



## Analisis Peluang Serta Tantangan pada Digitalisasi Manajemen Terhadap Filantropi Dakwah di Era Modern

Malikha Cinta Meilany<sup>1</sup>, Mutaji<sup>2</sup>, Billgheza Alshakira Bunga<sup>3</sup>, Lulu Nurwidiawati<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

Email : [malikhacinta09@gmail.com](mailto:malikhacinta09@gmail.com)<sup>1</sup>, [mutaji97@gmail.com](mailto:mutaji97@gmail.com)<sup>2</sup>, [231330027.billgheza@uinbanten.ac.id](mailto:231330027.billgheza@uinbanten.ac.id)<sup>3</sup>, [231330029.lulu@uinbanten.ac.id](mailto:231330029.lulu@uinbanten.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstract** The digitalization of philanthropic da'wah management has brought about a fundamental change in the way da'wah institutions manage philanthropic activities. By using a digital platform, these philanthropic da'wah institutions can reach a wider audience, increase transparency, and strengthen relationships with donors and the general public. However, this digitalization also brings challenges such as intense competition, demands for high professionalism and accountability, and data security risks. The opportunities for digitalization of philanthropic da'wah management include increasing reach and accessibility, operational efficiency, transparency and accountability, innovation in da'wah programs, and improving relationships with donors. Meanwhile, the challenges faced include intense competition, demands for high professionalism and accountability, and data security risks. Therefore, philanthropic da'wah institutions need to have adaptive and innovative strategies to increase the effectiveness and efficiency of philanthropic da'wah activities in the modern era.

**Keywords:** Digitalization, Opportunities, Challenges

**Abstrak** Digitalisasi manajemen filantropi dakwah ini telah membawa suatu perubahan fundamental dalam cara lembaga dakwah dengan cara mengelola kegiatan filantropi. Dengan menggunakan *platform digital*, lembaga filantropi dakwah ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan transparansi, dan memperkuat hubungan dengan donatur dan masyarakat umum. Namun, digitalisasi ini juga telah membawa suatu tantangan seperti persaingan yang ketat, tuntutan profesionalisme dan akuntabilitas yang tinggi, serta risiko keamanan data. Peluang digitalisasi terhadap manajemen filantropi dakwah ini meliputi suatu peningkatan jangkauan dan aksesibilitas, efisiensi operasional, transparansi dan akuntabilitas, inovasi program dakwah, dan peningkatan relasi dengan donatur. Sementara itu, tantangan yang dihadapi meliputi persaingan yang ketat, tuntutan profesionalisme dan akuntabilitas yang tinggi, serta risiko keamanan data. Dengan demikian, lembaga filantropi dakwah perlu memiliki strategi yang adaptif dan inovatif untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan filantropi dakwah di era modern.

**Kata Kunci :** Digitalisasi, Peluang, Tantangan

### 1. PENDAHULUAN

Di era modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi, yang dimana modernisasi itu sendiri ialah salah satu usaha untuk hidup sesuai zaman dan konstelasi dunia, terutama dengan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi (Koentjaraningrat, 2005). Transformasi digital ini telah membawa suatu perubahan yang fundamental dalam cara lembaga dakwah yang bertujuan untuk mengelola kegiatan filantropi. Filantropi ini ialah suatu hal yang di lakukan mulai dari pengumpulan dana hingga pendistribusiannya (Payton, R. L., & Moody, M. P., 2008).

Dengan adanya digitalisasi manajemen ini telah menawarkan berbagai peluang strategis yang bertujuan untuk memperluas jangkauan dakwah, dan juga guna meningkatkan transparansi serta memperkuat hubungan dengan donatur dan masyarakat umum. Dengan

melalui penggunaan *platform digital*, filantropi dakwah kini dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, serta mengadopsi metode yang lebih efisien dan akuntabel dalam pelaksanaan program sosial keagamaannya. Namun, seiring dengan berbagai peluang yang terbuka, digitalisasi ini membawa sebuah tantangan yang tidak dapat diabaikan.

