STRATEGI *FUNDRAISING* ZAKAT INFAQ SHADAQAH DI LAZISNU DAN LAZISMU KABUPATEN PAMEKASAN

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Magister Dalam Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

IQBAL RAFIQI

NIM. F02417122

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Iqbal Rafiqi

NIM : F02417122

Program : Magister (S-2)

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 11 Juli 2019

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
044BAAFF870000473
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Iqbal Rafiqi

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul "Strategi Fundraising Zakat Infaq Sahdaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan" yang ditulis oleh Iqbal Rafiqi ini telah disetujui pada tanggal 11 Juli 2019

Oleh:

PEMBIMBING

Prof. Dr. H. Abdul Hadi, M.Ag

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis berjudul "Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan" yang ditulis oleh Iqbal Rafiqi ini telah diuji dalam Ujian Tesis pada tanggal 25 Juli 2019

Tim Penguji:

1. Prof. Dr. H. Abdul Hadi, M.Ag (Pembimbing/Ketua) .....
2. Prof. Dr. H. Ahmad Zahro, Ma (Penguji I) .....
3. Dr. Sirajul Arifin, M.E.I (Penguji II) .....

Surabaya, 7 Agustus 2019

Direktur,

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP.196004121994031001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : IQBAL RAFIQI
NIM : F02417122
Fakultas/Jurusan : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : Iqbalrafiqy96@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☑ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :

STRATEGI *FUNDRAISING* ZAKAT INFAQ SHADAQAH DI LAZISNU DAN LAZISMU KABUPATEN PAMEKASAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Agustus 2019

Penulis

(IQBAL RAFIQI)

ABSTRAK

Iqbal Rafiqi, 2019, *Strategi Fundraising Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan*, Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
Pembimbing: Prof. Dr. H. Abd. Hadi, M. Ag.
Kata Kunci: *Strategi Fundraising, Zakat Infaq Shadaqah. LAZISNU dan LAZISMU*

Pada periode Mei-Agustus tahun 2018 jumlah penerimaan LAZISNU Kabupaten Pamekasan sangat besar yaitu sebesar Rp. 979.154.185,00 sedangkan di LAZISMU Kabupaten Pamekasan sebesar Rp. 67.624.888,00 ditambah lagi pada tahun 2018 LAZISMU mendapat penghargaan BAZNAS Award 2018 sebagai kategori LAZNAS dengan pertumbuhan penghimpunan dana terbaik. Hal itu yang mendasari peneliti untuk menkaji lebih mendalam dalam bentuk karya ilmiah berupa tesis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendiskripsikan formulasi strategi *fundraising*, implementasi strategi *fundraising* serta faktor-faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah badan pengurus, manajer, pengurus LAZ dan *fundraising* staff. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan mengadakan *membercheck*.

Hasil temuan penelitian ini yaitu: (1) Formulasi strategi *fundraising* zakat infaq shadaqah LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan mengikuti formulasi dari Pimpinan Pusat masing-masing lembaga LAZ ditambah dengan formulasi strategi yang sesuai dengan sosial ekonomi daera Pamekasan. Perbedaanya jika di LAZISNU menekankan pada relasi dan kerjasama sedangkan di LAZISMU penguatan kualitas SDM menjadi awal strategi *fundraising* diteruskan dengan modifikasi program-program, optimalisasi layanan dan evaluasi kinerja. (2) Implementasi strategi *fundraising* zakat infaq shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan dilakukan bekerjasama dengan organisasi lain dibawah naungan NU, Alfamart seluruh Pemekasan, toko-toko, koin NU, donator, hasil panen padi, NU-Cash dan melalui rekening LAZISNU di Bank BRI dan BMT NU Mandiri. Sedangkan di LAZISMU Kabupaten Pamekasan dilakukan pada penarikan lansung dana muzakki, donatur, kaleng koin, kotak koin, majalah, brosur serta memaksimalkan Aplikasi copling BMT Sang Surya dan layanan SMS notifikasi dan transfer ke rekening BSM LAZISMU. (3) Faktor-faktor pendukung di LAZISNU adalah Kuatnya komonikasi, relasi serta adanya progress investasi strategi masa depan lewat NU-Cash walau belum maksimal, sedangkat faktor pengambatnya kurangnya konsistensi pengelolaan dan kurang maksimalnya beberapa strategi. Sedangkan di LAZISMU faktor-faktor pendukungnya terletak pada faktor penguatan kualitas SDM, program-program optimal dan sudah banyak pengguna aplikasi copling BMT Sang Surya. Sedangkan belum adanya nama-nama calon *muzakki* secara jelas yang menjadi target *fundraiser* merupakan salah satu faktor penghambat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACT

Iqbal Rafiqi, 2019, *Fundraising Strategy of Zakat Infaq Sadaqah in LAZISNU and LAZISMU Pamekasan Regency*, Thesis, Sharia Economics Study Program, Sunan Ampel State Islamic University, Surabaya.
Supervisor: Prof. Dr. H. Abd. Hadi, M. Ag.
Keywords: *Fundraising Strategy, Zakat Infaq Sadaqah. LAZISNU and LAZISMU*

In the May-August period of 2018 the amount of LAZISNU Pamekasan Regency was very large, amounting to Rp. 979,154,185.00 while in LAZISMU Pamekasan Regency Rp. 67,624,888.00 plus in 2018 LAZISMU received the 2018 BAZNAS Award as the LAZNAS category with the best fundraising growth. That is what underlies researchers to study more deeply in the form of scientific work in the form of a thesis. This study aims to determine and describe the formulation of fundraising strategies, the implementation of fundraising strategies as well as the supporting and inhibiting factors for the implementation of Zakat Infaq Shadaqah fundraising strategies in LAZISNU and LAZISMU Pamekasan Regency.

This study uses a qualitative approach to the type of descriptive research. Sources of data obtained through interviews, observation and documentation. The informants are the governing body, managers, LAZ management and fundraising staff. While checking the validity of the data is done through extended observation, increasing perseverance, triangulation, negative case analysis, using reference material, and holding a member check.

