

Efektifitas Penerapan *Financial Technology* (Fintech) dan Strategi *Fundraising* dalam Optimalisasi Penghimpunan ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) (Studi Kasus Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara)

Sri Wahyuni¹, Nurbaiti², M. Ikhsan Harahap³

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,
Medan, Indonesia

e-mail: sriwahyunisinaga142@gmail.com¹, nurbaiti@uinsu.ac.id²,
m.ikhsan.harahap@uinsu.ac.id³

Abstrak

Penelitian mengambil topik tentang perkembangan teknologi di sektor keuangan dalam menghimpun ZISWAF kemudian didukung dengan strategi *fundraising* agar penghimpunan ZISWAF optimal. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis tingkat efektifitas penerapan *financial technology* dan penerapan strategi *fundraising* dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif, Sumber data penelitian mencakup data primer serta sekunder yang diperoleh lewat observasi, wawancara dan dokumentasi di DDW Sumatera Utara terutama pada divisi keuangan dan divisi *fundraising*. Analisis penelitian ini memakai analisis deksriptif yang mana semua data yang bersifat kualitatif diteliti, dianalisis, dikembangkan serta disesuaikan dengan teori-teori pendukungnya. Dari penelitian ini bisa disimpulkan bahwa fintech sudah diterapkan sejak tahun 2017 dan masih terus dioptimalkan dengan menggunakan strategi *fundraising offline* dan *online*. Akan tetapi penghimpunan ZISWAF dengan menggunakan fintech masih belum efektif, diharapkan ada inovasi strategi baru yang diterapkan untuk menghimpun dana ZISWAF dengan pemanfaatan fintech. Salah satu hambatan terberat yang dihadapi Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara ialah pengetahuan beserta kesadaran masyarakat Sumatera Utara yang masih sangat rendah mengenai pemanfaatan fintech dalam membayar ZISWAF. Hasil analisis SWOT menunjukkan kekuatan internal lembaga begitu kuat sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Maka dari faktor internalnya dirasa perlu perbaikan terkhusus peningkatan SDM khususnya pada divisi *fundraising* dengan harapan mencapai visi, misi dan target penghimpunan yang telah dicanangkan.

Kata kunci: *Financial Technology*, Strategi *Fundraising*, ZISWAF

Abstract

Research on the topic of technological developments in the financial sector in collecting ZISWAF is then supported by a fundraising strategy so that ZISWAF collection is optimal. The purpose of this study is to analyze the level of effectiveness of the application of financial technology and the application of fundraising strategies using SWOT. This study uses a qualitative descriptive method. The data sources studied include primary and secondary data obtained through observation, interviews and documentation at DDW North Sumatra, especially in the finance and fundraising divisions. The analysis of this research uses descriptive analysis in which all qualitative data are researched, analyzed, developed and adapted to the supporting theories. From this research, it can be said that fintech has been around since 2017 and continues to be implemented using offline and online fundraising strategies. However, the collection of ZISWAF using fintech is still not effective, it is hoped that there will be new strategic innovations implemented to collect ZISWAF funds by utilizing fintech. One of the toughest obstacles faced by Dompot Dhuafa, North Sumatra, is knowledge about the low awareness of the people of North Sumatra regarding the use of

fintech in paying ZISWAF. The results of the SWOT analysis show the strength of internal institutions that are so strong that they can take advantage of existing opportunities. So from internal factors it is felt that improvements are needed, especially in increasing human resources, especially in the fundraising division in the hope of achieving the vision, mission and collection targets that have been proclaimed.

Keywords : *Financial Technology, Fundraising Strategy, ZISWAF*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini memberi peranan sangat penting di berbagai aspek kehidupan masyarakat sehari-hari. Apapun aktivitas masyarakat tidak lepas dari bantuan teknologi. Semakin *modern* nya teknologi dan pengguna *smartphone* yang terus meningkat menyebabkan banyaknya bermunculan *start up* perusahaan yang bergerak di berbagai bidang termasuk *FinTech (Financial Technology)*.

Perkembangan teknologi saat ini juga telah menciptakan jenis dan peluang bisnis, termasuk semakin banyaknya transaksi bisnis yang dilakukan secara *online*. Dalam perkembangannya, sistem pembayaran digital atau disebut juga nontunai. Pembayaran ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat dan kemajuan teknologi. Menurut hasil survei yang diadakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pemakai internet di Indonesia sebanyak 171,17 juta orang (64,8%) dari jumlah penduduk Indonesia adalah pengguna internet (A'la et al., 2020).

Teknologi dan *financial* mempunyai hubungan yang berkaitan dan saat ini telah hadir inovasi *financial* dengan sentuhan teknologi *modern* di bidang jasa keuangan yang bernama *financial technology* atau biasa disebut *Fintech. Financial Technology (Fintech)* muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna informasi dan tuntutan hidup yang serba cepat dan praktis. Dengan *Financial Technology (Fintech)* permasalahan dalam transaksi jual beli atau pembayaran dapat diminimalkan. Berkembangnya fintech belakangan ini, dikatakan Rachman & Salam mengharuskan seluruh sektor bisnis ataupun sektor lainnya, untuk menerapkan sistem tersebut. (Fahlefi, 2019)

Penghimpunan dana atau fundraising adalah aktivitas yang penting dan utama dalam sebuah lembaga pengelolaan zakat, infak, sedekah dan wakaf. Organisasi pengelolaan ZISWAF dalam aktivitasnya selalu berhubungan dengan dana. *Fundraising* tidak hanya identik dengan uang saja tetapi ruang lingkupnya lebih luas dan mendalam, karena pengaruh *fundraising* sangat besar bagi eksistensi sebuah lembaga pengelolaan ZISWAF. (Arrazi, 2021)

Terdapat 2 lembaga pengelolaan zakat yang resmi di Indonesia yakni Badan Amil Zakat serta Lembaga Amil Zakat. Yang mana ke-2nya sudah memperoleh pengakuan hukum pemerintah sebagai bentuk perlindungan pemerintah pada lembaga zakat tersebut dengan UU RI No. 23 Tahun 2011 mengenai pengelolaan zakat. (Arrazi, 2021)

Menurut UU No. 23 Tahun 2011 mengenai Pengelolaan Zakat, definisi zakat ialah harta yang wajib dikeluarkan oleh individu muslim ataupun badan usaha untuk disalurkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum, kemudian Sedekah adalah harta atau non-harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.

