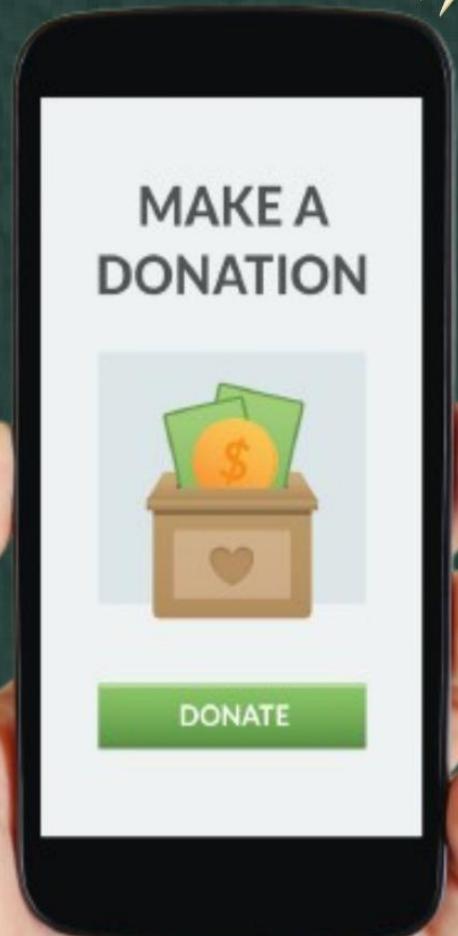


Dr. Aris Puji Purwatiningsih, S.E.I., M.S.I.



TRANSFORMASI FILANTROPI DIGITAL:

**PERAN STRATEGIS MAJELIS
TAKLIM DALAM EKOSISTEM
CROWDFUNDING DI ERA 5.0**



TRANSFORMASI FILANTROPI DIGITAL: PERAN STRATEGIS MAJELIS TAKLIM DALAM EKOSISTEM CROWDFUNDING DI ERA 5.0

Dr. Aris Puji Purwatiningsih, S.E.I., M.S.I.



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

TRANSFORMASI FILANTROPI DIGITAL: PERAN STRATEGIS MAJELIS TAKLIM DALAM EKOSISTEM CROWDFUNDING DI ERA 5.0

Penulis:
Dr. Aris Puji Purwatiningsih, S.E.I., M.S.I.

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Tahta Media

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
V , 74, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-262-088-5

Cetakan Pertama:
Desember 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan monograf berjudul “Transformasi Filantropi Digital: Peran Strategis Majelis Taklim dalam Ekosistem Crowdfunding di Era 5.0”. Karya ini lahir dari keprihatinan sekaligus optimisme terhadap perubahan besar dalam pola berderma dan solidaritas sosial di era digital, di mana nilai-nilai keagamaan kini beririsan dengan teknologi finansial dan inovasi sosial. Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan pada cara masyarakat berinteraksi, berdonasi, dan membangun kepedulian. Majelis taklim, sebagai institusi keagamaan yang berakar kuat di tengah umat, menghadapi tantangan baru untuk tetap relevan dan berdaya di tengah arus disrupsi teknologi. Melalui pendekatan teoritis konseptual, monograf ini berupaya memetakan posisi strategis Majelis taklim dalam mengelola, mengedukasi, dan menginspirasi partisipasi masyarakat melalui platform crowdfunding digital yang transparan, inklusif, dan berkeadilan.

Penulis berharap monograf ini dapat memperkaya khazanah keilmuan tentang filantropi digital berbasis nilai keislaman serta memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan literasi digital di kalangan lembaga keagamaan. Di sisi lain, karya ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi akademisi, mahasiswa, pengambil kebijakan, serta penggerak sosial dalam merancang model kolaborasi antara iman, inovasi, dan teknologi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung penyusunan karya ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra masyarakat, khususnya UPZ Rojaul Khoir, Kemendikti Saintek, Universitas Dian Nuswantoro, dan semua pihak yang telah membantu, semoga mendapatkan balasan lebih baik dari Allah SWT.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, segala saran dan kritik konstruktif sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga Allah SWT senantiasa meridai setiap upaya kecil yang kita lakukan dalam memperkuat semangat berbagi dan kebermanfaatan di era digital.