The findings of this study are: (1) The formulation of LAZISNU and LAZISMU sadaqa infaq shadaqah fundraising strategies in Pamekasan Regency follows the formulation of the Central Leaders of each LAZ institution coupled with the formulation of strategies in accordance with the socio-economic area of Pamekasan. The difference if LAZISNU emphasizes on relations and cooperation while at LAZISMU strengthening the quality of human resources is the beginning of fundraising strategies followed by modification of programs, optimization of services and performance evaluation. (2) Implementation of the fundraising strategy of zakat infaq shadaqah at LAZISNU Pamekasan Regency was carried out in collaboration with other organizations under the auspices of NU, Alfamart throughout Pemekasan, shops, NU coins, donors, rice yields, NU-Cash and through LAZISNU accounts in BRI and BMT Banks NU Mandiri. Whereas in Pamekasan Regency LAZISMU is carried out on direct withdrawal of *muzakki* funds, donors, coin cans, coin boxes, magazines, brochures as well as maximizing the Sang Surya BMT copling application and SMS notification service and transfer to the LAZISMU BSM account. (3) Supporting factors at LAZISNU are the strength of communication, relations and the future progress of investment strategies through NU-Cash, although not yet maximal, a set of factors inhibiting the lack of management consistency and the lack of some strategies. While at LAZISMU the supporting factors lie in the strengthening of HR quality, optimal programs and many users of Sang Surya BMT copling applications. While the lack of names of prospective *muzakki* who are clearly the target of fundraisers is one of the inhibiting factors.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM ii
PERNYATAAN KEASLIAN iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING iv
HALAMAN PENGESAHAN v
PERNYATAAN KESEDIAAN PERBAIKAN TESIS vi
MOTTO vii
PERSEMBAHAN viii
ABSTRAK ix
KATA PENGANTAR xi
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR TRANSLITERASI xvi
PENULISAN HURUF KAPITAL xvii

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 11
C. Rumusan Masalah 12
D. Tujuan Penelitian 13
E. Kegunaan Penelitian 13
F. Kerangka Teoritik 14
G. Penelitian Terdahulu 19
H. Metode Penelitian 22
I. Sistematika Pembahasan 28

BAB II KAJIAN TEORI 29
A. Kajian Tentang Manajemen Pamasaran 29
1. Strategi Pemasaran 29
B. Kajian Tentang Strategi Fundraising 26
1. Pengertian Fundraising 39
2. Tujuan Fundraising 41
3. Model Fundraising 43
4. Strategi Fundarising Zakat Infaq Shadaqah 44
C. Kajian Tentang Zakat Infaq dan Shadaqah 53
1. Zakat 53
2. Infaq 54
3. Shadaqah 55

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DAN STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT INFAQ SHADAQAH LAZISNU DAN LAZISMU KABUPATEN PAMEKASAN 57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 57
1. Deskripsi LAZISNU Kabepaten Pamekasan 57
a. Profil LAZISNU 57
b. Visi dan Misi 58
c. Struktur Pengurus 59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Program LAZISNU Kabupaten Pamekasan 60
2. Deskripsi LAZISMU Kabepaten Pamekasan…….. 63
a. Profil LAZISMU 63
b. Visi dan Misi 64
c. Struktur Pengurus 65
d. Program LAZISMU Kabupaten Pamekasan 66
B. Formulasi Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU Dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan 68
C. Implementasi Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU Dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan 72
D. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan 83

BAB IV ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT INFAQ SHADAQAH DI LAZISNU DAN LAZISMU KABUPATEN PAMEKASAN ... 87
A. Analisis Formulasi Strartegi *fundraising* zakat infaq shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan 87
B. Analisis Implementasi Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan 90
C. Analisis Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan 98

BAB V PENUTUP 101
A. Kesimpulan 101
B. Saran 102

DAFTAR PUSTAKA 103
LAMPIRAN-LAMPIRAN 107
RIWAYAT HIDUP 113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Jumlah penerimaan ZIS LAZISNU Kab. Pamekasan Periode Bulan Mei-Agustus Tahun 2018 09
Tabel 1.2 : Jumlah penerimaan ZIS LAZISMU Kab. Pamekasan Periode Bulan Mei-Agustus Tahun 2018 10
Tabel 1.3 : Penelitian terdahulu 19
Tabel 3.1 : Struktur pengurus cabang LAZISNU Kab. Pamekasan 59
Tabel 3.2 : Struktur pengurus cabang LAZISMU Kab. Pamekasan 65
Tabel 3.3 : Data Alfamart Se-kabupaten Pamekasan 75

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Kontek Penelitian

Islam adalah agama yang sempurna. Segala bentuk persoalan hidup telah diatur dalam syariat Islam yang berdasar pada Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai sumber pertama dari agama Islam. Salah satu persoalan hidup yang sering kali ditemui di kalangan masyarakat adalah masalah harta. Dimana harta seseorang dapat menjadi jalan menuju surga serta ridho Allah SWT. Namun dapat pula sebaliknya, bisa menjadi jalan menuju siksa Allah SWT di dalam api neraka. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah At-Taghabun ayat 15 bahwa salah satu ujian yang akan diberikan adalah melalui harta, sebagai berikut:

إِنَّمَا أَمْوَالُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ فِتْنَةٌ وَاللَّهُ عِنْدَهُ أَجْرٌ عَظِيمٌ

"Sesungguhnya hartamu dan anak-anakmu hanyalah cobaan (bagimu), dan di sisi Allah-lah pahala yang besar."[1]

Keberkahan dan kebaikan harta akan di dapat hanya dengan cara dibawa untuk beribadah kepada Allah SWT. Salah satu caranya yaitu dengan menunaikan zakat, infaq serta shadaqah yang merupakan hak fakir miskin dan *mustahik* lainnya.[2] Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-An'am ayat 141 sebagai berikut:

وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

"Dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan dikeluarkan zakatnya) dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan".[3]

---

[1] Al-Qur'an, 64: 558.
[2] Yusuf Qardhawi, *Shadaqah: Cara Islam Mengentas Kemiskinan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 100.
[3] Al-Qur'an, 6: 147.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Zakat bisa mencapai fungsi optimal apabila diatur dengan manajemen pengelolaan yang baik dengan megedepankan asas kejujuran dan keakuratan, yaitu dialokasikan kepada pihak yang berhak menerima yang terdiri dari 8 *asnaf* (golongan), disebutkan dalam firman Allah SWT.:

إِنَّمَا الصَّدَقَٰتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالمَسٰكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya: "Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana."(QS At-Taubah: 60)[4]

Ayat tersebut mengintruksikan bahwa yang berhak menerima zakat terdapat delapan golongan, antara lain:

1) Fakir. Yaitu orang yang tidak memiliki harta benda dan tidak memiliki penghasilan dalam sehari-hari.
2) Miskin. Yaitu orang yang memiliki pekerjaan atau pengahsilan namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
3) Amil zakat. Adalah mereka yang terlibat dalam pengaturan soal zakat, baik pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan.
4) Muallaf. Yaitu kelompok orang yang hatinya perlu dirangkul dan dikukuhkan dalam Islam. Zakat perlu dibagikan kepada mereka untuk mempertahankan mereka berada dalam agama/ol Islam.
5) Riqab. Secara harfiah bermakna budak belian. Namun dalam arti mendalam, mereka adalah kelompok orang yang tertindas atau tereksploitasi oleh kelompok lain baik secara budaya maupun politik.
6) Gharim. Yaitu orang-orang yang terlilit hutang dan tidak sanggup membayarnya, dengan syarat hutang yang dipergunakan bukan untuk perbuatan maksiat.
7) Sabililah. Yaitu sekelompok orang yang berjihad di jalan Allah. Dalam artli luas yaitu orang yang yang memperjuangkan kemaslahatan agama dan kepentingan umum
8) Ibnu sabil. Yaitu seorang musafir yang melintas dari suatu wilayah ke wilayah lain. Termasuk di dalamnya adalah golongan anak-anak terlantar yang tidak diketahui keluarganya, sehingga mereka tergolong anak jalanan yang juga berhak menerima zakat.[5]