Penulis memilih tema ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) karena merupakan salah satu jembatan untuk mengentaskan kemiskinan yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadist. Dari uraian diatas memperlihatkan bahwa ZISWAF akan mampu berfungsi secara baik apabila didukung strategi penghimpunan ZISWAF dan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih akan semakin memudahkan lembaga dalam menghimpun ZISWAF, berawal dari penghimpunan yang baik akan berdampak sampai pendistribusiannya sehingga akan efektif serta efisien dan tentunya tepat sasaran.

Berdasarkan hasil wawancara bersama pimpinan cabang Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara, Bapak Sulaiman, DDW Sumatera Utara adalah salah satu LAZ (Lembaga

Amil Zakat) di kota Medan yang telah berdiri mulai tahun 2013, beliau menjelaskan bahwa penerapan *financial technology* di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera sudah dimulai sejak tahun 2017. Aplikasi fintech pertama yang diterapkan adalah aplikasi Gopay. Seiring perkembangan fintech dan semakin banyaknya *start up* fintech yang muncul, Dompot Dhuafa Sumatera Utara menambah beberapa aplikasi fintech seperti OVO, Shopeepay, Paytern, DANA, Sakuku, LinkAja dll secara berkala dalam penghimpunan dana ZISWAF. Beliau juga menyebutkan penghimpunan di tahun 2021 mengalami penurunan dibanding tahun 2020. Seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Penghimpunan Dana ZISWAF Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

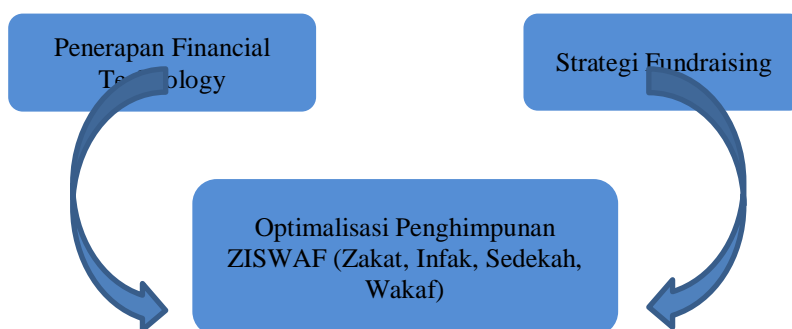
Tahun Penghimpunan ZISWAF					
Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
Total	Rp3.009.202.263	Rp2.990.958.504	Rp3.743.814.590	Rp4.168.949.826	Rp3.334.099.596

Dari tabel diatas dapat terlihat dalam rentang waktu 2017 hingga 2021 penghimpunan ZISWAF di Dompot Dhuafa Waspada cenderung fluktuatif. Penghimpunan tertinggi berada di tahun 2020 yaitu meningkat sebesar 20,02%, sedangkan pertumbuhan terendah pada tahun 2018 yaitu 0,6%. Berdasarkan fenomena ini akan menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut, apakah penerapan *financial technology* sudah efektif atau belum efektif mengingat pemanfaatan fintech menjadi peluang yang besar dalam penghimpunan dan bagaimana strategi *fundraising* di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara sudah optimal atau belum optimal, serta apa saja faktor yang menghambat serta pendukung dalam menerapkan *financial technology* tersebut. Maka penulis memilih judul **“Efektivitas Penerapan *Financial Technology* (Fintech) Dan Strategi *Fundraising* Dalam Optimalisasi Penghimpunan Ziswaf (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) (Studi Kasus Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara)”**

METODE PENELITIAN

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang digambarkan bertujuan untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang akan diteliti oleh penulis.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sebagaimana namanya, model penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena atau hubungan antarfenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan fenomena-fenomena tersebut adalah segala aktifitas terkait penghimpunan ZISWAF

yang dikelola oleh Dompot Dhuafa Waspada Sumut. ZISWAF tersebut dimanfaatkan untuk meningkatkan ekonomi mustahik di Sumut.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, peneliti mendeskripsikan penerapan efektivitas *financial technology* (fintech) dan pelaksanaan strategi fundraising di Dompot Dhuafa Waspada Sumut. Metode pengumpulan data secara variatif menggunakan beberapa teknik, tergantung pada data yang dikehendaki dan sumber data. Adapun teknik pengumpulan data tersebut meliputi: dokumentasi, wawancara dan observasi.

Lokasi penelitian ialah tempat dimana objek aktivitas penelitian dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan di lembaga Dompot Dhuafa Waspada Sumut. Adapun alamat lokasi penelitian Komplek Kapten Muslim *Bussines Point* Blok E No.17 Sei Sikambing C, Kec. Medan Helveti, Kota Medan, Sumatera Utara.

Subjek penelitian adalah individual, benda ataupun organisasi yang dijadikan sebagai sumber informasi yang diinginkan saat pengumpul data penelitiannya. Subjek pada penelitian ini adalah karyawan/pegawai lembaga Dompot Dhuafa Waspada Sumut dalam bidang penghimpunan ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf).

Obyek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh penulis. Obyek dalam penelitian ini adalah efektivitas penerapan *financial technology* (fintech) dan strategi *fundraising* dalam optimalisasi penghimpunan ZISWAF di Dompot Dhuafa Waspada Sumut. Data yang peneliti gunakan di penelitian ini ialah data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

Dompot dhuafa waspada ialah lembaga non profit yang dimiliki masyarakat Indonesia bertujuan menaikkan pangkat sosial kemanusiaan kelompok dhuafa menggunakan Dana ZISWAF, beserta dana hal-hal lainnya serta resmi, baik individu, golongan, perusahaan ataupun lembaga mengenai program ekonomi, pendidikan, serta kesehatan. DDW berdiri 2 april 2000 Yayasan Peduli Ummat Waspada yang digagas Eri Sudewo pihakDD, Hj. Rayati Syafrin pihak Waspada, Almawerdi Rachman pihak Indosat, Yahya Arwiyah pihak Telkom, Prof. Dr. Amiur Nuruddin, MA pihak IAIN SU beserta tokoh masyarakat Sumut lain, 29 juni 2002 Peduli Ummat Waspada diresmikan jadi Lembaga Amil Zakat Daerah Sumut lewat SK Gubsu No. 451.12/4705 dan resmi jadi perwakilan, serta 30 April 2013 diresmikan jadi DDW Cabang Sumatera Utara.

Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara terletak di Koplek Kapten Muslim Business Point Blok E No. 17, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20122. Kegiatan DDW Sumatera Utara tidak hanya menghimpun dana yang sumbernya dari ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) tetapi juga mengelola beserta mendistribusikan dana ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) dari muzakki lewat programnya pendidikan, ekonomi, kesehatan, serta sosial kemanusiaan yang telah ada kepada kaum dhuafa. (Dompot Dhuafa Waspada, 2021)

Saat ini, DDW mempunyai jaringan pelayanan di 21 provinsi serta 5 mancanegara (Hongkong, Jepang, Amerika Serikat, Australia sertaKorsel). Sejalan dengan perkembangan organisasinya serta banyaknya aktivitas, DD Republika membuka cabang di Sumut yang pada hakikat aktivitasnya adalah mengoptimalkan pemanfaatan ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah beserta Wakaf) melalui program-program pemberdayaan yang telah ada dalam DDW untuk mengatasi bermacam masalah sosial di Sumut.

2. Efektivitas Penerapan Financial Technology (FinTech) Dalam Optimalisasi Penghimpunan ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) Pada Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

Konsep efektivitas dipakai upaya untuk melakukan evaluasi kinerja organisasi, hal ini merupakan salah satu faktor yang sangat penting sebagai evaluasi lembaga terkait suatu program yang dilaksanakan sejalan dengan targetnya apakah program yang dilaksanakan membaik atau sebaliknya. Hal ini memiliki peranan yang sangat penting

pada semua lembaga ataupun organisasi serta sangat membantu melihat perkembangan serta kemajuan lembaga ataupun organisasinya. Oleh karenanya salah satu tujuan pengukuran kinerja adalah mengetahui *before-after* program berjalan serta melacak kemajuannya agar lebih terukur. Budiani mengatakan dalam mengukur efektivitas suatu program bisa dilaksanakan dengan memakai variabel-variabel yaitu Ketepatan Sasaran Program, Sosialisasi Program, Pencapaian Tujuan Program, Pemantauan Program. Berdasarkan indikator ukuran-ukuran efektivitas, hasil dari penelitian mengenai efektivitas penerapan *financial technology* di Dompot Dhuafa Waspada Sumut, sebagai berikut:

a. Ketepatan Sasaran Program

Pada masa ini penghimpunan ZISWAF masih dikelola oleh Kantor pusat sehingga kontribusi DDW di setiap provinsi Indonesia masih belum optimal. Seiring dengan perkembangan waktu dan teknologi semakin *modern* menyebabkan semua sektor harus menggunakan teknologi dalam kegiatan operasionalnya. Maka, hal ini menjadi inovasi sekaligus tantangan baru bagi penghimpunan ZISWAF di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara.

Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara yang bergerak dalam bidang pengelolaan zakat telah memanfaatkan media sosial dan fintech sebagai sarana dalam penghimpunannya. Penghimpunan ZISWAF pun sudah dilakukan dengan pemanfaatan teknologi seperti OVO, Gopay, DANA, *shopeepay*, Sakuku, paytren dll. Di tahun 2017, penerapan fintech di DDW Sumut hanya menggunakan Gopay yang tersambung dengan aplikasi Gojek. Namun, ditahun 2020 penerapan fintech telah mengalami peningkatan dengan bertambahnya aplikasi-aplikasi dan *start up* fintech sebagai sarana penghimpunan. Namun permasalahan yang ditemukan di lapangan, penerapan fintech ini belum bisa dikatakan optimal. Selain disebabkan fintech adalah inovasi baru di bidang keuangan dan pelayanan, terdapat beberapa *factor intern* maupun ekstern yang menyebabkan penghimpunan ZISWAF melalui fintech ini belum optimal.

Berikut ini yang menjadi faktor penyebab ketidak optimalan penerapan fintech di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara. Pertama, seluruh media penghimpunan baik itu berupa aplikasi, rekening dan jenis lainnya masih dibawah naungan pusat, banyak muzakki yang langsung menyalurkan ZISWAF kepada mustahik yang berada di sekeliling mereka, kurangnya pemahaman dan literasi digital masyarakat tentang fintech dan belum menjadi hal yang biasa jika membayar ZISWAF dengan aplikasi fintech seperti Gopay, OVO, DANA, LinkAja, Paytern, Sakuku, Gomobile dll. Salah satu tujuan mengapa penghimpunan ZISWAF masih dibawah naungan pusat adalah karena keberadaan DDW belum menyeluruh dan di beberapa provinsi belum ada.

Berikut kutipan wawancara dengan Bapak Sulaiman (Pimpinan DDW SUMUT)

Penyebaran banner dan spanduk yang berisi barcode QRIS yang terhubung ke beberapa aplikasi fintech seperti Gopay, OVO, DANA, LinkAja, Paytern dll target kita perbanyak dari 200 kafe/restoran dengan 30 transaksi/bulan menjadi 500 kafe/restoran dengan 1000 transaksi/bulan di kota Medan yang terhimpun langsung ke rekening lembaga. Kemudian untuk target jumlah dana ZISWAF yang terhimpun melalui fintech di rekening DDW Rp500.000.000., sedangkan target penghimpunan dana ZISWAF untuk keseluruhan berjumlah Rp7.000.000.000., Hal ini bertujuan untuk memberikan semangat kepada pegawai lembaga terutama divisi fundraising untuk selalu mempromosikan dan mengajak masyarakat untuk membayar ZISWAF melalui DDW. Selain itu, penerapan fintech di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara masih tahap perkembangan, yang artinya masyarakat masih belum familiar dengan transaksi/pembayaran ZISWAF secara online menggunakan aplikasi fintech di banding dengan transaksi bank/pembayaran cash.”

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, penerapan fintech di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara masih dalam perkembangan dan terus dimaksimalkan agar penghimpunan dana ZISWAF mencapai target yang telah dicanangkan oleh Dompot Dhuafa Waspada Pusat dengan strategi *fundraising offline* dan *online* seperti menyebar luaskan *banner/spanduk* yang berisi QRIS fintech ke kafe/restoran, tempat umum dan memanfaatkan kanal sosial media lainnya agar menjangkau dan memudahkan seluru lapisan masyarakat untuk berdonasi dan membayar ZISWAF.

