



Peran Digital dalam Mempermudah Transaksi Donasi di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah

Achmad Nur Romdhony Purnomo*, Ahmad Fathoni

Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Luqman Al-Hakim, Jl.

Kejawen Putih Tambak VI/1, Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, 60112

*Penulis Korespondensi : romdhony.bmh.sidoarjo@gmail.com

Abstract. *The rapid advancement of digital technology has transformed various aspects of human life, including the field of Islamic philanthropy. Amil zakat institutions, as organizations responsible for collecting and distributing zakat, are required to adapt to these changes to ensure efficiency, transparency, and accessibility in their services. This study aims to describe how digitalization supports and facilitates the donation transaction process at the National Amil Zakat Institution Baitul Maal Hidayatullah (BMH). Employing a qualitative descriptive method with a case study approach, data were collected through direct observation, document analysis, and informal interviews with amil staff as well as donors. The findings show that the integration of digital media—such as WhatsApp Broadcast for information dissemination, Google Forms for donor data collection, bank transfers and QRIS-based payment systems for financial transactions, and social media platforms for outreach—significantly simplifies the donation process. Through these digital tools, donors are no longer constrained by geographical distance, limited time, or complex manual procedures. Moreover, the amil team's fast responses via digital communication channels enhance donor trust, satisfaction, and loyalty. Nevertheless, the study also identifies several challenges, including risks of number blocking on messaging platforms, limited digital literacy among certain donor segments, and potential concerns regarding system security and credibility. To overcome these challenges, BMH applies a human-centered communication strategy, system innovation, and continuous adaptation to technological changes. Overall, the study concludes that digitalization plays a vital role in accelerating, simplifying, and expanding the scope of zakat donation transactions. It not only supports the sustainability of BMH's humanitarian and da'wah programs but also demonstrates how digital transformation can strengthen Islamic philanthropy institutions in the digital era.*

Keywords: BMH; Digitalization; LAZNAS; Online Donation; Zakat

Abstrak. Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mentransformasi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bidang filantropi Islam. Lembaga amil zakat, sebagai organisasi yang bertanggung jawab dalam menghimpun dan menyalurkan zakat, dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut guna memastikan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas dalam layanannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana digitalisasi mendukung dan memfasilitasi proses transaksi donasi di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah (BMH). Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi langsung, analisis dokumen, dan wawancara informal dengan staf amil serta donatur. Temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi media digital—seperti WhatsApp Broadcast untuk penyebaran informasi, Google Forms untuk pendataan donatur, transfer bank dan sistem pembayaran berbasis QRIS untuk transaksi keuangan, serta platform media sosial untuk penjangkauan—secara signifikan menyederhanakan proses donasi. Melalui perangkat digital ini, donatur tidak lagi dibatasi oleh jarak geografis, keterbatasan waktu, atau prosedur manual yang rumit. Lebih lanjut, respons cepat tim amil melalui saluran komunikasi digital meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas donatur. Namun demikian, studi ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan, termasuk risiko pemblokiran nomor di platform pesan, keterbatasan literasi digital di antara segmen donatur tertentu, dan potensi kekhawatiran terkait keamanan dan kredibilitas sistem. Untuk mengatasi tantangan ini, BMH menerapkan strategi komunikasi yang berpusat pada manusia, inovasi sistem, dan adaptasi berkelanjutan terhadap perubahan teknologi. Secara keseluruhan, studi ini menyimpulkan bahwa digitalisasi memainkan peran penting dalam mempercepat, menyederhanakan, dan memperluas cakupan transaksi donasi zakat. Hal ini tidak hanya mendukung keberlanjutan program kemanusiaan dan dakwah BMH, tetapi juga menunjukkan bagaimana transformasi digital dapat memperkuat lembaga filantropi Islam di era digital.

Kata kunci: BMH; Digitalisasi; Donasi Online; LAZNAS; Zakat

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dewasa ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan filantropi dan pelayanan sosial keagamaan. Di tengah masyarakat yang semakin terkoneksi secara daring, transaksi keuangan tidak lagi mengandalkan proses manual, tetapi bertransformasi menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien melalui platform digital. Fenomena ini turut memengaruhi pola pemberian donasi oleh masyarakat Muslim Indonesia, yang semakin terbuka terhadap berbagai kanal digital untuk menyalurkan zakat, infak, sedekah, maupun wakaf.

Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) sebagai bagian dari ekosistem filantropi Islam memiliki peran strategis dalam menjembatani semangat kepedulian umat dengan penyaluran dana sosial keagamaan secara profesional dan transparan. Namun, di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat untuk berdonasi secara online, tantangan baru pun muncul. Lembaga zakat perlu bertransformasi dari sekadar pengelola dana tradisional menjadi institusi digital yang mampu menyajikan kemudahan akses, keamanan transaksi, serta komunikasi yang efektif kepada para donatur.

Baitul Maal Hidayatullah (BMH), sebagai salah satu LAZNAS terkemuka di Indonesia, telah menunjukkan upaya nyata dalam mendigitalisasi proses penghimpunan donasi. Melalui platform seperti WhatsApp Broadcast, Google Form, sistem transfer perbankan, QRIS, hingga sosial media, BMH berhasil membangun sistem komunikasi dan transaksi yang mampu menjangkau masyarakat luas secara cepat dan hemat biaya. Kendati demikian, digitalisasi bukan tanpa kendala. Masih terdapat gap literasi digital pada sebagian donatur, risiko banned pada nomor layanan, serta tantangan dalam menjaga kepercayaan publik di era informasi yang serba cepat.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana digitalisasi yang diterapkan oleh BMH berperan dalam mempermudah proses transaksi donasi, sekaligus menganalisis dampaknya terhadap efektivitas penghimpunan dana, loyalitas donatur, serta keberlangsungan program-program sosial dan dakwah yang dikelola.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Zakat dan Donasi dalam Perspektif Islam

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki dimensi spiritual sekaligus sosial. Dalam Al-Qur'an, zakat kerap disandingkan dengan salat sebagai indikator keimanan dan kepedulian sosial (QS. Al-Baqarah: 110). Selain zakat, umat Islam juga dianjurkan menunaikan infak, sedekah, dan wakaf sebagai wujud solidaritas dan penyucian harta (QS. At-

Taubah: 103). Donasi dalam bentuk apapun memiliki posisi mulia sebagai jembatan antara yang mampu dan yang membutuhkan.

Dalam konteks kelembagaan, Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat menegaskan peran Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam mengelola zakat secara profesional dan akuntabel. Salah satu aspek profesionalisme itu adalah kemudahan pelayanan bagi para muzakki dan munfiq, termasuk kemudahan dalam bertransaksi.

B. Digitalisasi dan Transformasi Filantropi Islam

Digitalisasi merujuk pada proses transformasi sistem manual ke sistem berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Dalam dunia filantropi Islam, digitalisasi menghadirkan perubahan paradigma yang signifikan. Jika dahulu donasi dilakukan secara langsung atau melalui transfer konvensional, kini donatur dapat menyalurkan zakat dan sedekah melalui berbagai kanal digital: WhatsApp, aplikasi mobile, e-wallet, website donasi, QRIS, dan lain-lain.

Menurut studi dari Nasrullah dan Asadullah (2020), digitalisasi zakat berpotensi meningkatkan transparansi, efisiensi operasional, dan jangkauan layanan. Lembaga zakat yang mengadopsi teknologi digital akan lebih mampu bersaing dan relevan dengan kebiasaan masyarakat modern, terutama generasi milenial dan Gen Z yang lekat dengan dunia digital.

C. Teknologi Digital dalam Pengelolaan Donasi

Platform digital memungkinkan lembaga zakat untuk membangun ekosistem penghimpunan dana yang lebih terstruktur dan terukur. Teknologi seperti Google Form, landing page, QRIS, sistem auto-reply WhatsApp, dan integrasi perbankan online, memungkinkan lembaga untuk:

- Menyederhanakan alur transaksi
- Mempercepat proses konfirmasi
- Membangun komunikasi dua arah dengan donatur
- Mengelola database secara digital

Sejumlah riset seperti oleh Ridwan (2021) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan sistem digital berdampak signifikan terhadap peningkatan volume donasi dan loyalitas donatur, selama dikemas dengan narasi yang tepat dan responsif.

D. Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Untuk memahami mengapa seseorang bersedia menggunakan layanan digital, dapat digunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM menjelaskan bahwa adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama:

- **Perceived Usefulness (PU)**: sejauh mana pengguna merasa teknologi tersebut memberi manfaat nyata.
- **Perceived Ease of Use (PEOU)**: sejauh mana teknologi dianggap mudah digunakan.

Dalam konteks lembaga zakat, keberhasilan adopsi platform digital sangat bergantung pada persepsi donatur terhadap manfaat dan kemudahan yang ditawarkan.

E. Studi Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan digitalisasi lembaga zakat antara lain:

- **Andreas Fajar Subkhan (2023)**: Analisis Peran Media Sosial Dalam Penghimpunan Dan Pelaporan Dana ZIS Kepada Muzakki Studi Kasus LAZISMU Kabupaten Pati
- **Putri Ismi Rahma Aulia (2023)**: Pengaruh Penggunaan Aplikasi QRIS dalam Pembayaran Dana Zakat, Infaq dan Shodaqoh terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki dan Jumlah Donasi di BAZNAS Provinsi Jawa Tengah
- **Wasilatur Rohmaniyah (2021)**: Optimalisasi Zakat Digital Melalui Penguatan Ekosistem Zakat di Indonesia

Penelitian-penelitian ini menjadi landasan penting untuk menganalisis bagaimana digitalisasi di BMH berperan secara praktis dalam proses penghimpunan donasi.

3. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode **studi kasus**, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam mengenai implementasi digitalisasi dalam proses transaksi donasi di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah (BMH). Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat menggali pemahaman yang komprehensif terhadap realitas lapangan, termasuk dinamika, strategi, serta tantangan yang dihadapi lembaga dalam proses transformasi digital.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor BMH Unit Sidoarjo – Perwakilan Jawa Timur, sebagai salah satu cabang aktif yang menerapkan berbagai metode digital dalam penggalangan dan pelayanan donasi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemudahan akses data dan kedekatan peneliti dengan proses operasional harian lembaga.

C. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

- a.) **Data Primer**, yang diperoleh melalui: **Wawancara informal** dengan amil zakat, tim telemarketing, dan beberapa donatur loyal., **Observasi partisipatif**, di mana peneliti terlibat langsung dalam proses pengelolaan kampanye digital dan komunikasi dengan donatur.
- b.) **Data Sekunder**, yang dikumpulkan dari: Dokumentasi internal lembaga (formulir digital, data transaksi, laporan bulanan, SOP digitalisasi), Website resmi dan media sosial BMH, Referensi kepustakaan (buku, jurnal, undang-undang, dan publikasi ilmiah lainnya)

D. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan model interaktif **Miles dan Huberman**, yang meliputi tiga tahapan: **Reduksi Data**: memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian, **Penyajian Data**: menyusun data secara sistematis dalam bentuk narasi dan tabel yang memudahkan pemahaman, **Penarikan Kesimpulan**: mengkaji makna dari data yang telah direduksi dan disajikan untuk menemukan pola, hubungan, dan makna strategis dalam konteks digitalisasi donasi di BMH.

E. Keabsahan Data (Triangulasi)

Untuk menjaga validitas dan reliabilitas data, dilakukan **triangulasi sumber dan metode**, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber (amil, donatur, dokumen) dan berbagai teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dokumentasi). Proses ini bertujuan memastikan bahwa informasi yang dianalisis benar-benar mewakili realitas lapangan.

Dengan metodologi ini, diharapkan penelitian mampu memberikan gambaran yang utuh dan autentik tentang bagaimana digitalisasi di BMH telah berperan dalam memudahkan transaksi donasi serta dampaknya terhadap efektivitas penghimpunan dan pelayanan kepada donatur.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan Digitalisasi dalam Sistem Donasi BMH

BMH telah memanfaatkan sejumlah media dan perangkat digital untuk mendukung proses penghimpunan donasi secara sistematis dan terukur. Adapun beberapa bentuk digitalisasi yang diterapkan antara lain:

a. **WhatsApp Broadcast (WA Blast):**

Digunakan sebagai media komunikasi langsung kepada calon donatur secara personal dan intensif. Tim amil mengirim pesan naratif disertai ajakan donasi harian, mingguan, maupun berbasis momentum (Ramadhan, Muharram, Qurban, Palestina, dsb).

