada perangkat elektronik digital.[8] Media Digital termasuk dalam salah satu gadgetdalam media baru, terdapat empat kategori utama dalam media baru yaitu media komunikasi interpersonal seperti email, Media permainan interaktif seperti game, Media pencarian informasi seperti mesin pencarian di Net, dan Media partisipatoris seperti ruang chat di Net.[9] Dalam hal ini program-program komputer dan perangkat lunak seperti digital video, digital gambar, digital audio, video games, halaman web, situs web, termasuk media sosial merupakan contoh dari media digital. Media digital disebut juga dengan media onlineyaitu media yang tersaji secara onlinedi Internet yang berbasis telekomunikasi dan multimedia.18Media digital menggunakan model distribusi konten yang menyebarkan informasi secara real time. Konten yang dibuat oleh konsumen akan semakin populer pada saluran media digital. Media digital sepertiinternet mampu menghadirkan suatu identitas baru dan budaya baru yang kita kenal sebagai budaya dan identitas virtual.[10]

Dalam konteks organisasi sosial dan keagamaan, seperti lembaga zakat, manajemen juga berperan dalam memastikan efektivitas pengelolaan dana yang dihimpun dari masyarakat. Salah satu bentuk implementasi manajemen dalam bidang ini adalah fundraising.

Konsep dasar Fundraising dalam pengelolaan zakat dari firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Taubah ayat 103, firmannya :

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

Artinya : *"Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui".*

Ayat ini mengandung kata *khudz* (berbentuk *fi'il amar*) yang menunjukan perintah bahwa mengumpulkan zakat dari para *muzakki* oleh amil zakat itu hukumnya wajib.

Sedangkan menurut bahasa Fundraising berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana, sedangkan menurut istilah fundraising merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam upaya menghimpun dana (zakat) serta sumber daya

[7] Daryanto & Abdullah, MBA, Pegantar Ilmu Manajemen Dan Komunikasi, (Jakarta: Copyright, 2013), 2.

[8] Wikipedia, "Media Digital", "dalam" https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital (diakses pada 28 februari 2025).

[9] Juliana Kurniawati, Siti Baroroh, "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu" *Jurnal Komunikator*, 8, 2 (2016), 54

[10] Rulli Nasrullah, Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia), (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 34

lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.

Dijelaskan pula, fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan maupun individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.

Fundraising dalam pengelolaan zakat menjadi sangat penting karena zakat sendiri merupakan kewajiban agama yang tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT, tetapi juga berdampak sosial dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Zakat adalah perintah agama yang berorientasi pada sesama umat, sekaligus salah satu bentuk ketaatan kepada Allah SWT. Zakat menimbulkan dampak positif bagi yang memberikan dan yang menerimanya, sehingga tercipta peningkatan kesejahteraan sosial serta menumbuhkansikap kebersamaan, persaudaraan, dan tolong menolong.[11] Oleh karena itu, integrasi antara prinsip manajemen dan strategi fundraising yang tepat akan semakin memaksimalkan manfaat zakat bagi mustahik serta mendorong pertumbuhan sosial-ekonomi yang lebih baik.

## Konsep dan perkembangan Manajemen Fundraising Zakat

1. Konsep Fundraising Zakat Digital

Fundraising zakat digital adalah metode penghimpunan dana zakat yang menggunakan teknologi digital dan platform online untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan jangkauan muzaki. Fundraising ini memanfaatkan berbagai teknologi finansial syariah (Islamic fintech) guna memastikan proses pembayaran, pencatatan, dan distribusi zakat dilakukan secara lebih mudah, cepat, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah.[12]

Dalam era digital, penggunaan teknologi dalam pengelolaan zakat menjadi semakin penting untuk menjawab tantangan perubahan perilaku donatur, efisiensi transaksi, serta transparansi pengelolaan dana zakat.