Tabel 2. Hasil Penghimpunan ZISWAF Via Fintech Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara Penghimpunan ZISWAF via QRIS FINTECH

Tahun	Jumlah
2019	Rp30.700.138
2020	Rp20.338.107
2021	Rp18.027.107

Dari tabel 4.1 diatas terlihat dalam periode tiga tahun awal penerapan fintech dalam menghimpun dana ZISWAF di Dompot Dhuafa Sumatera Utara mengalami jumlah penurunan secara terus menerus dari tahun ke tahun. Pada tahun awal tercatat jumlah ZISWAF yang telah dihimpun sebesar Rp30.700.138, pada tahun ke dua penerapan fintech (2020) mengalami penurunan sebesar 0,040% dibanding tahun pertama (2019) kemudian pada tahun ke tiga (2021) kembali mengalami penurunan sebesar 0,036% dibanding tahun sebelumnya.

1) Persentase Penghimpunan ZISWAF Melalui Fintech Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

$$\begin{aligned} \text{Rasio Efektivitas} &= \frac{\text{Realisasi Jumlah Perolehan}}{\text{Target}} \times 100\% \\ \text{Rasio Efektivitas 2019} &= \frac{30.700.138}{500.000.000} \times 100\% \\ &= 0,061\% \\ \text{Rasio Efektivitas 2020} &= \frac{20.338.107}{500.000.000} \times 100\% \\ &= 0,040\% \\ \text{Rasio Efektivitas 2021} &= \frac{18.027.107}{500.000.000} \times 100\% \\ &= 0,036\% \end{aligned}$$

Persentase tiga tahun awal hasil penghimpunan ZISWAF melalui fintech ini menjadi tantangan sekaligus perbaikan bagi lembaga untuk menggali sumber ZISWAF dan menerapkan strategi *fundraising* dengan lebih baik lagi. Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara harus memetakan kembali strategi *fundraising* secara komprehensif, tidak hanya dalam strategi *fundraising offline* saja. Namun harus meng-*upgrade* SDM dan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang disemua sektor kehidupan masyarakat.

Tabel 3. Jumlah Total Penghimpunan ZISWAF Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara Tahun Penghimpunan ZISWAF

20	20	20	20	20
17	18	19	20	21
Rp	Rp	Rp	Rp	Rp
3.0	2.9	3.7	4.1	3.3
09.	90.	43.	68.	34.
20	95	81	94	09
2.2	8.5	4.5	9.8	9.5
63	04	90	26	96

2) Persentase Total Keseluruhan Penghimpunan ZISWAF Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Jumlah Perolehan}}{\text{Target}} \times 100\%$$

$$\text{Rasio Efektivitas 2017} = 0\%$$

$$\text{Efektivitas Anggaran 2018} = \frac{2.990.958.504}{4.000.000.000} \times 100\%$$

$$= 74,77\%$$

$$\text{Rasio Efektivitas 2019} = \frac{3.743.814.590}{4.000.000.000} \times 100\%$$

$$= 93,56\%$$

$$\text{Rasio Efektivitas 2020} = \frac{4.168.949.826}{4.000.000.000} \times 100\%$$

$$= 104,22\%$$

$$\text{Rasio Efektivitas 2021} = \frac{3.334.099.596}{4.000.000.000} \times 100\%$$

$$= 83,35\%$$

Tabel 4. Analisis Before-After Penghimpunan ZISWAF Dompot Dhuafa Sumatera Utara

Tahun	Persentase	Rata-Rata	Keterangan
2017	-	74,77%	Before
2018	74,77%		
2019	93,56%	140,56%	After
2020	104,22%		
2021	83,35%		

Dalam tabel 4.3 dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 dan tahun 2018 sebelum adanya penerapan fintech dalam penghimpunan ZISWAF di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara diperoleh persentase rata-rata 74,77% dibanding tahun 2019 hingga tahun 2021 setelah adanya penerapan fintech maka diperoleh rata-rata 140,56% hal ini menunjukkan bahwa dalam analisis *before-after* adanya penerapan fintech dalam menghimpun ZISWAF dapat dikatakan sangat efektif dibuktikan dengan data hasil penghimpunan ZISWAF dengan peningkatan jumlah perolehan dan persentase sebelum adanya penerapan fintech adalah 74,77% sedangkan setelah adanya penerapan fintech mengalami kenaikan yang signifikan yaitu 140,56% .

Tantangan yang dihadapi Dompot Dhuafa tidak hanya dari sektor internal tetapi juga eksternal dan sistem. Dalam upaya efektivitas penerapan fintech dalam menghimpun ZISWAF Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara melakukan *marketing tools* sebagai upaya meningkatkan pemahaman dan menyadarkan masyarakat untuk menyalurkan ZISWAF ke lembaga. Fintech yang diterapkan Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara adalah fintech Digital *Payment*.

b. Sosialisasi Program

Proses sosialisasi program adalah hal yang terpenting untuk melakukan pengukuran suatu aktifitas yang efektif ataupun tidak. Sosialisasi juga bisa diartikan promosi program ataupun mengenalkan, memberitahu, dan mengedukasi. Aktifitas jangka pendek atau jangka panjang yang dilakukan perorangan maupun kelompok. Sama halnya yang dilakukan oleh DDW Sumut khususnya divisi *fundraising* melakukan promosi kepada masyarakat tentang penggunaan fintech, tidak hanya transaksi jual beli namun bisa untuk membayar ZISWAF. Hal ini bertujuan agar masyarakat tertarik dan mengetahui bahwa membayar ZISWAF tidak hanya melalui transfer antar bank.

Namun dalam hal ini, banyak kendala yang dihadapi oleh lembaga. Kendala yang paling utama adalah masyarakat yang belum terbiasa menggunakan fintech dan tidak sedikit masyarakat yang belum memahami jika fintech dapat digunakan untuk membayar ZISWAF. Kegiatan pembayaran ZISWAF melalui fintech memang masih belum menjadi budaya yang dilakukan oleh masyarakat kota Medan. Masih banyak masyarakat yang belum memiliki ketertarikan atau pemahaman untuk membayarkan ZISWAF melalui fintech dikarenakan kurangnya literasi terhadap perkembangan teknologi khususnya dalam teknologi keuangan. Sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Aan Safitri selaku SPV Keuangan dan Operator Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara.