Adanya persaingan antar lembaga filantropi ini menjadi semakin ketat, tuntutan terhadap profesionalisme serta akuntabilitas yang semakin tinggi, serta menimbulkan sebuah risiko keamanan data menjadi ancaman yang serius. Selain itu, tidak semua lembaga dakwah siap beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi ini, baik dari segi SDM, infrastruktur, maupun budaya organisasi. Fenomena ini menuntut adanya strategi yang adaptif dan juga inovatif agar dakwah dan aktivitas filantropi ini tetap relevan dan berdaya saing di tengah perubahan yang dinamis.

Peluang merupakan suatu situasi yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan yang bisa dimanfaatkan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Pearce & Robinson , 2008). Peluang Digitalisasi Manajemen dalam Filantropi Dakwah, ini ialah sebagai berikut :

- Peningkatan jangkauan dan aksesibilitas  
Dengan melalui *platform digital*, lembaga filantropi pada dakwah ini dapat menjangkau lebih banyak donatur tanpa batas geografis. Ini berarti mendapatkan kemudahan terhadap akses bagi masyarakat yang ingin ikut serta berdonasi kapan saja dan di mana saja.
- Efisiensi operasional  
Otomatisasi proses administrasi ini ialah berupa (pengumpulan dana, pelaporan, pendistribusian) sehingga lebih cepat dan akurat. Dengan pengurangan biaya operasional dengan melalui penggunaan teknologi yang lebih efektif.
- Transparansi dan akuntabilitas  
Dengan adanya sistem digital ini lebih memungkinkan pelaporan keuangan secara *real-time*, sehingga meningkatkan kepercayaan donatur. Dengan adanya monitoring program yang lebih mudah dengan cara penggunaan *dashboard* atau aplikasi khusus.
- Inovasi program dakwah  
Inovasi yang di berikan ini ialah dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi yang berbasis teknologi untuk menyebarkan konten dakwah secara kreatif.
- Peningkatan relasi dengan donator  
Seorang *Customer Relationship Management* (CRM) digital ini telah membantu guna menjaga komunikasi dengan donatur secara lebih personal dan berkelanjutan.

Bukan hanya sebuah peluang saja yang di terima oleh digitalisasi manajemen dalam filantropi dakwah, akan tetapi adanya juga sebuah tantangan. Tantangan ialah suatu keadaan yang dihadapi untuk menggugah kemampuan dalam melaksanakan tugas dan fungsi untuk mencapai tujuan, (Supinah. , 2022) seperti :

- Keamanan dan privasi  
Dengan adanya risiko kebocoran data donatur dan transaksi akibat serangan siber. Ini perlunya melakukan penerapan sistem keamanan yang kuat (enkripsi, autentikasi ganda).
- Kesiapan infrastruktur  
Tidak semua lembaga dakwah ini memiliki infrastruktur teknologi yang memadai. Adanya suatu keterbatasan pada SDM yang paham teknologi digital.
- Adaptasi budaya organisasi  
Adanya perubahan budaya kerja dari konvensional ke digital ini sering kali memerlukan waktu dan resistensi internal. Maka sangat perlu sekali melakukan pelatihan dan pengembangan kompetensi bagi pengelola.
- Persaingan yang semakin ketat  
Dengan munculnya banyak platform filantropi digital yang menawarkan layanan serupa. Menuntut inovasi yang berkelanjutan agar tetap relevan di tengah kompetisi.
- Ketergantungan pada Teknologi  
Dengan adanya potensi masalah jika terjadi gangguan teknis seperti *downtime* sistem atau kegagalan teknologi.

Namun, di balik berbagai peluang tersebut, terdapat tantangan serius yang tidak dapat diabaikan. Studi yang dilakukan dalam *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* ini telah menyebutkan bahwa sebagian besar pengurus lembaga dakwah kecil masih sangat mengalami kesulitan dalam adaptasi teknologi karena minimnya literasi digital dan juga adanya keterbatasan pada sumber daya. Kondisi ini dapat mengakibatkan suatu ketimpangan dalam akses informasi keislaman serta terhadap pelayanan sosial berbasis digital, khususnya di daerah pedesaan dan pinggiran kota (Putra & Hidayat, 2022). Tantangan lainnya ialah adanya sebuah masalah keamanan data dan privasi. Dalam studi yang dilakukan oleh (Anggita), menyarakan bahwa terungkap sebesar 73% lembaga zakat belum memiliki sistem perlindungan data pribadi yang memadai, yang berisiko terhadap kebocoran informasi donatur maupun mustahil.