Manajemen fundraising zakat mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

a. Strategi Penghimpunan Zakat – Meliputi edukasi, promosi, dan pemanfaatan teknologi untuk memudahkan pembayaran zakat.
b. Transparansi dan Akuntabilitas – Memberikan laporan secara terbuka kepada masyarakat mengenai pengelolaan zakat.
c. Distribusi yang Efektif dan Efisien – Memastikan dana zakat sampai kepada yang berhak sesuai dengan syariah.
d. Inovasi dalam Penghimpunan Zakat – Menggunakan metode modern seperti digital fundraising dan kolaborasi dengan institusi keuangan.

[11] Rahmat, dkk, "Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment",*Jurnal AL-MUZARA'AH*, 8, 2 (2020), 95.

[12] Mohammad Saleh, "Zakat Fundraising Strategy: Opportunity and Challenges in Digital Era*",* *Journal of Nahdhatul Ulama Studies*, 1, 2 (2020), 1-16

## 2. Perkembangan Manajemen Fundraising Zakat

Perkembangan manajemen fundraising zakat terus mengalami transformasi seiring dengan perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi. Berikut adalah beberapa tahapan penting dalam perkembangannya:

a. Era Tradisional pada tahap awal, pengumpulan zakat dilakukan secara sederhana melalui masjid atau lembaga keagamaan setempat. Sistem ini bergantung pada kesadaran individu untuk membayar zakat tanpa adanya sistem pencatatan yang jelas.
b. Era Lembaga Amil Zakat (LAZ) Formal pada periode ini, mulai muncul lembaga-lembaga amil zakat yang terstruktur dan memiliki wewenang resmi, seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) di Indonesia. Lembaga ini bertugas mengelola zakat dengan lebih profesional, termasuk sistem pendataan dan distribusi berbasis kebutuhan masyarakat.
c. Era Digital dan Teknologi Finansial Perkembangan teknologi membawa inovasi dalam fundraising zakat, seperti: Platform Digital dan Aplikasi – Pembayaran zakat kini dapat dilakukan melalui aplikasi mobile, e-wallet, atau website resmi lembaga zakat. Kolaborasi dengan Bank Syariah – Mempermudah pembayaran zakat melalui fitur auto-debit atau layanan perbankan syariah. Crowdfunding Zakat – Sistem penggalangan zakat secara daring yang memungkinkan masyarakat berkontribusi dengan lebih mudah dan transparan.
d. Era Big Data dan AI dalam Fundraising Zakat Saat ini, pengelolaan zakat mulai memanfaatkan big data dan kecerdasan buatan (AI) untuk meningkatkan efektivitas penghimpunan dan distribusi zakat. Teknologi ini digunakan untuk:
    1. Menganalisis tren pembayaran zakat.
    2. Mengidentifikasi potensi muzakki (pembayar zakat) dan mustahik (penerima zakat) yang lebih tepat sasaran.
    3. Menyediakan laporan transparan kepada publik melalui blockchain untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.[13]

Manajemen fundraising zakat telah berkembang dari sistem tradisional menuju pendekatan yang lebih modern dan berbasis teknologi. Dengan memanfaatkan inovasi digital, big data, dan AI, penghimpunan zakat dapat menjadi lebih efektif dan transparan. Meskipun masih ada tantangan, perkembangan ini memberikan peluang besar untuk menjadikan zakat sebagai instrumen utama dalam mengatasi kemiskinan dan ketimpangan sosial di dunia Muslim.