Semarang, November 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB 2 PERUBAHAN POLA DONASI DI ERA DIGITAL	6
A. Digitalisasi Perilaku Sosial	6
B. Evolusi Konsep Donasi: Dari Tradisional ke Digital	9
C. Perubahan Nilai dan Motivasi Donatur di Era Digital	23
BAB 3 URGENSI PERAN MAJELIS TAKLIM.....	29
A. Majelis Taklim sebagai Basis Sosial dan Spiritual Umat	29
B. Majelis Taklim dalam Konteks Transformasi Filantropi Digital...	30
C. Pemberdayaan Majelis Taklim sebagai Agen Literasi Ziswaf Digital	35
D. Majelis Taklim sebagai Penggerak Keberlanjutan Sosial dan Ekonomi Umat.....	37
E. Penggunaan Website dan Pembayaran Digital Pada Mushola Rojaul Khoir	39
F. Pergeseran Nilai dalam Donasi: Dari Religius ke Digital Humanism.....	43
G. Sinergi Quadruple Helix: Akademisi, Pemerintah, Industri, dan Komunitas dalam Ekosistem Filantropi Digital.....	46
H. Dimensi Motivasi Donatur di Era Digital	50
I. Peran Teknologi dan Media Sosial dalam Pembentukan Motivasi .	52
K. Contoh Empiris dari Lapangan	56
L. Kesimpulan Model.....	57
M. Penutup: Arah Pengembangan dan Agenda Riset Masa Depan	63
DAFTAR PUSTAKA	67

BAB I

PENDAHULUAN

Transformasi filantropi digital di era 5.0 telah menghadirkan banyak perubahan dalam cara lembaga-lembaga sosial dan agama, termasuk majelis taklim, melakukan penggalangan dana dan aktivitas filantropi secara efektif. Salah satu elemen kunci dalam transformasi ini adalah penggunaan teknologi seperti *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang memfasilitasi kemudahan dalam donasi secara digital. Penelitian oleh Kahfi et al. menjelaskan bahwa QRIS tidak hanya memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam dakwah Islam, tetapi juga meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam pengelolaan dana (kahfi et al., 2025).

Dengan memanfaatkan sistem pembayaran digital, filantropi dapat beradaptasi dengan cepat terhadap kebutuhan generasi milenial yang lebih cenderung menggunakan teknologi untuk melakukan transaksi. Dalam konteks crowdfunding, majelis taklim juga berperan strategis sebagai platform untuk menggalang dana untuk berbagai kegiatan sosial dan kemanusiaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa crowdfunding telah menjadi alternatif populer untuk pendanaan proyek sosial dan bisnis. Misalnya, Astuti et al. (2024) menyebutkan bahwa penggalangan dana dalam konteks filantropi mirip dengan praktik sejarah yang telah ada, di mana individu atau kelompok berkontribusi untuk mendanai inisiatif yang mereka percayai. Penelitian ini mencakup bagaimana crowdfunding berfungsi sebagai metode penggalangan dana yang melibatkan masyarakat di Indonesia.

Selain itu, penelitian lain menyatakan pentingnya kerjasama dan partisipasi masyarakat dalam crowdfunding untuk meningkatkan visibilitas dan dukungan untuk proyek-proyek yang berorientasi sosial, yang dapat sejalan dengan kegiatan majelis taklim yang sering kali berfokus pada masalah umat. Majelis taklim juga dapat berfungsi sebagai penghubung

antara pendonor dan penerima manfaat, yang memperkuat rasa komunitas dan kepercayaan dalam ekosistem crowdfunding. Dalam konteks ini, Islamy menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam penggalangan dana yang berbasis komunitas, di mana crowdfunding bisa menjadi saluran untuk memfasilitasi donasi bagi berbagai inisiatif berbasis agama dan sosial (Islamy, 2023).

Majelis taklim memiliki keunggulan dalam membangun jaringan dan kepercayaan di antara anggotanya, sehingga dapat merancang strategi crowdfunding yang lebih efisien dan efektif. Namun, untuk memaksimalkan peran majelis taklim dalam ekosistem crowdfunding, perlu adanya penyebaran pemahaman mengenai moderasi beragama. Islamy menyoroti bahwa radikalisme dalam masyarakat menyebabkan lembaga pendidikan dan sosial, termasuk majelis taklim, harus lebih aktif dalam menyebarkan nilai-nilai moderasi (Islamy, 2023).