“Masyarakat kota Medan belum banyak yang menggunakan platform fintech untuk sarana pembayaran ZISWAF, masyarakat lebih banyak menggunakan fintech payment gateway seperti OVO dan Gopay untuk pembayaran transportasi sehari-hari, pesan makan maupun antar barang. Kemudian literasi teknologi keuangan yang masih kurang menjadi salah satu penghambat masyarakat untuk mampu menggunakan OVO, Gopay, DANA dll untuk berZISWAF dan berdampak terhadap dana yang dihimpun oleh DDW. Saat ini yang lebih memahami penggunaan fintech adalah anak muda dibandingkan dengan orang tua yang kurang update tentang perkembangan teknologi di bidang keuangan dan pelayanan.”

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa fintech merupakan hal yang baru dan masih kurangnya literasi masyarakat tentang kemajuan teknologi, khususnya teknologi dibidang keuangan sehingga masyarakat belum memahami penggunaan fintech sebagai alat pembayaran ZISWAF. Secara umum masyarakat memahami bahwa Gopay, OVO, Shopeepay dan DANA sebagai alat membayar jasa kendaraan atau belanja *online* saja.



Gambar 4.3 Barcode QRIS DDW Sumut

Gambar diatas merupakan barcode QRIS yang terhubung ke beberapa aplikasi fintech yang dipromosikan ke masyarakat dalam bentuk *banner* dan spanduk. Berdasarkan analisis, pada pencapaian efektivitas penerapan *financial technology* yang ditentukan lembaga maka dikatakan belum efektif sisi pencapaian jumlah penghimpunan dana ZISWAF dari target yang ditetapkan oleh lembaga. Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi melainkan bukan dikarenakan sedikitnya dana ZISWAF yang terkumpul tetapi capaian jumlah target penghimpunan dana ZISWAF yang ditetapkan lembaga. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sulaiman pimpinan cabang Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara.

“Untuk saat ini financial technology yang sudah bekerja sama dengan DDW Sumut ada Gopay, OVO, DANA, LinkAja, Sakuku, Gomobile dll masih terus kita maksimalkan, dan harapan kita juga untuk kedepannya dapat bekerjasama dengan lebih banyak fintech. Untuk saat ini jumlah penghimpunan dana ZISWAF melalui fintech masih terhimpun langsung ke pusat, kita masih mengupayakan agar dana ZISWAF yang terhimpun oleh masing-masing cabang Dompot Dhuafa Waspada di provinsi Indonesia dapat di manage sendiri agar lebih efektif dalam pendayagunaan dana ZISWAF tersebut.

Dari keterangan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara telah bekerja sama dengan beberapa fintech dan akan bekerja sama dengan banyak start up fintech dalam menghimpun ZISWAF ke muzakki agar penghimpunan ZISWAF lebih optimal dan menjadi solusi untuk masalah sosial seperti kemiskinan, pendidikan, pendayagunaan UMKM, dan lain-lain di tengah masyarakat.

c. Tujuan Program

Sejalan dengan visi, misi serta tujuan lembaga seperti mendorong sinergi serta memperkuat jaringan kemanusiaan serta pemberdayaan masyarakat, peengokohan fungsi pelayanan, pembelaan serta pemberdayaan, terciptanya lembaga DD dengan *standart* organisasinya mendunia, serta membuat peningkatan kesadaran masyarakat agar menerapkan nilai dasar Islam di aktifitas sehari-hari. Penerapan fintech tentunya akan menguatkan daya saing lembaga, meningkatkan SDM internal maupun eksternal dan mewujudkan visi, misi serta tujuan Dompot Dhuafa Waspada Sumatera ke masa yang akan datang.

d. Pemantauan Program

Pemantauan program ialah aktifitas pengumpulan informasi periodik dalam rangka melihat semua kinerja pengguna program serta memastikan terlaksana kegiatan sesuai perencanaan. Menurut hasil penelitian yang didapat, fintech sudah diterapkan sejak tahun 2017 dengan berkala. Namun hasil wawancara beserta observasi peneliti menunjukkan hasil dari penghimpunan dana ZISWAF fintech sendiri belum optimal. Seluruh hasil penghimpunan dengan fintech masih terhimpun ke Dompot Dhuafa Waspada Pusat, sehingga Dompot Dhuafa Waspada Sumut masih terus berusaha mengoptimalkan dengan strategi *fundraising offline* dan *online*.

3. Strategi *Fundraising* dalam Optimalisasi Penghimpunan ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) Pada Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

Strategi penghimpunan yang digunakan oleh Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara agar optimal dan mencapai target. Strategi penghimpunan dibuat berdasarkan potensi muzakki dan pesatnya perkembangan teknologi. Dari potensi tersebut Dompot Dhuafa Waspada menggunakan dua metode. Berikut ini adalah metode yang diterapkan Dompot Dhuafa Waspada Sumut dalam menghimpun ZISWAF.

Tabel 5. Metode Penghimpunan ZISWAF Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

Nama Lembaga	Metode Strategi Fundraising	
	Metode <i>Offline</i>	Metode <i>Online</i>
Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara	Penyebaran banner/spanduk di tempat umum seperti pinggir jalan, ATM-ATM, Restoran dan Kafe, <i>Direct message</i> Email/WA, silaturahmi, jemput ZISWAF, <i>family gathering</i> , dan <i>volunteer gathering</i> . Sosialisasi dan promosi ke kampus-kampus dan perusahaan-perusahaan.	Promosi melalui media sosial seperti Facebook Ads, Google Ads, Instagram Ads, Youtube, Website, transfer bank/M-Banking, penerapan QRIS melalui Fintech payment seperti (Gopay, OVO, DANA, LinkAja, Sakuku, Gomobile, dll), Autodebet dengan dosen USU yang telah bekerja sama dengan Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara.

Pada pelaksanaan strategi *fundraising* Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara telah menyiapkan divisi *Fundraising*. Ada dua metode strategi yang diterapkan di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara. Sebagaimana dijelaskan Ibu Meilya Evita Syari, S.E selaku staff *fundraising* Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara

“Pertama strategi fundraising offline, fokus strategi fundraising offline adalah sosialisasi ke kampus atau perusahaan, kunjungan ke donatur, pengajian, penyebaran banner di tempat umum seperti kafe, restoran, dan ATM-ATM, penyebaran spanduk di tempat umum, mengirim surat ke rumah para donatur, mengadakan family gathering dan donatur gathering yang bertujuan untuk meningkatkan silaturahmi sesama pegawai lembaga dan mem-follow up donatur. Kedua, strategi fundraising online.