## Pembuatan Website Manajemen Fundraising Zakat

Pembuatan website manajemen fundraising zakat adalah langkah strategis untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan jangkauan penggalangan dana zakat. Website ini dapat membantu lembaga amil zakat

[13] Mohammad Saleh, "Zakat Fundraising Strategy: Opportunity and Challenges in Digital Era*",* *Journal of Nahdhatul Ulama Studies*, 1, 2 (2020), 1-16.

dalam mengelola dana, menyalurkan zakat dengan lebih baik, serta memberikan laporan transparan kepada donatur.[14]

1. Fitur Utama Website Manajemen Fundraising Zakat
   a. Dashboard Admin Mengelola data donatur dan penerima zakat Memonitor transaksi zakat secara real-time Membuat laporan dan statistik donasi
   b. Sistem Donasi Online Donasi langsung melalui transfer bank, e-wallet, atau QRIS Sistem otomatis konfirmasi pembayaran Fitur recurring donation (donasi otomatis per bulan)
   c. Kategori Zakat & Program Penggalangan Dana Zakat Fitrah Zakat Mal Infak dan Sedekah Wakaf dan program sosial lainnya
   d. Manajemen Penerima Zakat (Mustahik) Pendaftaran penerima zakat secara online Verifikasi dan penyaluran zakat berbasis data Laporan distribusi dana
   e. Laporan & Transparansi Laporan keuangan real-time untuk donatur Publikasi laporan penyaluran zakat Sistem rating dan feedback untuk donatur
   f. Integrasi Payment Gateway Mendukung berbagai metode pembayaran Keamanan transaksi dengan enkripsi data
   g. Notifikasi & Pengingat
      1. Email atau WhatsApp reminder untuk pembayaran zakat
      2. Update program dan kampanye fundraising
   h. SEO & Digital Marketing,Optimasi website untuk pencarian Google,Integrasi dengan media sosial untuk berbagi kampanye,Blog edukasi tentang zakat dan keutamaan sedekah[15]

2. Teknologi yang Bisa Digunakan
   a. Frontend: React.js, Vue.js, atau Next.js
   b. Backend: Node.js (Express), Laravel, atau Django
   c. Database: MySQL, PostgreSQL, atau MongoDB
   d. Payment Gateway: Midtrans, Xendit, Stripe
   e. Hosting: VPS (DigitalOcean, AWS, atau GCP)

Pembuatan website fundraising zakat bukan hanya membantu pengelolaan dana yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui transparansi dan akuntabilitas. Dengan fitur-fitur yang modern dan sistem keamanan yang baik, website ini dapat menjadi solusi efektif dalam menyalurkan zakat kepada yang berhak.[16]

## Pemasaran Dengan Media Sosial Dan Jejaring Sosial Manajemen Fundraising Zakat

[14] Hasan, M., & Abdullah, N. (2022). *The Role of Crowdfunding in Enhancing Zakat Collection: A Case Study of Indonesia.* Journal of Islamic Finance, 11(2), 45-60

[15] Rahman, A., & Kassim, S. (2018**).** *Fintech and sustainable development: Digital zakat system in Malaysia.* International Journal of Zakat, 3(1), 17-30

[16] Said, M., & Saad, R. A. J. (2016). *The Implementation of Online Zakat System in Malaysia.* International Journal of Economics and Financial Issues, 6(7S), 170-175

Pemasaran zakat dengan media sosial dan jejaring sosial adalah strategi efektif untuk meningkatkan jangkauan donasi, memperkuat kepercayaan donatur, dan mengoptimalkan penghimpunan dana zakat. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, lembaga amil zakat dapat menjangkau lebih banyak orang secara cepat, luas, dan interaktif.[17]

Memilih Platform Media Sosial yang tepat merupakan langkah krusial dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran digital yang efektif seperti tabel berikut:

| Platform | Kelebihan | Cocok untuk |
|---|---|---|
| Instagram | Konten visual menarik, IG Stories, Reels | Kampanye berbasis gambar & video |
| Facebook | Grup komunitas, Facebook Ads | Audiens lebih luas (usia 25-50 tahun) |
| Twitter/X | Viral dengan hashtag, engagement tinggi | Diskusi & awareness campaign |
| TikTok | Video pendek viral, interaksi cepat | Menjangkau Gen Z dan milenial |
| YouTube | Konten video edukatif & dokumentasi | Transparansi penyaluran zakat |
| WhatsApp & Telegram | Komunikasi langsung, grup komunitas | Donasi cepat & koordinasi relawan |

## Membuat aplikasi bayar zakat di gawai

Dengan menggunakan aplikasi bayar zakat secara daring baik yang berbasis android maupun IOS. Saat ini telah banyak organisasi pengelola zakat mengembangkan aplikasi bayar zakat, baik yang dikembangkan sendiri maupun yang bermitra dengan pihak lain. Pengembangan aplikasi secara mandiri oleh organisasi pengelola zakat dengan tujuan agar muzakki/ calon muzakki lebih mudah dalam pembayaran zakat ataupun donasinya.