Dengan mengintegrasikan pendidikan ini dengan model-model crowdfunding yang sudah ada, majelis taklim dapat mempromosikan inisiatif yang tidak hanya menggalang dana tetapi juga membangun kesadaran dan kepedulian sosial di kalangan anggotanya. Transformasi filantropi digital di era 5.0 telah memunculkan berbagai dampak signifikan terhadap strategi penggalangan dana dan keterlibatan komunitas, khususnya yang berkaitan dengan majelis taklim. Transformasi ini tidak hanya merubah metode penggalangan dana, tetapi juga memperkuat peran majelis taklim sebagai pusat aktivitas sosial dan keagamaan di masyarakat.

Salah satu dampak utama dari transformasi ini adalah peningkatan keterlibatan komunitas dalam inisiatif filantropi. Penggunaan platform crowdfunding yang inovatif memungkinkan majelis taklim untuk menggalang dana dari individu secara lebih luas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa motivasi individu untuk memberi dalam konteks crowdfunding didorong oleh keinginan untuk memberikan dampak sosial yang nyata dan nilai yang dirasakan dari sumbangan (Steigenberger, 2017). Dengan demikian, majelis taklim dapat merangkul generasi muda yang lebih cenderung terlibat dalam kegiatan-kegiatan berbasis digital.

Selain itu, penggunaan teknologi digital, seperti *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*, mempermudah transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana. Hal ini memberikan implikasi pada pentingnya pengelolaan dana yang transparan dalam meningkatkan kepercayaan

masyarakat terhadap lembaga filantropi, meskipun referensi spesifik tidak disediakan untuk klaim ini. Transparansi dalam penggunaan dana menjadi kunci untuk menarik lebih banyak donor, terutama di kalangan generasi milenial yang lebih skeptis terhadap praktik penggalangan dana tradisional.

Peran majelis taklim juga berkembang menjadi penghubung antara donator dan penerima manfaat. Dengan meningkatkan kepercayaan dan jaringan sosial di antarmasyarakat, majelis taklim dapat menciptakan inisiatif yang berkelanjutan. Masyarakat cenderung lebih percaya untuk mendonasikan uang ke proyek-proyek yang dipromosikan melalui jamaah atau organisasi yang mereka kenal (Dentzer, 2007). Dalam konteks ini, kemampuan majelis taklim untuk mendeteksi kebutuhan masyarakat juga membantu dalam merancang program-program yang relevan dan mendesak, meningkatkan dampak sosial.

Dampak lainnya adalah peningkatan kesadaran tentang isu sosial dan keagamaan. Melalui crowdfunding, majelis taklim bisa mendanai proyek-proyek yang lebih berfokus pada isu sosial, lingkungan, atau yang berkaitan dengan edukasi keagamaan. Hal ini sejalan dengan hasil bahwa komunitas yang terlibat dalam filantropi digital cenderung lebih peka terhadap isu-isu sosial (Ramadhan & Hendratmi, 2023). Dengan kata lain, majelis taklim dapat berfungsi sebagai pendidik masyarakat mengenai nilai-nilai keagamaan serta keterlibatan sosial.

Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, majelis taklim perlu menyesuaikan strategi penggalangan dananya dengan realitas dan tren terkini. Penelitian oleh Oelberger (2026) menggarisbawahi pentingnya meninjau kembali bagaimana majelis taklim melibatkan anggota untuk berkontribusi, serta menyesuaikan strategi komunikasi dan promosi dalam penggalangan dana. Keterlibatan langsung anggota memberi peluang lebih besar bagi keberhasilan kampanye fundraising dan mampu mempromosikan inisiatif dengan lebih efektif.

Peluang transformasi filantropi digital yang melibatkan peran strategis majelis taklim dalam ekosistem crowdfunding di era 5.0 sangat luas dan bermanfaat bagi masyarakat. Era digital memfasilitasi inovasi dalam penggalangan dana, menjadikan majelis taklim sebagai salah satu aktor utama yang dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan dan solidaritas sosial. Ada beberapa aspek yang dapat diuraikan mengenai peluang ini.

Pertama, perluasan jangkauan dan aksesibilitas donasi adalah salah satu peluang terbesar. Elemen digital dalam crowdfunding memungkinkan peningkatan partisipasi dalam penggalangan dana dengan cara yang lebih fleksibel dan efisien. Menurut Yousaf et al. (2022) platform crowdfunding digital dapat menghubungkan para pendana dengan pemilik proyek, menciptakan jaringan yang kuat di antara mereka. Majelis taklim dapat memanfaatkan platform-platform ini untuk menggaet lebih banyak donatur, baik dari dalam maupun luar negara, sehingga penggalangan dana menjadi lebih efektif.