b. **Google Form Donasi:**

Digunakan sebagai pintu masuk bagi donatur yang ingin memberikan kontribusi, sekaligus untuk pencatatan data donatur secara sistematis. Form mencakup nama, kontak, pilihan program, metode transfer, dan unggahan bukti donasi.

c. **Pembayaran via Transfer Bank & QRIS:**

BMH menyediakan berbagai rekening bank serta QR Code statis/dinamis yang memudahkan donatur untuk transfer dari mobile banking, e-wallet, maupun mesin EDC.

d. **Media Sosial & Landing Page:**

Facebook, Instagram, TikTok, dan landing page BMH dijadikan kanal edukasi sekaligus konversi donasi. Narasi visual dan video digunakan untuk membangun empati serta mendongkrak trust.

e. **Shortlink & Pelacakan:**

Penggunaan link pendek dan pengukuran klik melalui tools (seperti bit.ly atau link UTM) memungkinkan BMH mengevaluasi performa tiap kampanye digital.

B. Dampak Digitalisasi terhadap Kemudahan Transaksi Donatur

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan **kemudahan nyata** dalam transaksi donasi. Dampak tersebut antara lain:

a. **Efisiensi waktu dan tenaga:** Donatur tidak perlu datang langsung ke kantor layanan.

Cukup klik tautan atau balas WA, transaksi dapat terselesaikan.

b. **Fleksibilitas waktu:** Donatur bisa bertransaksi kapan saja, bahkan di luar jam kerja.

c. **Kemudahan konfirmasi:** Dengan unggahan bukti transfer via form atau WA, verifikasi lebih cepat dilakukan oleh tim amil.

- d. **Pengalaman yang lebih personal:** Meskipun digital, komunikasi tetap dibangun dengan pendekatan personal yang humanis oleh tim telemarketing BMH.

C. Efektivitas dalam Penghimpunan Dana dan Loyalitas Donatur

Digitalisasi tidak hanya mempermudah, tetapi juga berdampak positif terhadap efektivitas penghimpunan dana dan pembentukan loyalitas donatur:

- **Lonjakan konversi:** Dalam periode Ramadhan 2025 misalnya, BMH Sidoarjo mencatat peningkatan donasi sebesar $\pm 40\%$ dari channel digital dibandingkan tahun sebelumnya.
- **Donatur loyal dari jalur digital:** Banyak donatur yang awalnya merespons WA Broadcast kemudian menjadi donatur rutin untuk program bulanan seperti “Sedekah Jariah Sumur” atau “Air Bersih Gaza”.
- **Fleksibilitas campaign:** Dengan digitalisasi, BMH dapat menjalankan 3–5 campaign paralel sekaligus, menyesuaikan waktu dan segmentasi donatur (tanpa mencetak brosur fisik atau menggelar event).
- **Efisiensi biaya:** Biaya operasional penggalangan dana via digital jauh lebih hemat dibandingkan metode konvensional (event fisik, brosur, kunjungan langsung).

D. Kendala dalam Implementasi Sistem Digital

Meski secara umum efektif, BMH tetap menghadapi sejumlah tantangan dalam penerapan digitalisasi:

- **Banned dan pembatasan akun WhatsApp:** Nomor yang digunakan untuk WA Blast rentan diblokir, meskipun sudah menggunakan metode jeda waktu dan pengaturan traffic.
- **Literasi digital donatur:** Tidak semua donatur familiar dengan form online atau QRIS. Dibutuhkan pendekatan edukatif dari tim amil, terutama pada donatur usia senior.
- **Kepercayaan terhadap lembaga digital:** Sebagian calon donatur masih ragu untuk mentransfer donasi tanpa bertemu langsung dengan amil. Solusi yang dilakukan BMH adalah dengan membangun kepercayaan melalui testimoni, dokumentasi penyaluran, dan respons cepat.
- **Konsistensi follow-up:** Sistem digital perlu diimbangi dengan tenaga amil yang konsisten menindaklanjuti setiap leads digital secara cepat dan empatik.