Ini dapat menunjukkan perlunya tata kelola digital yang tidak hanya efisien, tetapi juga beretika dan sesuai dengan perundangan. Selain itu, aspek konten dakwah digital juga menghadapi sebuah tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak terverifikasi.

Banyaknya Ustadz dadakan yang ada di media sosial yang tidak memiliki kredensial keilmuan menyebabkan berkembangnya pemahaman keislaman yang bias atau bahkan menyimpang. Hal ini diperkuat oleh temuan (Nuryana Ida, Dkk, 2018), menyebutkan bahwa hanya 42% konten dakwah digital yang ada di *platform* lebih populer yang bisa diverifikasi validitas keilmuannya secara akademik (Surizkika, 2022)

Di sisi lain, jika dimanfaatkan dengan benar, digitalisasi ini telah memberikan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan filantropi Islam. Penggunaan *e-wallet*, *QRIS*, dan sistem pelaporan *real-time* dapat memungkinkan transaksi lebih cepat dan transparan. Selain itu, pengelolaan berbasis data (*data-based management*) ini dapat memungkinkan lembaga zakat untuk memetakan kebutuhan mustahik secara lebih akurat dan terarah. Sistem ini juga lebih memungkinkan penyusunan program yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

Aplikasi BAZNAS ini menjadi salah representasi dari transformasi sistem pengelolaan zakat yang konvensional menuju pendekatan digital yang lebih modern, transparan, dan efisien. Dengan menggunakan aplikasi ini, pengguna tidak hanya dapat menyalurkan zakat tanpa harus datang langsung ke kantor lembaga, akan tetapi juga dapat merasakan kemudahan pelacakan transaksi dan jaminan akuntabilitas berkat fitur pelaporan yang tersedia secara *real-time*.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif studi pustaka (*library research*). Pengumpulan data dalam kajian ini dengan menghimpun sumber dari beberapa jurnal dan melakukan riset data terdahulu. Adapun metode studi Pustaka atau *library research* yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut (Andhini, 2022).

## **3. PEMBAHASAN**

### **Pengertian Digitalisasi**

Digitalisasi ialah merupakan sebagai pemanfaatan dari teknologi digital untuk mengubah suatu model bisnis dan operasi, memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan peluang baru (Gartner, 2014). Digitalisasi lebih merujuk pada suatu proses perubahan berbagai bentuk media tradisional seperti media cetak, video, dan audio menjadi suatu format digital. Tujuan utama dari proses ini ialah untuk dapat menyimpan dan mengelola dokumen atau informasi dalam bentuk digital yang lebih efisien dan mudah diakses.

Seiring dengan kemajuan teknologi, cara manusia dalam berkomunikasi dan mengakses suatu informasi ini sedang mengalami perkembangan pesat. Salah satu faktor utama yang mendorong perubahan ini ialah adanya suatu internet, yang dapat memungkinkan variasi konten dan aksesibilitas yang lebih luas. Akibatnya, media digital ini telah berkembang sebagai jenis media baru yang dapat diakses dengan melalui perangkat yang berbasis internet. Digitalisasi ini memiliki tujuan guna mempermudah berbagai aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari. Efektivitas digitalisasi tercermin dari kemampuannya dalam menyederhanakan pekerjaan, menghemat waktu, serta mengurangi usaha dalam mencapai tujuan tertentu.

Contohnya dapat dilihat pada transaksi jual beli digital yang kini bisa dilakukan dengan cepat antara penjual dan pembeli, bahkan lintas negara. Teknologi ini juga melahirkan berbagai platform bisnis seperti *marketplace*, *e-commerce*, dan toko daring, yang secara signifikan mengubah cara masyarakat berbelanja dan berjualan.