Pilihan lainnya ialah bermitra dengan pihak ketiga baik pada aplikasi yang khusus menggalang donasi dan zis, ataupun bermitra dengan e-commerce. Penerapan sistem aplikasi daring untuk pembayaran zakat sebagai upaya dalam memudahkan dan meningkatkan pelayanan zakat agar menjadi lebih baik.[18] Penerapan aplika- si pembayaran zakat ini mampu meningkatkan penghimpunan dana pada organisasi pengelola zakat.

Beberapa keunggulan yang ditawarkan dari aplikasi bayar zakat secara daring melalui gawai ini, yaitu:

[17] Irdhayanti, E. (2024). *Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf).*

[18] Hafiz, A. (2021). Analisis Aplikasi Pengolahan Zakat Online dan Pengelolaan Zakat Berbasis Jaringan Virtual. Jurnal Manajemen Dakwah, 9(1), 35-49.

3. Memberikan kemudahan dan kecepatan bagi muzakki/ donatur untuk membayarkan zakat maupun donasinya tanpa harus mencari kantor layanan ataupun konter.
4. Tersedia berbagai pilihan program pemberdayaan yang tengah dilaksanakan oleh lembaga, sehingga donatur dapat memiliki program yang cocok dengan preferensinya.
5. Bagi organisasi pengelola zakat, aplikasi ini membantu dalam proses pencatatan muzakki/ donatur lembaga. Sehingga database muzakki/donatur dapat tercatat dengan rapi.[19]

Namun, terdapat beberapa kelemahan yang muncul dari penggunaan aplikasi bayar zakat secara daring ini, yaitu:

a. Jaringan internet yang belum merata di Indonesia, sehingga masyarakat yang menggunakan aplikasi bayar zakat ini didominasi yang berdomisili di kota.
b. Faktor keamanan perlu diperhatikan dengan serius oleh organisasi pengelola zakat agar data pribadi muzakki/donatur tidak bocor oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
c. Masih perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi yang intensif dan massif kepada masyarakat mengenai aplikasi bayar zakat ini.

## Manajemen mitigasi keamanan digital manajemen Fundraising Zakat

6. Keamanan Aplikasi & Website Fundraising
   a. Gunakan HTTPS & Sertifikat SSL untuk mengenkripsi komunikasi data.
   b. Lindungi API dengan OAuth 2.0 untuk memastikan hanya aplikasi resmi yang bisa mengakses data.
   c. Gunakan reCAPTCHA untuk mencegah bot melakukan transaksi palsu.
7. Keamanan Transaksi & Payment Gateway
   a. Gunakan sistem 3D Secure untuk otentikasi pembayaran (seperti OTP).
   b. Gunakan Tokenisasi Kartu Kredit agar data tidak disimpan
   c. Integrasi dengan penyedia pembayaran tepercaya seperti Midtrans, Xendit, atau Stripe.
8. Keamanan Database & Penyimpanan Data
   a. Gunakan enkripsi AES-256 untuk database yang menyimpan data donatur.
   b. Batasi akses database hanya untuk tim teknis yang berwenang.
   c. Implementasi SIEM (Security Information & Event Management) untuk mendeteksi anomali akses data.
9. Monitoring & Respon Keamanan Siber

[19] Hidayat, A., & Mukhlisin. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompet Dhuafa. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(3), 675-684.

a. Gunakan sistem IDS/IPS (Intrusion Detection/Prevention System) untuk mendeteksi ancaman.
b. Logging & audit transaksi secara otomatis
c. Gunakan AI & machine learning untuk mendeteksi pola serangan yang mencurigakan.