[4]Al-Qur'an, 64: 213.
[5] Muhammad Hadi, *Problematika Zakat dan Solusinya*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penyaluran zakat, infaq dan shadaqah dapat dilakukan melalui sebuah lembaga yang memang mengelolanya. Berdasarkan firman Allah SWT dalam surah At-Taubah ayat 60 tentang 'Amil Zakat dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah di Indonesia yang dilakukan oleh BAZNAS dan dibantu oleh LAZ,[6] menunjukkan bahwa pengelolaan zakat tidak dilakukan secara individual, melainkan melalui sebuah lembaga atau institusi perantara yang disebut 'Amil Zakat. Hal ini juga didukung oleh pendapat Ascarya bahwa zakat merupakan ketentuan wajib dalam sistem ekonomi Islam *(obligatory zakat system)* sehingga pelaksanaannya melalui institusi atau lembaga resmi negara yang memiliki ketentuan hukum.[7]

Pengelolaan zakat yang dilakukan oleh negara bukanlah tujuan utama, ia hanyalah instrumen. Tujuan sebenarnya adalah tertunaikannya zakat muzakki dan tersampaikannya kepada yang berhak dengan manfaat yang optimal. Dengan demikian, hal ini sejalan dengan kaidah *al-ibrah bi maqasid as-syariah* (ibrah harus mengacu pada tujuan syariah) dan mendorong lahirnya kebijaknan public yang berorientasi Syariah (*siyasah as-syariah*).[8]

Penyaluran zakat, infaq dan shadaqah melalui lembaga bisa memberikan manfaat lebih banyak dibandingkan disalurkan sendiri, diantara manfaatnya adalah:

1. Menjamin kedisiplinan dan kepastian pembayaran zakat, infaq dan shadaqah.

---

[6] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Bab II, Pasal 5, ayat (1) dan Pasal 17
[7] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 10.
[8] Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Menjaga perasaan para *mustahiq* agar tidak merasa rendah diri ketika berhadapan langsung dengan *muzakki*.
3. Untuk mencapai efisiensi, efektifitas serta tepat sasaran penggunaan harta zakat, infaq dan shadaqah sesuai dengan skala prioritas penerima dalam suatu daerah.
4. Sebagai media dakwah untuk menyiarkan ajaran Islam dengan menunjukkan semangat untuk membuat pemerintahan yang Islami.[9]

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Berdasarkan sensus pada tahun 2010, jumlah pemeluk Islam di Indonesia sebesar 207.176.162 jiwa atau 87,18% dari total penduduk Indonesia.[10] Dengan jumlah penduduk Muslim yang sangat besar, tentunya potensi penerimaan atau pengumpulan zakat, infaq dan shadaqah di Indonesia sangat besar pula. Menurut Ketua BAZNAS, Bambang Sudibyo, potensi zakat Indonesia pada tahun 2017 mencapai Rp. 217 triliun. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan realitas pengumpulan zakat pada tahun tersebut yang hanya mencapai Rp.6.224.371.269.471 atau hanya terealisasi 2,87%. Angka tersebut meningkat sebesar 1,67% dari tahun sebelumnya.

Secara nasional pengumpulan zakat masih mendominasi dengan kisaran 67,4% dan sisanya, 32,6% adalah infaq, shadaqah dan dana sosial keagamaan lainnya.[11] Agar dana zakat, infaq dan shadaqah terhimpun secara maksimal, maka disinilah peran lembaga amil zakat untuk melakukan suatu strategi *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah dengan maksimal dan benar sehingga

---

[9] Didin Hafiduddin, *Agar Harta Berkah dan Bertambah*, (Jakarta: Gema Insani, 2009), 170.
[10] BPS, *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama Yang dianut*, diakses dari www.bps.go.id pada tanggal 11 Desember 2018 pukul: 11.06 WIB
[11] Badan Amil Zakat Nasional, *Statistik Zakat Nasional 2017*, diakses dari www. Pid.baznas.go.id pada tanggal 12 Desember 2018 pukul 21.40 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meyakinkan *muzakki* bahwa zakat, infaq dan shadaqah akan lebih terasa manfaatnya apabila disalurkan melalui lembaga amil zakat.

Adanya selisih yang sangat besar antara potensi pengumpulan ZIS di Indonesia dengan realitas dana ZIS yang terkumpul salah satunya adalah disebabkan oleh kurang maksimalnya strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat. Siti Rohmawati menjelaskan dalam penelitiannya bahwa adanya fluktuasi penghimpunan dana ZIS di LAZIS Baitur Rahman Semarang disebabkan oleh penghimpunan yang belum digarap secara maksimal. Selain itu, manajemen *fundraising* mulai dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dana ZIS masih belum matang sehingga tidak dapat mempertahankan peningkatan persentase penghimpunan dana ZIS setiap tahunnya.[12]

Ada beberapa lembaga amil zakat yang telah legal dan sudah diakui oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) merupakan salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional yang mengelola zakat, infaq, shadaqah dan wakaf di bawah naungan organisasi Nahdlatul Ulama dan Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) merupakan salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional yang mengelola zakat, infaq, shadaqah dan wakaf di bawah naungan organisasi Muhammadiyah.

[12] Siti Rohmawati, "Analisis Manajemen *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah (LAZIS) Baitur Rahman Semarang", (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

LAZISNU terbentuk sejak Muktamar NU ke-31 tahun 2004 di Solo.[13] Sedangkan LAZISMU Didirikan oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002, selanjutnya dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dan dikukuhkan kembali melalui SK Mentri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016. Kedua lembaga ZIS ini keberadaannya dapat membantu meningkatkan *fundraising* dana zakat, infaq dan shadaqah di Indonesia.

Di Kabupaten Pamekasan LAZISNU berdiri sejak tanggal 16 Rajab tahun 2016. Meskipun usianya masih seumur jagung, namun lembaga ini berhasil menghimpun dana ZIS cukup besar, terbukti sesuai dengan pemaparan ketua LAZISNU, K. Mahrus Shafi, besar penerimaan pada tahun 2018 mencapai 1,5 Miliyar.[14] Dari pendapatan yang cukup besar ini LAZISNU Pamekasan menyalurkannya dalam beberapa bidang seperti dalam bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, siaga bencana, santunan anak yatim dan penyaluran qurban.