### **Peluang dalam manajemen filantropi dakwah**

Digitalisasi ini telah memberikan peluang transformasi signifikan bagi lembaga dakwah dan filantropi Islam, baik dari sisi efektivitas operasional maupun perluasan dampak dakwah kepada masyarakat luas. Beberapa peluang utama yang dapat dioptimalkan ialah :

- **Transparansi dan akuntabilitas**

Penerapan sistem digital dalam manajemen Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) ini dapat berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan transparansi dan akuntabilitas. Dengan elalui platform digital, masyarakat telah dapat mengakses laporan keuangan, alur penyaluran dana, hingga dokumentasi kegiatan yang dilakukan oleh lembaga dakwah secara terbuka dan *real-time*. Sistem pelaporan digital memungkinkan donatur memantau sejauh mana mereka ikut berkontribusi, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan publik terhadap lembaga. Selain itu, audit internal dan eksternal juga dapat dilakukan lebih efisien dengan adanya sistem pelaporan

- **Efisiensi proses donasi**

Teknologi digital ini telah mempermudah masyarakat dalam menyalurkan donasi. Penggunaan dompet digital seperti QRis dan lain sebagainya, dan berbagai metode pembayaran digital lainnya yang bertujuan untuk mempercepat proses transaksi tanpa memerlukan pertemuan fisik atau proses administrasi manual yang berjangka panjang. Proses ini tidak hanya mempersingkat waktu saja, akan tetapi juga mengurangi risiko kesalahan manusia, meningkatkan keamanan, dan mendukung dokumentasi otomatis yang

berguna untuk pelaporan dan perencanaan program. Hal ini telah menjadikan donasi lebih inklusif dan dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang terbiasa dengan teknologi (Aziz, A, 2022)

- **Peningkatan Jangkauan Dakwah**

Digitalisasi juga telah memberikan peluang yang sangat besar bagi perluasan jangkauan dakwah Islam. Dengan memanfaatkan media sosial, *platform video streaming* (seperti YouTube), podcast dakwah, hingga aplikasi mobile, lembaga dakwah ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas, lintas daerah, bahkan lintas negara. Konten dakwah kini bisa disampaikan dalam berbagai format, seperti video pendek, infografis, artikel, hingga ceramah interaktif secara daring. Hal ini telah memungkinkan pesan dakwah yang menyentuh masyarakat urban maupun rural, serta generasi *digital native* yang cenderung lebih tertarik pada media visual dan interaktif (Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P., 2021)

- **Data-Based Management (Manajemen Berbasis Data)**

Penerapan pada digitalisasi ini memungkinkan lembaga filantropi dakwah ini bertujuan untuk mengelola data mustahik dan muzakki yang dilakukan secara lebih sistematis dan efisien. Dengan melalui analisis data, lembaga ini dapat melakukan pemetaan kebutuhan berdasarkan wilayah, jenis bantuan yang dibutuhkan, kondisi sosial-ekonomi, dan efektivitas program sebelumnya. Hal ini berdampak pada perencanaan dan implementasi program yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan. Dengan data yang valid dan terpusat, lembaga dakwah dapat mengambil keputusan strategis yang berdasar pada informasi faktual, bukan asumsi semata (Susanto, 2022)

### **Tantangan dalam manajemen filantropi dakwah**

Meskipun telah menghadirkan berbagai macam peluang, digitalisasi dalam manajemen filantropi dakwah juga tidak lepas dari sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan implementasi yang optimal dan inklusif. Tantangan-tantangan tersebut antara lain, ialah :

- **Keterbatasan literasi digital**

Salah satu hambatan utama dalam implementasi digitalisasi ini ialah rendahnya literasi digital yang berada di kalangan pengelola lembaga dakwah maupun masyarakat penerima manfaat. Tidak semua individu memiliki kemampuan atau pemahaman tentang penggunaan teknologi informasi, sistem donasi online, dan pengelolaan konten digital. Hal ini telah menyebabkan sebagian lembaga masih bertahan pada metode konvensional dan belum memanfaatkan teknologi secara maksimal. Untuk mengatasi hal ini, dibutuhkan pelatihan

dan pendampingan intensif yang terstruktur untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam menghadapi era digital (Yusuf R, 2023)