Dalam hal ini Dompot Dhuafa Waspada Sumatera memaksimalkan kanal sosial media sebagai sarana untuk mengajak, mengedukasi dan mempromosikan berbagai program yang ada pada lembaga. Tidak hanya sosial media lembaga yang dimanfaatkan seperti Facebook Ads, Google Ads, Instagram Ads, Youtube, website, transfer bank/M-Banking tetapi juga memanfaatkan sosial media para pegawai lembaga seperti status Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara juga mengajak para influencer milineal untuk ikut serta dalam mengedukasi masyarakat melakukan pembayaran ZISWAF ke lembaga.

Kehadiran fintech payment gateway sebagai inovasi baru di bidang keuangan juga turut memudahkan masyarakat dalam pembayaran ZISWAF, melalui aplikasi Gopay, OVO, DANA, LinkAja, Sakuku, Gomobile dll yang sudah terhubung dengan barcode khusus masyarakat bisa membayar ZISWAF dimanapun serta kapan saja selama jaringan internet terhubung. Dompot Dhuafa Waspada juga bekerja sama dengan bank BRI, BNI, BSI dan bank Mandiri metode payroll sistem atau autodebet dengan Universitas Sumatera Utara dan perusahaan tertentu yaitu metode yang digunakan untuk menghimpun dana zakat profesi para dosen atau pegawai yang sudah bekerja sama dengan Dompot Dhuafa Waspada Sumut.”

Berdasarkan wawancara tersebut, bisa disimpulkan penerapan strategi *fundraising* dalam penghimpunan ZISWAF di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara menggunakan metode *offline* serta metode *online*. Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara juga bekerja sama dengan bank BRI, BNI, BSI, dan Mandiri dengan metode *payroll* sistem atau autodebet dengan dosen Universitas Sumatera Utara dan perusahaan tertentu yang telah bekerja sama dengan Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara. Dalam hal ini, Dompot Dhuafa Waspada menetapkan target penghimpunan dana ZISWAF, *offline/Cash* ataupun *online* yang ditentukan sesuai total pencapaian setiap tahunnya.

Setiap program yang dimiliki lembaga mempunyai permasalahan maupun kendala yang berbeda-beda, untuk menanggulangi permasalahan ini tentu diharuskan ada solusi yang berbeda-beda pula. Penulis akan menguraikan secara umum tentang strategi yang harus dijalankan oleh Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara terkait efektivitas penerapan *financial technology* dan strategi *fundraising* dalam optimalisasi penghimpunan dana ZISWAF dengan menggunakan analisis SWOT.

Tabel 6 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Kekuatan (Strength)</i>				
1.	Mayoritas penduduk Sumatera Utara adalah beragama Islam	0,142	4	0,568
2.	Penghimpunan dana ZISWAF sudah menerapkan sistem fintech	0,095	2	0,19
3.	Kemudahan, kecepatan layanan fintech dan hemat biaya melakukan pembayaran ZISWAF dimana dan kapan saja	0,047	3	0,141
4.	Strategi <i>fundraising</i> dengan metode <i>offline</i> dan <i>online</i>	0,142	4	0,568
5.	<i>Family Gathering</i> dan <i>Volunteer Gathering</i> untuk membangun komunikasi jangka panjang dan loyalitas donator	0,095	3	0,285
Sub Total		0,521		1,752
<i>Kelemahan (Weakness)</i>				
1.	Penghimpunan dana ZISWAF dengan fintech terhimpun ke rekening Dompot Dhuafa Pusat	0,142	4	0,568
2.	Kurangnya strategi <i>fundraising online</i> dalam pelaksanaan dan pemanfaatan fintech dalam menghimpun dana ZISWAF	0,095	2	0,19
3.	Perusahaan dan masyarakat memberikan ZISWAF secara langsung kepada mustahik tanpa melalui Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara	0,047	2	0,094
4.	Target penghimpunan yang sangat tinggi	0,095	3	0,285
5.	Kurang maksimal dalam <i>follow up</i> terhadap donatur	0,095	2	0,19
Sub Total		0,474		1,327
Total		1		3,079

Dari tabel, maka dapat dianalisis faktor kekuatan serta kelemahan mempunyai hasil dengan total skornya 3,079. Sebab total skornya diatas 2,5 berarti menunjukkan posisi internal lembaga ini begitu kuat. Dari hasil perhitungan terbobot, ada dua faktor yang memiliki nilai terbobot terbesar adalah mayoritas penduduk Sumatera Utara adalah beragama islam dan strategi *fundraising offline* dan *online*. Sedangkan kelemahan yang perlu diperhatikan adalah penghimpunan dana ZISWAF dengan penerapan fintech masih terhimpun ke rekening Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara pusat dan target penghimpunan yang sangat tinggi.

Tabel 7 Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity)</i>				
1.	Dompot Dhuafa Waspada Sumatera mempunyai impresi yang baik dan bekerjasama dengan perusahaan maupun perguruan tinggi di Sumatera Utara	0,15	4	0,6
2.	Fintech hadir sebagai hal baru yang memudahkan dalam pengelolaan dana ZISWAF	0,15	3	0,45

3. Strategi <i>fundraising</i> menyebar <i>banner</i> dan spanduk di tempat umum yang berisi QRIS fintech memudahkan masyarakat agar menyalurkan dana ZISWAF ke lembaga dengan mudah	0,15	4	0,6
Sub Total	0,45		1,65
Ancaman (Threat)			
1. Persaingan antar lembaga yang bergerak di pengelolaan ZISWAF	0,15	4	0,6
2. Kurangnya pemahaman tentang kemajuan teknologi keuangan (fintech) di tengah masyarakat	0,1	3	0,3
3. Fintech merupakan hal yang baru dalam transaksi ZISWAF di tengah masyarakat	0,1	2	0,2
4. Penghimpunan dana ZISWAF yang tidak stabil	0,1	2	0,2
5. Kurang mendapat respon dari masyarakat khususnya kaum millenial yang lebih melek teknologi	0,1	3	0,3
Sub Total	0,55		1,6
Total	1		3,25

Dari analisis tabel, faktor peluang serta ancaman mempunyai total skor 3,25. Sebab totalnya tersebut mendekati 4,00 hal ini menunjukkan lembaga DDW Sumut memiliki respon yang tanggap terhadap peluang yang disertai berbagai cara dan usaha untuk menghindari maupun menghadapi ancaman dan masalah dalam proses penghimpunan dana ZISWAF.