Adapun LAZISMU Kabupaten Pamekasan berdiri pada tahun 2010 di Jl. Kamboja No. 25 Pamekasan yang sudah memasuki usia ke 9 Tahun. Pada perjalanannya LAZISMU Pamekasan sudah banyak memberikan manfaat bagi setiap masyarakat di Pamekasan terutama terhadap anak yatim, orang miskin, lembaga keagamaan, kesehatan dan beberapa wirausaha. Hal ini sesuai dengan program-program LAZIMU sendiri yang tertuju pada sektor

[13] Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, diakses di www.wikipedia.org pada tanggal 15 Desember 2018 pukul 23.46 WIB

[14] K. Mahrus Shafi, Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung pada tanggal 24 Maret 2019 pukul 15.25 WIB – 17.05 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan, dakwah, sosial, ekonomi, tafaqur (tabungan fasilitas qurban), wakaf mobil serta tahfidz Qur'an.

Menurut ketua LAZISMU Pamekasan Bapak Matnin, ME pada tahun 2018 pendapatan *fundraising* LAZISMU Pamekasan kurang lebih sebesar Rp. 900.000.000,00.[15] Pada bulan Ramadhan tahun 1440 H ini LAZISMU Pamekasan berhasil mengumpulkan dana berupa zakat, infak dan sedekah senilai Rp 100.000.000,00 diberikan kepada 460 paket lebaran dan santunan anak yatim dan tukang becak serta para juru dakwah atau dai se wilayah Kabupaten Pamekasan.[16]

Fundraising merupakan proses pengumpulan dana LAZ dan sumber daya lainnya dalam menciptakan sinergi program untuk pemberdayaan masyarakat. Oleh karenanya strategi *fundraising* merupakan ujung tombak kemajuan dan kemunduran dari Lembaga Amil Zakat. Strategi *fundraising* yang baik apabila para *fundraiser* menjual produk-produk serta program-program Lembaga Amil Zakat tepat sasaran sesuai dengan target pasar yang telah direncanakan oleh Lembaga Amil Zakat tersebut. Pertanggungjawaban yang amanah dari pengelolaan dana ZIS merupakan kewajiban bagi setiap Lembaga Amil Zakat agar tetap bisa menjaga kepercayaan dari para *muzakki*.

Abdul ghofur menyatakan dalam bukunya yang berjudul "tiga kunci *fundraising* sukses membangun lembaga nirlaba" Sukses *fundraising* bukanlah karena bakat alami, namun bagaimana menyikapi, melaksanakan, mengevaluasi dan pastinya terus tumbuh serta menumbuhkan penghimpunan

---

[15] Matnin, Ketua LAZISMU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung pada tanggal 08 April 2019 pukul 11.15 WIB – 12.18 WIB

[16] Lazismu Pamekasan bagikan 460 paket Lebaran kepada anak yatim, diakses di http://m.antaranews.com/berita/885467/lazismu-pamekasan-bagikan-460-paket-lebaran-kepada-anak-yatim pada tanggal 29 Mei 2019 pukul 10:10 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dana ditegah-tegah kemajuan zaman yang serba teknologi. Modalitas dari *fundraiser* harus berasaskan pada kesabaran, kegigihan, kepercayaan diri, berserah diri, memahami program, kompetensi diri dan berserah diri kepada Sang Mahakuasa tiada lain yaitu Allah SWT.[17]

Strategi *fundraising* yang digunakan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan ada bermacam-macam strategi diantarnya seperti bekerjasama dengan Alfamart diseluruh Kabupaten Pamekasan dan beberapa toko-toko bangunan serta beberapa toko-toko retail, Gerakan Koin NU, mencari donator atau muzakki, mengumpulkan gabah (hasil panen padi) serta dengan donasi langsung melalui Bank BRI dan juga bisa melalui BMT NU Mandiri Pamekasan.

Semua strategi *fundraising* ini dilaksanakan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan dengan mengajak dan bekerja sama dengan semua MWC NU serta warga NU se-Kabupaten Pamekasan dengan tujuan agar semua program LAZISNU bisa berjalan dengan maksimal serta tepat sasaran. Sehingga masyarakat dan para muzakki bisa menunaikan zakat, infaq dan shadaqahnya dengan mudah.

Sedangkan pada LAZISMU Kabupaten Pamekasan ada dua strategi *fundraising* yang telah digunakan dalam menjemput dana dari para muzakki atau calon muzakki yaitu:

1. Penjualan langsung contohnya seperti ketemu lansung dengan calon muzakki, menaruh kaleng koin di lembaga-lembaga kerjasama, dan memberikan amplop ke para muzakki, mendatangi langsung klompok-

[17] Abdul Ghofur, "Tiga Kunci *Fundraising* sukses membangun lembaga nirlaba" (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama: 2018), xiv.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

klompok, perkumpulan dan perusahaan dengan cara meminta izin terlebih dahulu.

2. Model pengimpunan menggunakan teknologi, dimana calon muzakki diarakan menggunakan HP dalam bertransaksi caranya calon muzaki atau muzakki diarahkan mendowload aplikasi BMT Sang Surya yang sudah ada di play store sehingga bisa dengan mudah untuk berdonasi ke LAZISMU Pamekasan dan bisa juga dengan transfer langsung melalui Bank Syariah Mandiri (BSM) atau BTM Sang Surya.

Ada perbedaan dan kesamaan strategi *fundraising* yang digunakan oleh kedua lembaga LAZISNU dan LAZISMU untuk mencapai tujuan dan cita-cita keduanya. Untuk memperjelas pendapatan penerimaan diantara LAZISNU dan LAZISMU kita lihat salah satu laporan keuangannya, yaitu:

Tabel 1.1 Penerimaan ZIS LAZISNU Kabupaten Pamekasan Periode Mei-Agustus Tahun 2018

JENIS PENERIMAAN	NOMINAL
Zakat	Rp. 805.867.000,-
Non Zakat (Infaq-Shadaqah)	Rp. 171.076.000,-
Natura	Rp. 2.200.000,-
Dana Non Halal Bunga Bank	Rp. 11.185,-
Total Penerimaan	**Rp. 979.154.185,-**

Sumber: Laporan Keuangan LAZISNU (lihat Gambar 1)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.2 Penerimaan ZIS LAZISMU Kabupaten Pamekasan

Periode Mei-Agustus Tahun 2018

JENIS PENERIMAAN	NOMINAL
Zakat	Rp. 4.165.000,-
Infaq/Shadaqah	Rp. 57.980.500,-
Bagi Hasil	Rp. 184.388,-
Wakaf Mobil	Rp. 75.000,-
Tabungan Fasilitas Qurban	Rp. 5.220.000,-
Total Penerimaan	**Rp. 67.624.888,-**

Sumber: Laporan Keuangan LAZISMU (lihat Gambar 2)