Kedua, perkembangan teknologi blockchain membuka peluang baru dalam transparansi dan keamanan dana yang terkumpul. Dengan memanfaatkan teknologi ini, dana yang terkumpul dapat dilacak dengan lebih jelas, sehingga meningkatkan kepercayaan donor (He et al., 2023). Majelis taklim yang mengadopsi inovasi ini akan lebih dipercaya oleh masyarakat, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi niat baik masyarakat untuk berdonasi.

Selanjutnya, majelis taklim dapat menjalankan peranan pendidikan sosial melalui program crowdfunding berbasis komunitas. Meskipun referensi yang sebelumnya digunakan tidak relevan dengan konteks penggalangan dana sosial, peran komunitas dalam crowdfunding dapat diakui sebagai medium yang efektif dalam mengedukasi masyarakat mengenai isu-isu sosial yang krusial seperti kesehatan dan lingkungan.

Selain itu, penggunaannya yang luas di kalangan milenial memberikan peluang bagi majelis taklim untuk meningkatkan strategi komunikasi. Aspek pemasaran melalui media sosial dan influencer terbukti efektif dalam menciptakan ketertarikan untuk berpartisipasi dalam crowdfunding, sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen (Susilo et al., 2023). Majelis taklim bisa terlibat dalam pemanfaatan influencer lokal atau komunitas untuk menjalankan kampanye pendekatan yang lebih relevan dan menarik bagi generasi muda, sehingga membuka kesempatan lebih besar untuk mendapatkan donasi.

Terakhir, kondisi ekosistem regulasi yang mendukung crowdfunding memberikan peluang bagi majelis taklim untuk berkolaborasi dengan organisasi lain dalam melakukan program-program pembangunan yang lebih besar dan terarah (Huda, 2024). Dengan mengadopsi pendekatan ini, majelis taklim dapat mengerjakan proyek berkelanjutan yang mendukung kesejahteraan sosial sambil memenuhi norma dan ketentuan yang berlaku.

BAB 2

PERUBAHAN POLA DONASI DI ERA DIGITAL

A. DIGITALISASI PERILAKU SOSIAL

1. Konsep dan Dinamika Digitalisasi Perilaku Sosial

Digitalisasi perilaku sosial merupakan fenomena yang menandai pergeseran mendasar dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial. Menurut Van Dijk (2020), digitalisasi perilaku sosial adalah transformasi hubungan sosial dan struktur komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital, di mana informasi, interaksi, dan nilai sosial berpindah dari ruang fisik ke ruang virtual. Castells (2010) menyebutnya sebagai lahirnya *network society*, yaitu masyarakat jaringan yang ditandai oleh interaksi sosial berbasis internet, di mana identitas dan solidaritas terbentuk melalui konektivitas digital, bukan lagi semata kedekatan geografis.

Fenomena ini menggambarkan perubahan signifikan dalam interaksi sosial akibat kemajuan media sosial dan platform daring lainnya. Boyd (2014) menjelaskan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan identitas sosial dan ekspresi diri. Individu kini membangun citra dan reputasi sosial melalui media sosial, aplikasi pesan, dan forum digital.

Aspek penting dari digitalisasi adalah munculnya media sosial sebagai ruang interaksi baru. Evans et al. (2022) menekankan perlunya penelitian mendalam mengenai dampak media digital terhadap perilaku manusia. Meskipun media sosial memajukan komunikasi yang dinamis dan inklusif, ia juga menimbulkan risiko seperti *cyberbullying* dan penyalahgunaan informasi (Okba & Mebrek, 2025). Dampak ini turut memengaruhi kesejahteraan psikologis yang dalam Sun et al. (2022)

diidentifikasi sebagai kelelahan digital dan interaksi tidak sehat sebagai tekanan baru bagi individu. Oleh karena itu, *digital resilience* atau ketahanan digital menjadi penting agar seseorang dapat beradaptasi dan pulih dari pengalaman negatif (Sharma et al., 2021).

Digitalisasi juga memengaruhi pola sosialisasi keluarga. Sari & Syawaludin (2025) menyoroti konsep *digital parenting* yang memungkinkan orang tua membimbing anak-anak menjelajahi dunia digital secara aman dan bertanggung jawab. Bahkan, perilaku ekonomi turut berubah, sehingga Singh & Chakraborty (2025) menunjukkan bahwa media sosial mengubah cara individu mengelola keuangan dan membuat keputusan investasi. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya fenomena komunikasi, tetapi juga mencakup dimensi psikologis, keluarga, dan ekonomi.

