

Strategi Kolektif Dompot Dhuafa dengan E-Commerce dalam Upaya Penghimpunan Zakat secara Digital = A Collective Strategy of Digital Zakat Fundraising by Dompot Dhuafa through E-Commerce

Fany Aulia Fachmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523543&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan teknologi digital dalam penghimpunan zakat telah menjadi salah satu inovasi yang signifikan dalam dunia filantropi Islam. Dompot Dhuafa, sebagai salah satu lembaga zakat terkemuka di Indonesia, telah mengadopsi strategi kolektif dengan e-commerce dalam upaya penghimpunan zakat secara digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi kolektif Dompot Dhuafa dengan e-commerce dalam penghimpunan zakat secara digital serta mengevaluasi dampaknya terhadap pengumpulan zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan perwakilan Dompot Dhuafa dan analisis dokumen yang relevan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Dompot Dhuafa yang telah mengembangkan strategi kolektif dengan melibatkan mitra e-commerce dalam penghimpunan zakat secara digital, sejalan dengan teori tindakan kolektif Charles Tilly. Melalui strategi kolektif ini, Dompot Dhuafa dapat memanfaatkan jangkauan luas e-commerce untuk mencapai lebih banyak masyarakat yang potensial untuk membayar zakat. Selain itu, penggunaan teknologi digital memungkinkan proses pengumpulan zakat yang lebih efisien, transparan, dan akurat. Dampak strategi kolektif Dompot Dhuafa dengan e-commerce terlihat dalam peningkatan jumlah muzaki yang berpartisipasi dalam penghimpunan zakat secara digital. Mitra e-commerce menyediakan platform yang mudah digunakan, sehingga mempermudah masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat dengan cepat dan aman. Selain itu, strategi ini juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar zakat, melalui kampanye dan promosi yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa dan mitra e-commerce. Meskipun strategi kolektif Dompot Dhuafa dengan e-commerce memberikan banyak manfaat, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah meningkatkan literasi digital masyarakat agar dapat menggunakan platform e-commerce dengan baik. Dompot Dhuafa juga perlu terus meningkatkan kerjasama dengan mitra e-commerce dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk mencapai lebih banyak masyarakat yang belum terjangkau.

.....The use of digital technology in collecting zakat has become a significant innovation in the world of Islamic philanthropy. Dompot Dhuafa, as one of the leading zakat institutions in Indonesia, has adopted a collective strategy with e-commerce in an effort to digitally collect zakat. The aim of this research is to analyze the collective strategy of Dompot Dhuafa with e-commerce in digital zakat collection and evaluate its impact on zakat collection. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data was obtained through in-depth interviews with representatives of Dompot Dhuafa and analysis of relevant documents. The research findings show that Dompot Dhuafa has developed a collective strategy by involving e-commerce partners in digital zakat collection, in line with Charles Tilly's theory of collective action. Through this collective strategy, Dompot Dhuafa can leverage the wide reach of e-commerce to reach more potential individuals who can pay zakat. Additionally, the use of digital technology enables a more efficient, transparent, and accurate zakat collection process. The impact of Dompot Dhuafa's collective strategy with e-commerce is evident in the increased number of muzaki (zakat payers) participating in

digital zakat collection. E-commerce partners provide user-friendly platforms, making it easier for people to make zakat payments quickly and securely. Furthermore, this strategy also raises awareness among the public about the importance of paying zakat through campaigns and promotions conducted by Dompot Dhuafa and e-commerce partners. Despite the many benefits provided by Dompot Dhuafa's collective strategy with e-commerce, there are several challenges that need to be addressed. One of them is to enhance digital literacy among the public to enable them to effectively use e-commerce platforms. Dompot Dhuafa also needs to continuously improve cooperation with e-commerce partners and optimize marketing strategies to reach more underserved communities.