Berdasarakan tabel 1 dan tabel 2, dapat diketahui perbandingan jumlah penerimaan antara LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan. Periode Mei-Agustus tahun 2018 jumlah penerimaan LAZISNU sangat besar yaitu Rp. 979.154.185,00 sedangkan di LAZISMU sebesar Rp. 67.624.888,00 dan pada tahun 2018 LAZISMU mendapat penghargaan BAZNAS Award 2018 sebagai kategori LAZNAS dengan pertumbuhan penghimpunan terbaik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam tentang strategi *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) di LAZISNU dengan LAZISMU Kabupaten Pamekasan dengan judul penelitian "**Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan**.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Merujuk pada latar belakang sebagaimana telah dijelaskan, maka masalah-masalah yang bisa di identifikasi dan batasan masalah yaitu:

1. Identifikasi Masalah

   Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasikan beberapa masalah, antara lain:

   1) Lahirnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah di Indonesia yang dilakukan oleh BAZNAS
   2) Adanya perbedan strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Antara LAZISNU dengan LAZISMU di Kabupaten Pamekasan
   3) Formulasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah yang digunakan oleh LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan
   4) Banyaknya prodak-prodak yang ditawarkan oleh kedua Lembaga Amil Zakat baik dilakukan secara langsung ataupun menggunakan teknologi
   5) Implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan
   6) Perbedaan pengelola serta SDM dari kedua lembaga LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan.
   7) Peluang dan tantangan dalam menjalankan strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah LAZISNU dan LAZISMU di Kabupaten Pamekasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8) Faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan

9) Apa strategi alternatif penyelesaian hambatan strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terfokuskan dan terarah, maka masalah-masalahnya di batasi sebagai berikut:

1) Tentang formulasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah antara LAZISNU dengan LAZISMU di Kabupaten Pamekasan.

2) Perbandingan implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah antara LAZISNU dengan LAZISMU Kabupaten Pamekasan.

3) Perbandingan faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah antara LAZISNU dengan LAZISMU Kabupaten Pamekasan.

C. Rumusan Masalah

Masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan?
2. Bagaimana implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Apasaja faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan?

D. Tujuan Penelitian

Agar terarah, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan formulasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU di Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan.
3. Untuk memahami dan mendiskripsikan faktor-faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
   1) Bagi Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syariah

      Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pustaka ilmiah serta wawasan keilmuan bagi segenap civitas akademika, dan sebagai sebuah konstribusi pemikiran tentang implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah diantara LAZISNU dengan LAZISMU di Kabupaten Pamekasan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah literasi dan membuka cakrawala pengetahuan bagi penulis tentang strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah diantara LAZISNU dan LAZISMU.

3) Bagi penelitian yang akan datang

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dengan LAZISMU

2. Kegunaan Praktis

1) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai panduan strategi *fundraising* dalam menjalankan lembaga Zakat Infaq Shadaqah.

2) Penelitian ini juga dapat diambil manfaat bagi masyarakat luas tentang pentingnya dukungan kepada lembaga Zakat Infaq Shadaqah sehingga bisa tersampaikan Zakat Infaq Shadaqah secara tepat.

F. Kerangka Teoritik

1. Strategi *Fundraising*

Strategi menurut Rivai dan Prawironegoro, adalah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir. Strategi harus mampu membuat semua bagian dari organisasi yang luas menjadi satu untuk mencapai tujuan yang diharapkan.[18] Menurut Kotler dan Amstrong, pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok

[18] Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *manajemen strategis* , (Jakarta :mitra wacana media,2014), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melaui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.[19]

H. I. Gitosudarmo menyatakan bahwa, strategi pemasaran adalah strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha.[20] Oleh karena itu, sebagai pengusaha sudah tentu harus mengetahui dan memahami bagaimana membuat segmen pasar, target dan *positioning* produk yang ditawarkan sebelum ia memasuki pasar.

Mengetahui karakteristik dari produk, sebuah institusi, baik yang *profit oriented* maupun yang *nonprofit oriented* dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat. Institusi *nonprofit oriented* disebut pula lembaga ekonomi. Lembaga ekonomi yang dimaksud seperti lembaga amil zakat infaq shadaqah dan lembaga wakaf. Produk-produk yang ditawarkan dalam lembaga tersebut adalah *zakat, infaq, shadaqah* dan wakaf.

a. Pengertian *Fundraising*

Fundraising adalah cara menyampaikan gagasan melalui produk yang ditawarkan atau lazim disebut dengan program. Pihak yang melalukan kegiatan *fundraising* disebut dengan *fundraiser*[21], baik itu individu maupun kelompok. Dalam hal *fundraising zakat infaq shadaqah*, *fundraising* merupakan proses mempengaruhi masyarakat, khususnya *muzakki* agar mau menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqahnya. Dalam kegiatan *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon

[19] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran,* (jakarta: Erlangga, 2008), 5.
[20] H. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014), 163.
[21] Abdul Ghafur, *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), 83.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

donator, untuk melakukan kegiatan program. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari *fundraising*, maka suatu lembaga membutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.[22]

Strategi *fundraising* merupakan suatu alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam memobilisasi sumber dana.[23] Secara lebih sederhana, strategi *fundraising* merupakan sederetan tahapan mulai dari formulasi, implementasi dan evaluasi strategi.

b. Tujuan *Fundraising*

Ada beberapa tujuan dari *Fundraising* diantaranya:

1. Mengumpulkan dana
2. Meningkatkan jumlah muzakki atau donator
3. Meningkatkan dan melayani kepuasan *Muzakki* (pembayar zakat)
4. Membagun, mempertahankan serta menjaga citra lembaga LAZ
5. Menghimpun simpatisan, relasi dan pendukung.

c. Model *Fundraising*

[22] Suci Utami Wikaningtyas dan Sulastiningsih, "Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Bantul", *Jurnal Riset Manajemen, Vol. 2, No. 01,* (Juli, 2015), hlm. 136. Diakses dari http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/view/169 pada tanggal 14 Maret 2019

[23] Hamid Abidin dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, serta Strategi Penggalangannya,* (Depok: Piramedia, 2009), 134.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Murtadho Ridwan menjelaskan bahwa terdapat banyak model dan teknik yang bisa dilakukan. Namun, secara mendasar model *fundraising* dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. *Direct Fundaraising*

   Direct Fundraising merupakan cara atau teknik penghimpunan dana yang melibatkan partisipasi donator atau *muzakki* secara langsung. Contoh dalam model ini diantaranya adalah *direct mail*, *direct advertising* dan *telefundraising*.