Analisis matriks IE didasarkan pada dua dimensi utama yaitu, skor bobot IFAS total pada sumbu x dan skor bobot EFAS total pada sumbu y. skor bobot IFAS total Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara sebesar 3,079. Sedangkan skor bobot EFAS Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara sebesar 3,25.

Dari hasil faktor analisis eksternal dan internal diatas, dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strength/S) = 1,752
2. Kelemahan (Weakness/W) = 1,327
3. Peluang (Opportunity/O) = 1,65
4. Ancaman (Threat/T) = 1,6

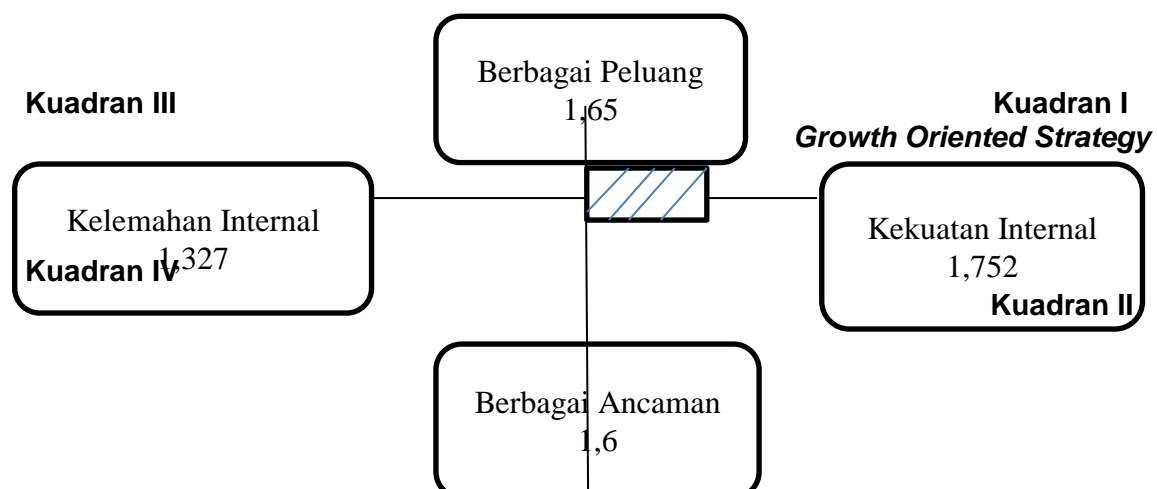
Setreusnya dapat diketahui posisi perubahan kuadran SWOT melalui :

$X = \text{Total skor kekuatan (S)} - \text{Total Skor kelemahan (W)}$

$Y = \text{Total skor peluang (O)} - \text{Total skor ancaman (T)}$

$X = 1,752 - 1,327 = 0,425$

$Y = 1,65 - 1,6 = 0,05$



Gambar 4.5 Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan diagram diatas, dapat peneliti analisis bahwa diagram diatas menunjukkan strategi *fundraising* dalam penghimpunan dana ZISWAF di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara masuk pada kuadran I (Kuadran *Growth*), yang artinya dimana kondisi tersebut menggambarkan situasi yang menguntungkan bagi lembaga DDW Sumut serta memiliki peluang yang cukup besar sehingga bisa memanfaatkan peluang tersebut.

Dalam kondisi tersebut strategi yang dilakukan ialah dengan menggunakan kebijakan pertumbuhan yang agresif yang artinya, Dompot Dhuafa Waspada Sumatera dalam penerapan fintech adalah hal baru bagi sebagian masyarakat, dan ini menjadi tantangan sekaligus peluang agar dapat terus meningkatkan strategi *fundraising* dalam hal memenirikan informasi ter-*update* mengenai fintech dan mengajak serta mengedukasi masyarakat dengan promosi kreatif *offline* dan *online* yang bertujuan meningkatkan antusias masyarakat agar berdonasi maupun membayar ZISWAF dengan fintech ke dompet Dhuafa Waspada Sumatera Utara.

Tabel 7 Matriks SWOT

	Strenght (S)	Weakness (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayoritas penduduk Sumatera Utara adalah beragama Islam 2. Penghimpunan dana ZISWAF sudah menggunakan sistem fintech 3. Kemudahan, kecepatan layanan dan hemat biaya melakukan pembayaran ZISWAF dimana dan kapan saja. 4. Strategi <i>fundraising</i> dengan metode <i>offline</i> dan <i>online</i> 5. <i>Family Gathering</i> dan <i>Volunteer Gathering</i> untuk membangun komunikasi jangka panjang dan loyalitas donator 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penghimpunan dana ZISWAF dengan fintech terhimpun ke rekening Dompot Dhuafa Pusat 2. Kurangnya strategi <i>fundraising online</i> dalam pelaksanaan dan pemanfaatan fintech dalam menghimpun dana ZISWAF 3. Perusahaan dan masyarakat memberikan ZISWAF secara langsung kepada mustahik tanpa melalui Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara 4. Target penghimpunan yang tinggi 5. Kurang maksimal dalam <i>follow up</i> terhadap donator
EFAS		
Oppurtunies	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dompot Dhuafa Waspada Sumatera mempunyai impresi yang baik dan bekerjasama dengan perusahaan maupun perguruan tinggi di Sumatera Utara 2. Fintech hadir sebagai inovasi baru dibidang keuangan khususnya dalam penghimpunan ZISWAF yang bertujuan memudahkan pengelolaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan kerja sama dengan lebih banyak perusahaan, sekolah, perguruan tinggi maupun lembaga kesehatan di Sumatera Utara 2. Promosi kreatif yang melibatkan volunteer milenial bagaimana penggunaan fintech yang mudah dan <i>instant</i> dengan menarik di 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diharapkan Dompot Dhufa di setiap wilayah memiliki wadah pengelolaan dana ZISWAF tersendiri agar memaksimalkan peran lembaga di setiap wilayah 2. Memaksimalkan agenda <i>family gathering</i> dan volunteer <i>gathering</i> untuk pengembangan