2. Digitalisasi, Kepercayaan, dan Transformasi Sosial-Keagamaan

Dalam ranah sosial keagamaan, digitalisasi membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat mengekspresikan kepedulian dan solidaritas. Aktivitas seperti berdonasi, mengajar, dan berdakwah kini dilakukan secara daring dengan jangkauan lebih luas dan efisiensi tinggi. Kim & Kim (2021) menunjukkan bahwa teknologi digital mempercepat adopsi perilaku filantropis daring, terutama selama pandemi COVID-19. Temuan ini diperkuat oleh Zhao et al. (2022) yang menegaskan peran FinTech dan mobile payment systems dalam memudahkan partisipasi sosial melalui transaksi yang aman dan transparan.

Digitalisasi tidak hanya mengubah interaksi sosial, tetapi juga struktur kepercayaan masyarakat. Dalam masyarakat tradisional, kepercayaan dibangun melalui hubungan langsung (*face to face trust*), sedangkan dalam masyarakat digital bergeser menjadi *system-based trust* dan *crowd trust*. Giddens (1990) menjelaskan bahwa pada sistem sosial yang semakin kompleks, individu menaruh kepercayaan pada mekanisme abstrak seperti lembaga, algoritma, atau platform digital. Sejalan dengan itu, Castells (2010) menegaskan bahwa jaringan digital *menciptakan trust in connectivity* atau keyakinan bahwa keterhubungan digital itu sendiri menjadi jaminan legitimasi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arelsa, K. D. and Sholahuddin, M. (2023). Does the effectiveness of the fintech platform affect interest in paying infaq and sadaqah?. *Sebelas Maret Business Review*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.20961/snbr.v8i1.75080>
- Astuti, N. K., Sukarmi, S., Suhariningsih, S., & Hamidah, S. C. (2024). Exploring the essence of indonesian securities-based crowdfunding. *International Journal of Law in Changing World*, 3(1), 33-60. <https://doi.org/10.54934/ijlcw.v3i1.81>
- Aswale, M. P. S., Vyawahare, M. N., Patange, A., Hargude, P., Gadkari, G., & Patil, S. (2024). Transparent charity application and crowdfunding using blockchain. *International Research Journal on Advanced Engineering Hub (IRJAEH)*, 2(05), 1221-1230. <https://doi.org/10.47392/irjaeh.2024.0168>
- Azizah, N. (2020). Struktur dan kultur budaya dalam keluarga di era adaptasi kebiasaan baru (akb) di lingkungan keluarga kota bandung. *Az-Zahra: Journal of Gender and Family Studies*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.15575/azzahra.v1i1.9474>
- Chowdhury, S. R. and Sultana, S. (2019). Exploring the factors influencing to create brand awareness of non-profit organizations (npos) through the usage of social media in bangladesh. *Khulna University Business Review*, 46-53. <https://doi.org/10.35649/kubr.2018.13.12.4>
- Dentzer, S. (2007). In pursuit of social change: a conversation with risa lavizzo-mourey. *Health Affairs*, 26(6), 1656-1665. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.26.6.1656>
- Evans, W. D., Abroms, L. C., Broniatowski, D., Napolitano, M. A., Arnold, J., Ichimiya, M., ... & Agha, S. (2022). Digital media for behavior change: review of an emerging field of study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15), 9129. <https://doi.org/10.3390/ijerph19159129>
- Fadilah, N. and Zen, M. (2024). Urgensi zakat dan waqaf dalam pembangunan ekonomi syariah kontemporer. *Abdurrauf Law and Sharia*, 1(2), 191-217. <https://doi.org/10.70742/arlash.v1i2.104>