2. *Indirect Fundaraising*

   Sebaliknya *Indirect Fundraising* merupakan cara atau teknik penghimpunan dana yang tidak melibatkan partisipasi donator atau *muzakki* secara langsung. Contoh dalam model ini diantaranya adalah *advertorial*, *image compain* dan penyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi dan mediasi para tokoh. [24]

2. Zakat

Zakat adalah pungutan wajib atas individu yang memiliki harta yang telah sampai pada *nishab* atau suda sampai batas minimal terkena zakat. Zakat diberikan kepada orang yang berhak menerimanya yaitu fakir, miskin, *fi sabilillah*, *ibnu sabil*, *gharimin*, hamba sahaya dan *muallaf*.

Secara Bahasa, zakat memiliki arti *al-barakatu* (keberkahan), *al-nama'* (pertumbuhan dan perkembangan), *at-thaharatu* (kesucian) dan *as-shahalu* (keberesan). Secara istilah, zakat merupakan bagian dari harta dengan

[24] Murtadho Ridwan, "Analisis Model *Fundraising* dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karangayar Demak", *Jurnal Penelitian, Vol.10, No.2* (Agustus, 2016), 301. Diakses dari http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/1879 pada tanggal 12 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persyaratan tertentu yang Allah wajibkan kepada pemiliknya untuk diberikan kepada yang berhak dengan aturan tertentu pula.[25] Sehingga bisa kita definisikan bahwa zakat merupakan sebagian harta yang wajib diberikan kepada yang berhak dengan persyaratan tertentu sesuai syariat Islam.

Tujuan dari zakat adalah mengulurkan tangan kepada orang lemah dan membawanya kepada kondisi dimana dirinya akhirnya bisa hidup mandiri secara ekonomi dengan baik. Zakat adalah solusi penanganan yang bersifat temporal bagi kondisi setiap orang miskin untuk menjadikannya bisa hidup mandiri secara ekonomi.[26]

2. *Infaq*

Menurut Qardhawi, ketentuan infak dapat bersifat dinamis sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat. hal ini disebabkan karena tujuan infak adalah untuk mencapai kemaslahatan umum sehingga kadangkala dapat berstatus hukum *sunnah* maupun *fardlu*.[27]Secara bahasa, *Al-Infaqu* berarti pembelanjaan.[28] Sedangkan secara istilah, infak adalah sebagian harta yang dikeluarkan untuk mencapai suatu kemaslahatan umum.[29] Bisa dilihat dari ketentuan hukumnya infak lebih fleksibel disbanding zakat karena dilakukan secara *volunteer* (suka rela).

3. *Shadaqah*

Allah SWT berfirman dalam surat At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

[25] Ascarya, *Akad dan…*, 9.
[26]Ibid., hlm. 54.
[27] Multifiah dan Satuman, *ZIS Untuk Kesejahteraan…*,45.
[28] Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Arab-Indonesia Al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), 1449.
[29] Multifiah dan Satuman, *ZIS Untuk Kesejahteraan Ummat*, (Malang: UB Press, 2011), 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

”Ambillah sebagian harta dari mereka sebagai shadaqah untuk membersihkan dan mensucikan meraka dengannya”

Zakat, *infaq* dan *shadaqah* memiliki pengertian yang beragam terserah dari sudut pandang mana umat Islam memaknai. Namun ketiganya secara umum berarti sama yakni *shadaqah*.[30] Secara bahasa, kata *shadaqah* berasal dari *fi'il madli shadaqa* yang berarti benar, nyata dan berkata benar. Sedangkan kata *shadaqatu* berarti *al-ihsan* (kebaikan, sedekah).[31] Sedangkan secara istilah, *shadaqah* adalah segala sesuatu yang diberikan untuk semata-mata mengharapkan ridlo Allah SWT.

G. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai pandangan dan sekaligus bahan referensi serta acuan dalam penyusunan tesis ini diantaranya pada Tabel 1.3 yaitu:

No	Nama dan Tahun	Tema	Hasil Penelitian
1.	Maulana Ihsan Fairi (2018)	Studi komperatif antara pengelolaan zakat di pusat zakat sabah dan badan amil zakat nasional diy	Dari analisa deskriptif, PZS memiliki keunggulan dari segi penghimpunan dan pendistribusian, dengan banyakna dana yang dihimpun serta serapan distribusi yang selalu habis. Dari segi pendayagunaaan dan pengawasan PZS dan Baznas DIY sama-sama memiliki keunggulan. Sedangakan dari peritungan SWOT diketahui bahwa baznas DIY memiliki skor kekuatan 1,65 sekor kelemahan 0,65 sekor peluang 1,75 dan sekor ancaman 0,80 dalam posisi *Rapid Growth* dan disarankan melakukan study kelembagaan berbasis korporasi. Sedangkan PZS memiliki skor kekuatan 1,65 sekor kelemahan 0,70 sekor peluang

[30] Ibid, 46.
[31] Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Arab-Indonesia*…, 770.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			1,60 dan sekor ancaman 0,85 dalam posisi *Stable Growth* dan disarankan menggunakan IT.[32]
2.	Rahmi Septiyani (2016)	Telaah strategi penghimpunan dana (*fundraising*) wakaf tunai untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat (studi kasus di Baitul Maal Hidayatullah perwakilan Jawa Timur)	Hasil penelitian ini *pertama* Strategi *fundraising* di BHM Jatim dilakukan dengan dua acara: (1) Proaktif melakukan penjemputan waqif atau calon waqif sebagai cara promosi, sosialisasi prograf wakaf tunai dengan lembaga-lembaga lain sejenis. (2) Menjalankan promosi dan iklan-iklan yang kreatif dengan tujuan mempermudah program kerja BMH Jatim serta mempermudah kinerja tim marketing *fundraising* yang langsung menuju sasaran. Strategi *fundraising* BHM Jatim dilakukan juga dengan memperhatikan kearifan lokal serta memberikan pelayanan yang optimal kususnya di kota Surabaya. Serta mewujudkan pemberdayaan kepada masyarakat dalam program dakwa, pendidikan sosial ekonomi dan kesehatan. Khusus dalam dakwah dan pendidikan berupa pembagunan PP. Tafizul Qur'an, program ini memiliki alokasi pendanaan terbesar dan menjadi program idola di BMH Jatim.[33]
3	Rischa Astuty Handayani (2011)	Perbandingan sistem penghimpunan dana (*fundraising*) Wakaf Uang pada Dompet republika dan badan wakaf nasional	Aktivitas *fundraising* wakaf uang Dompet Dhuafa digunakan untuk membiayai kegiatan produktif seperti di bidang pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi yangdiperoleh dari surplus wakaf. Ada tim khusus kerja *fundraising* wakaf uang diantaranya dengan *direct mail, media campaign, membership, special event* dan *corporate fund* dengan metode *fundraising above the line* dan *below the line.* Mekanisme pembayaran wakaf dapat dilakukan dengan melalui bank yang

[32] Maulana Ihsan Fairi, "Studi Komperatif Antara Pengelolaan Zakat Di Pusat Zakat Sabah Dan Badan Amil Zakat Nasional Diy" (Skripsi S1,Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), hlm 75-115 https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/6656 diakses 17 Maret 2019.