<p>dana ZISWAF</p> <p>3. Strategi <i>fundraising offline</i> dan <i>oline</i>. menyebar <i>banner</i> dan spanduk di tempat umum yang berisi QRIS fintech memudahkan masyarakat agar menyalurkan dana ZISWAF ke lembaga dengan mudah serta memanfaatkan sosial media.</p>	<p>sosial media maupun <i>event-event</i> agar dapat menjangkau masyarakat luas.</p>	<p>program lembaga yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas volunteer</p>
<p>Threats</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan antar lembaga yang bergerak di pengelolaan ZISWAF 2. Kurangnya pemahaman tentang kemajuan teknologi keuangan (fintech) di tengah masyarakat 3. Fintech merupakan hal yang baru dalam transaksi ZISWAF di tengah masyarakat 4. Penghimpunan dana ZISWAF yang tidak stabil 5. Kurang mendapat respon dari masyarakat khususnya kaum millenial yang lebih melek teknologi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penguatan setiap divisi untuk menjalankan program kerja yang lebih intensif agar menumbuhkan motivasi kerja yang bagus terhadap masing-masing divisi lembaga 2. Memaksimalkan sosial media sebagai ajang edukasi dan promosi kreatif untuk menarik masyarakat menjadi bagian dalam penghimpunan dana ZISWAF 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan SDM lembaga dan sistem fintech yang diterapkan lembaga dalam menghimpun ZISWAF. 2. Membuat promosi kreatif dan menarik agar masyarakat khususnya <i>volunteer millenial</i> agar menumbuhkan rasa loyal kepada lembaga 3. <i>Fundraising</i> tidak hanya menghimpun dana akan tetapi juga mengedukasi dan mengajak masyarakat agar mau berdonasi, harapannya divisi <i>fundraising</i> mempunyai program khusus edukasi ke masyarakat tentang perkembangan teknologi dalam membayar ZISWAF

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diadakan di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara, bisa diperoleh kesimpulan bahwa Adapun Penerapan *financial technology* di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara dalam penghimpunan dana ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) menunjukkan hasil belum efektif antara target dengan jumlah dana ZISWAF yang terhimpun. Namun, berdasarkan analisis *before-after* dapat dilihat peningkatan yang signifikan dibanding sebelum diterapkannya fintech dalam menghimpun ZISWAF. Faktor penghambat penerapan fintech di Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara adalah minimnya literasi digital pada masyarakat kota Medan khususnya dalam perkembangan digitalisasi keuangan sehingga lebih banyak masyarakat yang membayar ZISWAF melalui transfer antar bank atau langsung datang ke lembaga dibanding menggunakan aplikasi fintech. Dalam strategi *fundraising*, lembaga tidak hanya menghimpun dana melainkan juga mengedukasi, mengajak, dan memotivasi masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan citra lembaga, kepercayaan, kepuasan, loyalitas, dan memperbanyak donatur. Pertama strategi *fundraising offline*, fokus strategi *fundraising offline* adalah

sosialisasi ke kampus atau perusahaan, kunjungan ke donatur, penyebaran *banner/spanduk* di tempat umum seperti kafe, restoran, dan ATM-ATM, mengirim surat ke rumah para donatur, mengadakan *family gathering*, *donatur gathering* dan *voluunter gathering* yang bertujuan untuk meningkatkan silaturahmi sesama pegawai lembaga dan mem-follow up donatur. Kedua, strategi *fundraising online*. Dalam hal ini Dompot Dhuafa Waspada Sumatera memaksimalkan kanal sosial media sebagai sarana untuk mengajak, mengedukasi dan mempromosikan sebagai program yang ada pada lembaga. Sosial media lembaga yang dimanfaatkan seperti *Facebook Ads*, *Google Ads*, *Instagram Ads*, *Youtube*, *website*, transfer bank/*M-Banking* tetapi juga memanfaatkan sosial media para pegawai lembaga seperti status *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Facebook*.

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, C. N., Soemitra, A., Nurbaiti, N., & Mardhiah, A. (2020). Determinant Perception Ease of Use, Effectiveness and Risk on The Interest of Transacting Using Financial Technology (Fintech) in Medan City Community. *Journal of Management and Business Innovations*, 2(1), 41–46.
- Afifah, N. (2011). *Strategi fundarising program pemberdayaan ekonomi (senyum mandiri) pada Rumah zakat*.
- Amin, K. Z. (2014). *ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA DALAM MENCAPAI TARGET PENERIMAAN DANA ZAKAT: STUDI PADA LAZ DOMPET DHUAFAB CABANG JATIM*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Arrazi, A. F. (2021). *Strategi penghimpunan zakat, infaq, dan shadaqah pada Lembaga Amil Zakat al-Hilal: Studi deskriptif pada Lembaga Amil Zakat al-Hilal Jln. Gegerkalong Hilir No. 155A, Kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Dompot Dhuafa Waspada. (2021). *Profil Dompot Dhuafa Waspada*. <https://ddwaspada.org/>
- Fahlefi, R. (2019). Inklusi keuangan syariah melalui inovasi fintech di sektor filantropi. *Proceeding IAIN Batusangkar*, 4(1), 205–212.
- Hafidhuddin, D. (1998). *Panduan praktis tentang zakat infak sedekah*. Gema Insani.
- Imsar, I. (2018). *Analisis strategi pengembangan usaha ucok durian Medan*.
- Nofiaturrahmah, F. (2016). Pengumpulan dan pendayagunaan zakat infak dan sedekah. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 2(2), 279–295.
- Nurul Faizah, E., Subhan, S., & Fielnanda, R. (2020). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGETAHUAN KONSUMEN, DAN EFEKTIVITAS TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN STS JAMBI)*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Rahayu, N. (2017). *Optimalisasi Pendayagunaan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahiq Melalui Program Usaha Ternak Kambing di Lazis Qaryah Thayyibah Purwokerto*. IAIN Purwokerto.
- Ridwan, T., H Ahmad Munajim, M. M., Ridwan, M., Sy, M. E., & Paturrohan, M. S. (2019). *Optimalisasi Fundraising (Penghimpunan) Dana Zakat Dalam Mencapai Target*.
- Setyani, A. E. (2018). *Efektivitas Strategi Fundraising Wakaf Berbasis Wakaf Online Di Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta*.
- Suryono, R. R. (2019). Financial technology (fintech) dalam perspektif aksiologi. *Masyarakat Telematika Dan Informasi Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(1), 52.