- Kesenjangan teknologi

Akses terhadap teknologi digital ini tidak merata di seluruh wilayah, terutama yang berada di daerah pedesaan, terpencil, atau tertinggal. Infrastruktur internet yang belum memadai, mahalnya perangkat teknologi, dan juga keterbatasan jaringan listrik menjadi kendala nyata dalam pelaksanaan digitalisasi dakwah dan filantropi. Kondisi ini menyebabkan ketimpangan dalam penyebaran informasi dan pelayanan digital, sehingga sebagian kelompok masyarakat tertinggal dalam mengakses layanan keagamaan maupun bantuan sosial (Yusuf R, 2023)

- Keamanan data dan privasi

Digitalisasi ini telah membawa kepada suatu tantangan yang sangat serius dalam hal perlindungan data pribadi, baik data donatur maupun data mustahik. Sistem digital yang tidak dilengkapi dengan pengamanan yang kuat ini dapat berisiko mengalami kebocoran data, peretasan, atau penyalahgunaan informasi. Isu ini telah menjadi sangat krusial karena dapat merusak reputasi lembaga dan mengurangi kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, penting sekali bagi lembaga dakwah untuk membangun sistem keamanan siber yang mumpuni dan mengikuti regulasi perlindungan data pribadi yang berlaku (Van Dijk, 2013)

- Konten dakwah yang tidak terverifikasi

Kemudahan publikasi yang ada di media digital juga menimbulkan tantangan baru, yaitu penyebaran konten dakwah yang tidak diverifikasi atau bahkan menyesatkan. Banyak konten dakwah yang tidak melalui proses kurasi keilmuan yang valid, sehingga berpotensi menyebarkan informasi yang tidak sesuai dengan prinsip ajaran Islam atau memicu perpecahan. Dalam konteks ini, perlu adanya peran aktif dari lembaga dakwah dan otoritas keagamaan untuk mengembangkan sistem verifikasi, kurasi konten, serta pembinaan dai digital yang kredibel dan kompeten (Kaplan, A.M., & Haenlein M., 2010)

### **Solusi dalam manajemen filantropi dakwah**

Untuk mengatasi berbagai tantangan dan sekaligus guna memanfaatkan suatu peluang dari transformasi digital yang ada di dalam pengelolaan filantropi dakwah, ini diperlukan suatu pendekatan solutif yang komprehensif dan sistematis. Solusi yang ditawarkan harus mencakup aspek peningkatan sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, tata kelola informasi, serta kemitraan antar pemangku kepentingan.

### **Penguatan literasi digital bagi pengelola lembaga**

Kemampuan digital bagi para pengelola lembaga dakwah ini menjadi suatu hal yang krusial dalam era teknologi informasi. Oleh karena itu, pentingnya guna dilakukan pelatihan secara berkala untuk meningkatkan kemampuan teknis dalam mengelola platform digital, sistem manajemen data, serta penggunaan media sosial dan perangkat lunak lainnya. Kegiatan ini bisa dilaksanakan melalui kemitraan dengan perguruan tinggi, instansi pelatihan keagamaan, maupun lembaga teknologi digital, agar SDM lembaga dakwah mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan zaman (Nuryana Ida, Dkk, 2018)

### **Pengembangan infrastruktur bagi teknologi**

Salah satu pendekatan yang dapat menjembatani pada kesenjangan teknologi ini ialah dengan membangun infrastruktur digital yang berbasis komunitas. Hal ini dapat mencakup penyediaan akses internet publik, perangkat digital kolektif, dan pusat literasi digital yang dapat diakses masyarakat. Pusat-pusat ini bisa ditempatkan di masjid, pesantren, atau lembaga keagamaan lainnya agar mendukung kegiatan dakwah dan filantropi secara lebih efektif di wilayah yang sebelumnya belum terjangkau layanan digital (Aziz, A, 2022)