[33] Rahmi Septiyani, "Telaah strategi penghimpunan dana (*fundraising*) wakaf tunai untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat (studi kasus di Baitul Maal Hidayatullah perwakilan Jawa Timur), (Tesis S2, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang 2016)" http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ieq/article/view/ diakses 20 April 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			ditujuk ole Dompet Dhuafa. Sedangkan Badan Wakaf Indonesia bekerja sama dengan Lembaga Keuangan Syariah penerima wakaf uang (LKS-PWU) untuk mengimpun wakaf uang untuk kesejahteraan dan penanaman *brand image* BWI yang kuat di masyarakat. Untuk pengembangan BWI melakukan kerjasama dengan bank untuk mencarikan investor. Dari analisis SWOT Dompet Dhuafa memiliki keunggulan citra yang positif sehingga *trust* pun terjadi dan sistem fundraising yang cukup profesional sedangkan Badan Wakaf Indonesia memiliki keunggulan dari hal kerjasama yang kuat dengan pihak Bank Syariah dalam hal menghimpun dana wakaf uang.[34]

Mengamati beberapa penelitian terdahulu, ada kesamaan dengan penelitian saat ini, yaitu objek yang diteliti adalah Unit Pengumpul Zakat (UPZ), namun juga terdapat perbedaan mendasar, perbedaan tersebut adalah

1. Perbedaan dengan penelitian pertama oleh Maulana Ihsan Fairi adalah, penelitian tersebut menjelaskan studi komperatif antara pengelolaan zakat di pusat zakat sabah dan badan amil zakat nasional diy. Penelitian penulis fokus pada strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah antara LAZISNU dengan LAZISMU Pamekasan.
2. Perbedaan dengan penelitian kedua oleh Rahmi Septiyani adalah, penelitian tersebut menjelaskan telaah strategi penghimpunan dana (*fundraising*) wakaf tunai untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat oleh BMH Jawa Timur. Penelitian penulis fokus pada strategi *fundraising*

[34] Rischa Astuty Handayani, "Perbandingan sistem penghimpunan dana (*fundraising*) Wakaf Uang pada Dompet republika dan badan wakaf nasional" (Skripsi S1, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011), 65-95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Zakat Infaq Shadaqah yang digunakan LAZISNU dengan LAZISMU Pamekasan.

3. Perbedaan dengan penelitian ketiga oleh Rischa Astuty Handayani adalah, penelitian tersebut menerangkan tentang perbandingan sistem penghimpunan dana (*fundraising*) Wakaf uang pada dompet republika dan badan wakaf nasional. Penelitian penulis akan mendesripsikan faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi *fundraising* di LAZISNU dan LAZISMU.

Jadi secara umum penelitian terdahulu mengalami perbedaan dengan penelitian saat ini, penelitian saat ini akan mengupas perbandingan strategi *fundraising* LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan dari segi konsep, implementasi, kendala serta cara pendukung tampa memihak salah satu LAZ.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian tesis ini, menggunakan pendekatan kualitatif yaitu tehnik penelitian yang digunakan untuk memahami masyarakat, masalah atau segala hal dalam masyarakat dengan mengumpulkan sebanyak mungkin fakta mendalam, data disajikan dalam bentuk verbal bukan dalam bentuk angka.[35]

Pendekatan kualitatif yang peneliti pilih adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Lexy J. Moleong bahwa kebanyakan penelitian kualitatif sangat kaya dan sarat dengan deskripsi. Peneliti ingin memahami kontek dan melakukan

[35] Thohir Yuli Kusmanto, Gerakan Sosial Ekonomi Islam di Pedesaan: Studi Kasus peran Baitul Maal Wat Tamwil di Kabupaten Sragen, *Al-Tahrir*, Vol. 16, No. 1 (Mei 2016), 223-245.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

analisis yang holistik tentu saja perlu dideskripsikan.[36] Objek analisis yang dipilih oleh peneliti adalah pada analisis kerja dan aktivitas *(job and activity analysis)* yang bertujuan untuk menyelidiki secara terperinci aktivitas dan pekerjaan di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan dalam strategi *fundraising* atau cara menghimpun dana ZIS. Dengan harapan semoga hasilnya dapat memberikan rekomendasi keilmuan serta untuk keperluan masa depan kedua lembaga yang lebih baik.

2. Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di LAZISNU Kabupaten Pamekasan Jl. Raden Abdul Azis No.95, Rw. 02 Jungcangcang Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan dan di LAZISMU Kabupaten Pamekasan Jl. Kamboja, Rw 03, Barurambat Kota, Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan.

3. Sunber Data

Dalam penelitian ini yang dijadikan sumber data adalah:

a. Sumber data primer, berupa hasil wawancara langsung dengan instrumen kunci seperti ketua LAZISNU dan LAZISMU, petugas *fundraising,* dan Badan Otonom NU dan Muhammadiyah yang ikut berperan di dalamnya serta warga NU dan Muhammadiyah yang tidak hanya sebagai *muzakki* tapi juga sebagai sasaran penyaluran zakat dari kedua lembaga masing-masing.
b. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk dokumen, laporan, arsip-arsip, serta buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

[36] Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998), 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh data secara komplit dan akurat dalam penelitian ini didukung dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti ini tidak terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang diamati dan hanya sebagai pengamat independen. Dalam hal ini peneliti mencatat, menganalisis dan selanjutnya dapat membuat kesimpulan tentang perilaku orang-orang yang diteliti.[37]

b. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[38] Maksud mengadakan wawancara yaitu untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain. Informan dalam penelitian ini adalah ketua LAZISNU dan LAZISMU serta petugas *fundraising* kedua lembaga ZIS.

c. Dokumentasi adalah sebuah catatan peristiwa dimasa lalu yang dinyatakan dalam bentuk tulisan/karya, gambar, seni, peraturan, kebijakan, dan lain-lain.[39] Data ini berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan strategi *fundraising* kedua lembaga LAZISNU dan LAZISMU.

---

[37] Sugiyono, *Metode Penelitian*, 145.
[38]Moleong, *Metodologi*, 186.
[39]Ibid., 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Analisis Data

Pada prinsipnya, analisis data kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Teknis analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis data yang dikemukakan oleh Mile dan Huberman yang mencakup tiga kegiatan yang bersamaan, yaitu:

1. Reduksi Data

   Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian. Fungsinya adalah untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi sehingga interpretasi dapat ditarik. Dalam proses reduksi ini peneiti benar-benar mencari data yang benar-benar valid. Ketika peneliti menyaksikan kebenaran data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informan lain yang dirasa lebih mengetahui.

2. Penyajian Data

   Data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari analisik bahkan mencakup pula reduksi. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok-kelompok tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin.