- Faza, F. T. and Indriani, A. (2022). Dynamics of muslim millennials in charity donation: a donor-side perspective. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 352-361. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp352-361>
- Febriyanti, L. D. and Rusdianto, R. (2024). Pengaruh persepsi dan manfaat digitalisasi terhadap keputusan pembayaran infaq. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 5(2), 230-245. <https://doi.org/10.22373/jsai.v5i2.4655>
- Fitriani, R. E. and Taufiq, M. (2023). Analisis pengaruh wakaf digital terhadap kesejahteraan masyarakat di kabupaten lima puluh kota. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 3(1), 67-78. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v3i1.201>
- Halija, S., Rasdiyanah, A., Kasim, A., Marjuni, A., & Suhra, S. (2021). The roles of majelis taklim nurul huda in strengthening religious characters and social care in bone regency. *Al-Qalam*, 27(2), 233. <https://doi.org/10.31969/alq.v27i2.991>
- Halim, H., Evinovita, E., & Sukarna, S. (2021). Peran wakaf tunai terhadap peningkatan kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 43-69. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.314>
- He, Y., Dong, H., Wu, H., & Duan, Q. (2023). Formal analysis of reentrancy vulnerabilities in smart contract based on cpn. *Electronics*, 12(10), 2152. <https://doi.org/10.3390/electronics12102152>
- Huda, F. (2024). Strategi digital fundraising dalam peningkatan zakat, infaq, dan shadaqah di lazismu jombang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 115. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12118>
- Islamy, A. (2023). Pengarustamaan moderasi beragama dalam penyelenggaraan majelis taklim di indonesia. *Journal of Religious Policy*, 2(1), 103-132. <https://doi.org/10.31330/repo.v2i1.17>
- Istiani, N. (2023). Religiusitas holistik dalam kebijakan kementerian agama terhadap orientasi majelis taklim di indonesia. *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan*, 4(1), 43-55. <https://doi.org/10.53491/porosonim.v4i1.646>

- Kahfi, A., Kori, A., Oktaviani, Y., Malintang, J., & Qonitah, M. (2025). Transformation of qris-based charity boxes: philanthropy as a sustainable innovation for islamic da'wah in the digital era. *An-Nida'*, 49(1). <https://doi.org/10.24014/an-nida.v49i1.35788>
- Kallang, A., Sulaeman, S., Amri, M., Sugirma, S., Said, S. A., & Ridwan, M. (2022). Penguatan aksara al-qur'an di majelis taklim kota tobelo halmahera tengah melalui penggunaan buku qiro'ah. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 336-347. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1805>
- Kasri, R. A. and Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362-379. <https://doi.org/10.1108/jiabr-08-2020-0258>
- Kazanskaia, A. N. (2025). Online community fundraising: digital strategies for non-profit engagement and sustainability. *NEYA Global Journal of Non-Profit Studies*. <https://doi.org/10.64357/neya-gjnps-cm-bsd-fr-09>
- Kenworthy, N., Jung, J., & Hops, E. (2022). Struggling, helping and adapting: crowdfunding motivations and outcomes during the early us covid-19 pandemic. *Sociology of Health & Illness*, 45(2), 298-316. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.13568>
- Koswara, A. (2025). Filantropi digital: pemanfaatan platform media sosial tiktok untuk menghimpun donasi di dunia maya. *Journal of Society Bridge*, 3(1), 39-53. <https://doi.org/10.59012/jsb.v3i1.66>
- Lintang, A. S. and Hamdan, A. (2024). Pemberdayaan ekonomi indonesia melalui investasi wakaf produktif dompet dhuafa. *International Conference on Islamic Economic (ICIE)*, 3(2), 319-339. <https://doi.org/10.58223/icie.v3i2.287>
- Mahalakshmi, V. (2025). Assessment of the impact of digital marketing strategies on consumer purchasing decisions in the present era of ai and social media. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(24s), 352-360. <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i24s.3908>