10. Pelatihan & Kesadaran Keamanan Digital
    a. Edukasi staf & pengguna tentang cara mengenali serangan phishing.
    b. Simulasi serangan cyber secara berkala
    c. Gunakan password manager untuk mengelola kata sandi.[20]

Digitalisasi fundraising zakat meningkatkan efisiensi dan jangkauan muzaki. Namun, tantangan seperti akses internet yang tidak merata, rendahnya literasi digital, dan risiko kebocoran data masih harus diatasi. Upaya edukasi publik dan kolaborasi dengan penyedia teknologi menjadi solusi penting.

## Kesimpulan

Manajemen digital fundraising zakat adalah strategi modern dalam penghimpunan dan pengelolaan zakat dengan memanfaatkan teknologi digital. Hal ini meningkatkan efisiensi, transparansi, dan jangkauan donatur, sekaligus memastikan distribusi zakat lebih tepat sasaran. Fundraising zakat digital memanfaatkan website, aplikasi, media sosial, dan fintech untuk kemudahan pembayaran dan pengelolaan zakat. Strategi pemasaran digital melalui Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp meningkatkan kesadaran dan partisipasi donatur. Aplikasi pembayaran zakat memudahkan muzakki membayar zakat secara online melalui berbagai metode pembayaran. Keamanan digital sangat penting dalam melindungi data donatur dan transaksi dengan enkripsi, firewall, dan sistem autentikasi ganda. Big Data & AI membantu analisis tren zakat dan distribusi lebih efektif. Digitalisasi fundraising zakat membuat pengelolaan zakat lebih mudah, aman, dan transparan, sehingga dampak sosialnya semakin optimal dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## Daftar Pustaka

Daryanto, Abdulullah. Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi. jakarta:penerbit copyright.2013.

Hafiz, A. (2021). Analisis Aplikasi Pengolahan Zakat Online dan Pengelolaan Zakat Berbasis Jaringan Virtual. Jurnal Manajemen Dakwah, 9(1),

Hasan, M., & Abdullah, N. (2022). *The Role of Crowdfunding in Enhancing Zakat Collection: A Case Study of Indonesia.* Journal of Islamic Finance, 11(2),

[20] Mardiah S, "Manajemen Strategi BAZNAS dalam Pengelolaan Dana Filantropi Islam", *Jurnal I-Finance*, (2018), 69

Hidayat, A., & Mukhlisin. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompet Dhuafa. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(3),

Irdhayanti, E. (2024). *Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf).*

Maghfirah, Fitri. "Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online". Jurnal Az Zarqa', 12, 2, (2020).

Melayu, Hasibuan, manajemen sumper daya manusia jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

Nasrullah, Rulli. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016).

Rahman, A., & Kassim, S. (2018**).** *Fintech and sustainable development: Digital zakat system in Malaysia.* International Journal of Zakat, 3(1),

Rahmat, dkk, "Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment", Jurnal AL-MUZARA'AH, 8, 2, (2020).

Rulli Nasrullah, Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia), (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016),

S, Mardiah. "Manajemen Strategi BAZNAS dalam Pengelolaan Dana Filantropi Islam", Jurnal I-Finance, (2018).

Said, M., & Saad, R. A. J. (2016). *The Implementation of Online Zakat System in Malaysia.* International Journal of Economics and Financial Issues, 6(7S),

Saleh, Mohammad, "Zakat Fundraising Strategy: Opportunity and Challenges in Digital Era". Journal of Nahdhatul Ulama Studies, 1, 2, (2020)

Siti Baroroh, Juliana Kurniawati. "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu". Jurnal Komunikator, 8, 2, (2016).

Wikipedia, "Media Digital", "dalam" https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital. diakses pada 25 Juni 2021.