### **Peningkatan system keamanan bagi Lembaga dakwah**

Sangat penting sekali bagi lembaga filantropi untuk menerapkan sistem keamanan informasi yang sangat ketat guna menjaga kerahasiaan data para donatur dan juga penerima manfaat. Sistem pengamanan ini dapat meliputi penerapan autentikasi ganda, enkripsi data, serta kebijakan perlindungan privasi yang sesuai dengan regulasi nasional. Selain itu, dalam pengelola lembaga juga perlu dibekali dengan pemahaman tentang etika digital, khususnya dalam pengelolaan data dan penyebaran informasi keagamaan

### **Validasi dan sertifikasi konten serta dai digital**

Untuk dapat mencegah penyebaran konten dakwah yang menyesatkan, dibutuhkan suatu mekanisme validasi materi dakwah serta sertifikasi dai digital. Hal ini telah mencakup keterlibatan tim kurator keilmuan untuk memeriksa kesahihan isi dakwah yang akan dipublikasikan di media sosial. Selain itu, pengembangan pelatihan dan sertifikasi bagi dai digital juga menjadi solusi agar dai memiliki kemampuan dalam menyampaikan dakwah secara akurat dan sesuai syariat melalui media digital (Susanto, Pengenalan Sistem Pendukung Keputusan, 2020)

### **Integrasi terhadap platform dakwah dan filantropi**

Penggabungan antara layanan dakwah dan juga suatu aktivitas filantropi dalam satu aplikasi atau *platform digital* ini akan meningkatkan suatu kenyamanan pengguna. Masyarakat ini dapat mengakses suatu materi keislaman sekaligus dapat menyalurkan donasi dalam satu



sistem terpadu. Konsep ini telah diterapkan oleh sejumlah lembaga yang menyediakan fitur streaming dakwah, donasi langsung, hingga pelaporan digital secara real-time, yang semuanya dapat diakses melalui aplikasi seluler (BAZNAS. , 2020).

#### **4. KESIMPULAN**

Manajemen filantropis dakwah ini ialah salah satu proses dari pengelolaan kegiatan filantropi yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan agama masyarakat, serta membantu masyarakat yang membutuhkan. Dalam konteks dakwah, manajemen filantropis dakwah ini dapat diartikan sebagai suatu proses pengelolaan kegiatan filantropi yang berorientasi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat dan pengembangan masyarakat yang lebih baik. Manajemen filantropis dakwah ini dapat melibatkan beberapa aspek penting, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan juga evaluasi kegiatan filantropi. Perencanaan kegiatan filantropi dakwah ini harus dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan prioritas masyarakat, serta tujuan dakwah yang ingin dicapai.

Dalam praktiknya, manajemen filantropis dakwah ini dapat dilakukan dengan melalui berbagai cara, seperti pengumpulan dan penyaluran donasi, penyelenggaraan kegiatan sosial dan keagamaan, serta pengembangan program-program yang berkelanjutan. Manajemen filantropis dakwah juga dapat melibatkan kerja sama dengan berbagai pihak, seperti lembaga keagamaan, organisasi sosial, dan pemerintah. Dengan demikian, manajemen filantropis dakwah ini dapat menjadi salah satu wadah yang efektif untuk dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan agama masyarakat, serta membantu masyarakat yang membutuhkan. Oleh karena itu, manajemen filantropis dakwah perlu dilakukan dengan serius dan profesional, sehingga tujuan dakwah dapat tercapai dengan baik

Manajemen filantropis dakwah memainkan peran krusial dalam Upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat nilai-nilai social dalam konteks keagamaan. Meskipun terdapat berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman tentang manajemen, minimnya dukungan struktural, masalah ekonomi, dan pemahaman yang terlalu sederhana.

Zakat, infak dan sedekah ini ialah salah satu instrument dari keadilan distribusi dalam ekonomi Islam. Jika dikelola dengan baik dan professional, fotensi dana zakat yang besar ini akan berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia, khususnya dalam upaya pengentasan kemiskinan di Indonesia. Distribusi zakat yang baik akan bertujuan guna meningkatkan daya beli masyarakat dan dapat menyebabkan pemerataan pendapatan, sehingga

mampu meminimalisir kesenjangan yang terjadi di masyarakat. Zakat dan sedekah ini terlibat dalam pengentasan kemiskinan melalui distribusi pendapatan dan mentransfer kekayaan.