- Maharani, R., Ardiansyah, N. M., Annisa, R. B., & Hizbullah, Z. (2021). Media sosial sebagai gerakan sosial digital: studi kasus akun instagram @aliskamugemash dalam menyuarkan kejahatan seksual lwd terhadap perempuan. *Ijd-Demos*, 3(2). <https://doi.org/10.37950/ijd.v3i2.96>
- Mane, K., Pondkule, S., Hale, G., & Pise, K. (2024). Bhojansamvedi : food donation mobile application. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*. <https://doi.org/10.56726/irjmets52420>
- Mariskhana, K., Suharyanti, N., Suparni, E., Syahlani, A., & Anggarini, D. T. (2020). Pemanfaatan digital marketing dalam e-commerce di masa pandemi covid-19 pada majelis talim hidayatul mubtadiin. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 2(2), 55-62. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v2i2.1924>
- Martín, H. S., Ortega, B. H., & Crespo, A. (2020). Social consciousness and perceived risk as drivers of crowdfunding as a socially responsible investment in tourism. *Journal of Travel Research*, 60(1), 16-30. <https://doi.org/10.1177/0047287519896017>
- Mauludin, M. R. and Herianingrum, S. (2022). Pengaruh digital zakat terhadap penghimpunan zakat dan kinerja lembaga amil zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 47. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp47-58>
- Muflih, M. (2022). muzakki's adoption of mobile service: integrating the roles of technology acceptance model (tam), perceived trust and religiosity. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(1), 21-33. <https://doi.org/10.1108/jiabr-09-2021-0273>
- Nugraha, A. L., Susilo, A., Huda, M., Athoillah, M. A., & Rochman, C. (2022). Waqf literacy: the dynamics of waqf in indonesia. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 102. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i2.5082>
- Oelberger, C. (2016). cui bono? public and private goals in nonprofit organizations. *Administration & Society*, 50(7), 973-1014. <https://doi.org/10.1177/0095399716659735>

- Okba, B. and Mebrek, A. (2025). Cyberbullying: a special threat to a child's presence in the digital environment. *Journal of Law, Society and Authority*, 14(1), 75-90. <https://doi.org/10.52919/lisa.v14i1.272>
- Purwatiningsih, A. P., Purnamasari, S. A., Setyawati, H. A., Indriani, A., Prawitasari, D., & Fitria, S. (2024). Bibliometric analysis of islamic crowdfunding: a literature review of its journey. *F1000Research*, 13, 531. <https://doi.org/10.12688/f1000research.146797.1>
- Ramachandran, P. and Vigneshkumar, K. (2025). Adoption and impact of artificial intelligence technologies in digital marketing: a study with special reference to coimbatore city. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 7(5). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i05.55014>
- Ramadhan, M. H. N. and Hendratni, A. (2023). Moslem millennials donor intention through donation-based crowdfunding in indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(1), 41-56. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20231pp41-56>
- Sari, M. and Syawaludin, D. F. (2025). The influence of digital parenting on the social behavior of early childhood in the 5.0 technology era. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 3(3). <https://doi.org/10.58344/jmi.v3i3.2257>
- Saridudin, S. and Ta'rif, T. (2021). Penguatan pendidikan karakter professional-religius pada jamaah majelis taklim shirotol mustaqim semarang. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*, 19(3), 317-332. <https://doi.org/10.32729/edukasi.v19i3.1002>
- Shafrina, A. (2025). Pandangan mahasiswa terhadap peran da'i dalam aktualisasi dakwah di era siber. *Nubuwwah : Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(01), 65-75. <https://doi.org/10.21093/nubuwwah.v3i01.9058>
- Shafrina, A. (2025). Pandangan mahasiswa terhadap peran da'i dalam aktualisasi dakwah di era siber. *Nubuwwah : Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(01), 65-75. <https://doi.org/10.21093/nubuwwah.v3i01.9058>

- Sharma, M. K., Anand, N., Roopesh, B. N., & Sunil, S. (2021). Digital resilience mediates healthy use of technology. *Medico-Legal Journal*, 90(4), 195-199. <https://doi.org/10.1177/00258172211018337>
- Shi, J. and Salmon, C. T. (2018). Identifying opinion leaders to promote organ donation on social media: network study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(1), e7. <https://doi.org/10.2196/jmir.7643>
- Shrestha, B. and Shrestha, B. (2024). Comparative impact of traditional and modern promotion on brand equity dimensions. *Nepalese Journal of Management and Technology*, 2(2), 54-69. <https://doi.org/10.3126/njmt.v2i2.68726>
- Singh, S. and Chakraborty, A. (2025). Is social media transforming how we manage our finances?. *Journal of Financial Counseling and Planning*, JFCP-2023-0111.R1. <https://doi.org/10.1891/jfcp-2023-0111>
- Singh, S., Sambhav, S., Ravi, V., Arya, A., Alahmadi, T. J., Singh, P., ... & Diwakar, M. (2024). Donapp: a centralized platform for bridging the gap between donors and recipients. *The Open Nursing Journal*, 18(1). <https://doi.org/10.2174/0118744346291388240222102230>
- Srinarwati, D. R., Pratiwi, P. S. E., & Arimbi, D. A. (2020). Simulacra in women's majelis taklim based on jean baudrillard's perspective. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 632. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2677>
- Srisathan, W. A. and Naruetharadhol, P. (2022). A covid-19 disruption: the great acceleration of digitally planned and transformed behaviors in thailand. *Technology in Society*, 68, 101912. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101912>
- Steigenberger, N. (2017). Why supporters contribute to reward-based crowdfunding. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(2), 336-353. <https://doi.org/10.1108/ijebr-04-2016-0117>
- Sufyan, Y. and Mas'ud, F. (2022). Determinant model of decision to use the online donation platform: technology acceptance model and theory of planned behavior approach. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(6), 884-897. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20226pp884-897>