E. Strategi BMH dalam Mengoptimalkan Digitalisasi

Beberapa langkah strategis yang diterapkan BMH untuk menjaga dan meningkatkan efektivitas digitalisasi antara lain:

- a. Pelatihan tim telemarketing secara rutin**, baik dalam teknik komunikasi digital maupun pemanfaatan tools.
- b. Pemisahan database calon donatur** berdasarkan ketertarikan program agar campaign lebih tersegmentasi.
- c. Pemanfaatan testimoni visual dan video** dari penerima manfaat untuk meningkatkan trust.
- d. Rotasi dan regenerasi nomor WA Blast**, serta penjadwalan blasting yang bijak (tidak terlalu sering agar tidak dianggap spam).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa **digitalisasi memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempermudah transaksi donasi** di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah (BMH). Transformasi dari metode manual ke sistem digital telah memungkinkan lembaga untuk menjangkau donatur lebih luas, mempercepat proses transaksi, serta meningkatkan efisiensi operasional secara menyeluruh.

Beberapa poin penting yang menjadi kesimpulan utama antara lain:

- 1. Digitalisasi yang diterapkan BMH mencakup penggunaan WhatsApp Broadcast, Google Form Donasi, sistem pembayaran via transfer bank dan QRIS, serta media sosial dan landing page.** Seluruh kanal ini telah terintegrasi dalam proses komunikasi, transaksi, dan pelaporan kepada donatur.
- 2. Digitalisasi memberikan kemudahan nyata kepada donatur**, baik dari sisi waktu, akses, kejelasan informasi, maupun kenyamanan dalam bertransaksi dari jarak jauh.
- 3. Efektivitas penghimpunan dana meningkat secara signifikan berkat strategi digital.** Bahkan, campaign-campaign tertentu (misalnya program Air Bersih, Palestina, dan Ramadhan) menunjukkan lonjakan donasi yang berasal dari kanal digital.
- 4. Meskipun demikian, terdapat sejumlah kendala**, seperti risiko banned nomor WA, gap literasi digital pada donatur tertentu, serta kebutuhan untuk menjaga kepercayaan secara berkelanjutan di ruang digital.

Secara umum, digitalisasi telah menjadi elemen vital dalam strategi penghimpunan donasi modern di lembaga zakat. BMH menjadi salah satu contoh konkret bagaimana amil

zakat dapat bersinergi dengan teknologi demi memperluas manfaat dan memperkuat pelayanan terhadap umat.

DAFTAR REFERENSI

- Antonio, M. S., & Ali, H. (2019). Digitalisasi zakat dan wakaf di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 5(2), 101-115.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2022). Laporan kinerja BAZNAS 2022. <https://baznas.go.id>
- Baitul Maal Hidayatullah. (2024). Profil lembaga dan laporan program. <https://bmf.or.id>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Hakim, M. L. (2019). Pengelolaan zakat yang efektif di era kontemporer. *Jurnal Dinar*, 2(1). <https://e-jurnal.stail.ac.id/dinar/article/view/58>
- Hasan, M. (2019). *Manajemen dakwah digital*. Prenadamedia Group.
- Hidayat, D. (2021). Digitalisasi zakat: Peluang dan tantangan lembaga amil di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(1), 65-74.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2020). Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Kurniawan, A. (2022). Peran media sosial dalam strategi komunikasi filantropi Islam. *Jurnal Komunikasi Islam dan Sosial*, 8(2), 123-136. <https://doi.org/10.54150/syiar.v2i1.55>
- Lubis, M. A. (2018). Efektivitas pemanfaatan media sosial untuk fundraising lembaga zakat. *Jurnal Al-Iqtishad*, 10(1), 85-100.
- Nasrullah, R. (2016). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Putra, R. Y. (2021). Inovasi layanan digital pada lembaga zakat di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 211-225.
- Setiawan, A. (2020). Optimalisasi teknologi informasi dalam pengelolaan zakat di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 12(1), 33-49.
- Syah, A. (2020). *Transformasi digital dalam organisasi nirlaba*. Alfabeta.
- Zaini, R. (2023). Strategi fundraising digital oleh lembaga amil zakat nasional di masa pandemi. *Jurnal Ekonomi Islam Nusantara*, 6(1), 45-58. <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v6i2.2450>