Zakat juga telah digunakan untuk investasi dengan jangka panjang untuk meningkatkan aspek non pendapatan dari orang miskin seperti kesehatan, pendidikan, sumber daya fisik, dan pekerjaan. Indonesia secara karakteristik regional diuntungkan dengan sifat kedermawanan yang dimiliki oleh mayoritas individu masyarakat, dan mayoritas muslim yang mendukung motif agama sebagai dasar spiritual. Adanya suatu tantangan yang dihadapi dalam digitalisasi manajemen filantropi dakwah di era modern antara lain, ialah :

- Keamanan data, dengan mengelola data donor secara digital memerlukan sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data dari akses tidak sah dan penyalahgunaan.
- Investasi teknologi dan sdm, yang dimana digitalisasi manajemen filantropi dakwah ini harus memerlukan investasi pada teknologi dan sumber daya manusia yang memadai untuk mengelola *platform digital* dan teknologi yang digunakan.
- Keterampilan dan pengetahuan, dengan adanya lembaga filantropi dakwah ini perlu memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai tentang teknologi digital dan juga *platform digital* untuk memanfaatkan peluang digitalisasi.
- Ketergantungan pada teknologi, dengan adanya digitalisasi manajemen filantropi dakwah ini dapat membuat lembaga filantropi dakwah tergantung pada suatu teknologi, sehingga perlu memiliki rencana cadangan untuk menghadapi gangguan teknologi.
- Adanya suatu persaingan dan fragmentasi, dengan begitu digitalisasi manajemen filantropi dakwah ini dapat meningkatkan persaingan antara lembaga filantropi dakwah, sehingga perlu sekali memiliki berbagai strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan kepercayaan donor.

Dengan demikian, adanya peran dari suatu lembaga filantropi dakwah ini sangat penting sekali, karena memiliki tujuan guna mempertimbangkan berbagai suatu tantangan dalam mengimplementasikan suatu digitalisasi manajemen filantropi dakwah yang ada di era modern.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anghini, A. N. (2022). Metode penelitian. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2(5), 3515–3519.
- Anggita, D. (n.d.). Pengaruh umur perusahaan terhadap [judul tidak lengkap]. [Naskah tidak lengkap, butuh nama jurnal/penerbit dan informasi lainnya].
- Aziz, A. (2022). *Manajemen produk*. [Penerbit tidak dicantumkan].
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2020). *Indeks Zakat Nasional*. BAZNAS.

- Gartner. (2014). [Judul tidak jelas, sebaiknya dikonfirmasi kembali. Misal: "Tabloid Pulsa dan berita teknologi" bukan format referensi yang tepat].
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Koentjaraningrat. (2005). *Pengantar antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2021). Pengantar metode penelitian. *Ensains*, 4(2), 148–160. [Perlu disesuaikan dengan volume dan nomor sebenarnya jika ada].
- Nuryana, I., dkk. (2018). Pengaruh soft skill dan hard skill terhadap kinerja siswa. *E-Journal Universitas Kanjuruhan Malang*.
- Payton, R. L., & Moody, M. P. (2008). *Understanding philanthropy: Its meaning and mission*. Indiana University Press.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2008). *Manajemen strategis: Formulasi, implementasi, dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, A., & Hidayat, A. (2022). Kontribusi warga digital di media sosial dalam penerapan kewarganegaraan. [Perlu nama jurnal atau penerbit].
- Supinah. (2022). Ketahanan emosional kemampuan [judul tidak lengkap]. Praya: P41. [Judul dan penerbit tidak jelas].
- Surizkika. (2022). Pemikiran dakwah Abdul Karim Zaidan. [Perlu nama jurnal/penerbit].
- Susanto, F. (2020). *Pengenalan sistem pendukung keputusan*. Jakarta: Deepublish.
- Susanto, F. (2022). *Pengenalan sistem pendukung keputusan*. Jakarta: Deepublish.
- Van Dijk, J. (2013). *The network society*. SAGE Publications.
- Yusuf, R. (2023). Perlindungan data dalam sistem zakat digital. *Jurnal Teknologi*, 15(2), 78–92.