- Sugianto, H., Aksan, S. M., Abbas, N., & Marengke, M. (2023). Pelatihan dan pendampingan takmir masjid di kelurahan fobaharu kecamatan kota tidore utara kota tidore kepulauan. *Al-Mulk: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 59. <https://doi.org/10.46339/al-mulk.v1i2.1094>
- Sugianto, S. (2024). Model pemberdayaan zakatnomic dalam mendukung pengentasan kemiskinan di era vuca. *ITTHISOM : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 187-208. <https://doi.org/10.70412/its.v3i2.124>
- Sukmawati, H., Wisandani, I., & Kurniaputri, M. R. (2022). Penerimaan dan penggunaan muzakki dalam membayar zakat non-tunai di jawa barat: ekstensi teori technology of acceptance model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 439-452. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp439-452>
- Sun, E. and Zulkarnaen, Z. (2023). Studi eksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi donasi selama streaming di indonesia. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 6(1), 187-199. <https://doi.org/10.31539/intecom.v6i1.5753>
- Sun, H., Yuan, C., Qian, Q., Shu-zhi, H., & Luo, Q. (2022). Digital resilience among individuals in school education settings: a concept analysis based on a scoping review. *Frontiers in Psychiatry*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.858515>
- Susdarwono, E. T. and Huda, S. T. (2023). Perceptions of the importance of philanthropy according to the classification of generations based on beresford research. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 133-145. <https://doi.org/10.20885/risfe.vol2.iss2.art3>
- Susilo, S. R., Sander, O. A., & Anggraini, M. (2023). Strategies to increase purchase intention of local brand in indonesia: a study of social media marketing and the role of influencers. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 91. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4583>
- Teunenbroek, C. v., Wymer, W., & Čačija, L. N. (2025). Fostering, promoting, and encouraging philanthropy: mechanisms to attract younger generations of donors and volunteers. *Journal of Philanthropy*, 30(2). <https://doi.org/10.1002/nvsm.70018>

- Torrent-Sellens, J., Salazar-Concha, C., Ficapal-Cusí, P., & Saigí-Rubió, F. (2021). Using digital platforms to promote blood donation: motivational and preliminary evidence from latin america and spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4270. <https://doi.org/10.3390/ijerph18084270>
- Ulhusna, N. S. A. N., Azizah, N., Dinanti, S. P., & Adriansyah, Z. (2024). Peran wakaf digital dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (sdg's). *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 52-63. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v5i1.1128>
- Viphanphong, W., Limna, P., Kraiwanit, T., & Jangjarat, K. (2023). Merit piggy bank in the digital economy. *Shanti Journal*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.3126/shantij.v2i1.53727>
- Widiastuti, T., Robani, A., Ryandono, M. N. H., Qulub, A. S., Cahyono, E. F., Rini, N., ... & Insani, T. D. (2021). Asian zakat management organization (zmo) productivity analysis: evidence in indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.048>
- Yousaf, Z., Shakaki, O., Isac, N., Crețu, A., & Hrebenciuc, A. (2022). Towards crowdfunding performance through crowdfunding digital platforms: investigation of social capital and innovation performance in emerging economies. *Sustainability*, 14(15), 9495. <https://doi.org/10.3390/su14159495>
- Yunus, M. (2024). Majelis taklim dan perannya dalam meningkatkan kesadaran beragama. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(6), 116-122. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i6.617>
- Yerik, T. (2025). Digitalization of marketing and digitization of logistics processes in agricultural enterprises as key factors for successful european integration. *Actual Problems of Innovative Economy and Law*, 2025(4), 27-32. <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-4-7>

TRANSFORMASI FILANTROPI DIGITAL:

PERAN STRATEGIS MAJELIS
TAKLIM DALAM EKOSISTEM
CROWDFUNDING DI ERA 5.0



IKAPI
IKATAN PERSERBIT INDONESIA

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