Dalam tahap ini, peneliti membuat rumusan proposisi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian dilajutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang telah terbentuk, dan proposisi yang telah dirumuskan. Langkah selanjutnya yaitu melaporkan hasil penelitian lengkap dengan temuan baru yang berbeda dari temuan yang sudah ada.[40]

6. Teknik Validasi Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji keabsahan data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan mengadakan *membercheck*.[41]

Untuk menguji keabsahan (kredibilitas) data dalam penelitian ini, peneliti berpedoman pada apa yang termaktub dalam teori tersebut. Oleh sebab itu langkah yang dilakukan peneliti yaitu:

---

[40] Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 209-210.
[41]Sugiyono, *Metodologi Penelitian*, 268.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Melakukan perpanjangan pengamatan yakni peneliti kembali lagi ke objek penelitian, melakukan pengamatan kembali, dan melakukan wawancara ulang, sehingga tidak ada hal-hal yang disembunyikan oleh sumber data.
2) Meningkatkan ketekunan dengan cara melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan untuk mendapatkan kepastian data dan urutan peristiwa yang pasti dan sistematis.
3) Melakukan triangulasi yaitu dengan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik, dimana teknik memperoleh data awal adalah dengan wawancara kemudian untuk mengecek data tersebut dengan observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh akan dideskripsikan dan dikategorisasikan antar berbagai pandangan sehingga dapat memperoleh kesimpulan.
4) Dengan cara analisis kasus negatif, yaitu peneliti akan mengoreksi atau mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang ditemukan.
5) Menggunakan bahan referensi, yakni peneliti dalam melakukan aktifitas penelitian menggunakan referensi atau pendukung dari data yang telah ditemukan, antara lain dengan merekam hasil wawancara, dan dengan mengambil gambar-gambar yang terkait dengan penelitian ini.
6) Yang terakhir dengan langkah pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data (*membercheck*), hal ini ditempuh peneliti selain perpanjangan pengamatan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuain dengan apa yang diberikan oleh pemberi data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Untuk bisa memahami lebih jelas secara keseluruhan tulisan dalam penelitian ini, penulis menyusun sistematika pembahasan yang tersusun atas beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN. Uraian pada bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teoritik, penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA. Memuat kajian teori sebagai dasar rujukan yang menjadi dasar pemikiran dalam menguraikan formulasi, implementasi, faktor pendukung dan penghambat strategi *fundraising* Lembaga Amil Zakat.

BAB III : KONDISI OBJEKTIF. Pada bab ini akan diuraikan gambaran secara umum mengenai kondisi objek penelitian di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan, khususnya pada aspek strategi *fundraising*.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini akan mengupas analisis temuan dan analisa peneliti mengenai formulasi, implementasi, faktor-faktor pendukung dan kendala dari strategi *fundraising* di antara LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN. Pada bab ini disajikan kesimpulan penelitian berdasarkan hasil analisis dan saran yang dapat bermanfaat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Tentang Manajemen Pemasaran

Manajeman pemasaran merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam menjalan usaha guna tetap menjaga kelangsungan hidup perusahaan, berkembang dan meningkatkan laba usaha. Proses pemasaran dimulai sejak sebelum produk diproduksi dan tidak berkahir sampai dengan penjualan. Secara definisi, manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.[1] Keempat unsur di atas (penganalisaan, perencanaan, pelakasanaan dan pengawasan) merupakan bagian yang terintegrasi dari pengertian manajemen pemasaran. Sehingga agar nilai yang terdapat dalam produk yang ditawarkan perusahaan dapat tersampaikan ke konsumen, maka keempat unsur tersebut haruslah benar-benar dilaksanakan dengan baik.

1. Strategi Pemasaran

   a. Pengertian Strategi

      Secara etimologi, strategi dapat diartikan sebagai langkah penting atau kebijakan pokok.[2] Ditinjau dari asal usul katanya, istilah

---

[1] Ade Priangani, "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global", *Jurnal Kebangsaan, Vol.2 No.4* (Juli, 2013), 1. .academia.edu/35084249/Ade_Priangani_Memperkuat_Manajemen_Pemasaran_dalam_Konteks_Persaingan_Global_MEMPERKUAT_MANAJEMEN_PEMASARAN_DALAM_KONTEKS_PERSAINGAN_GLOBAL pada11 Februari 2019

[2] Aang Kunaifi, *Manajemen Pemasaran Syariah: Pendekatan Human Spirit*, (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016), 145.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

strategi berasal dari kata Yunani *Strategia (Stratos* = militer, dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Selain itu, strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana alokasi atau pengerahan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.[3] Pengertian strategi berdasarkan kajian bahasa dan asal katanya dapat dipahami sebagai ilmu, seni, cara, rencana atau langkah dalam mencapai tujuan militer.

Secara terminologi, terdapat beberapa tokoh yang memberikan definisi strategi. Menurut William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch dalam Muhammad dan Abu Bakar, strategi diartikan sebagai sebuah rencana yang luas dan terintegrasi yang memadukan antara kelebihan dan keunggulan perusahaan (organisasi) dengan tantangan lingkungan serta menjadi pedoman pencapaian tujuan utama perusahaan disertai langkah efektif dan efisien dari perusahaan.[4] Definisi yang dikemukakan oleh William dan Lawrence di atas menunjukkan bahwa strategi adalah satu kesatuan rencana dan langkah praktis yang dibuat dengan mempertimbangkan kelebihan, kekurangan dan tantangan dari eksternal maupun internal perusahaan untuk mencapai visi perusahaan.

Menurut Gatherane Hayden, strategi merupakan suatu pendekatan pemakaian sumber didalam kendala iklim kompetitif

[3] Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran* (Yogyakarta: J&J Learning, 2000), 1.
[4] Muhammad dan Abu Bakar, *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang: Madani, 2011), 91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

agar seperangkat sasaran dapat tercapai.[5] Pemakaian sumber daya secara efektif yang dimiliki oleh perusahaan menjadi modal untuk berkompetisi dengan perusahaan pesaing. Dengan kata lain, sumber daya yang dimiliki benar-benar dimanfaatkan semaksimal mungkin agar menjadi keunggulan sendiri bagi perusahaan guna tercapainya sebuah tujuan.

Menurut Rivai dan Prawironegoro, Strategi adalah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir. Strategi harus mampu membuat semua bagian dari organisasi yang luas menjadi satu untuk mencapai tujuan yang diharapkan.[6] Dengan kata lain, strategi menjadi pedoman atau panduan bagi setiap pelakasana kegiatan perusahaan atau bagi setiap bagian-bagian dalam struktural perusahaan yang mengatur bagaimana mereka bertindak dan berinteraksi dengan elemen-elemen lainnya guna tercapainya ekspektasi pencapaian perusahaan.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa strategi adalah cara, langkah, dan rencana yang dipikirkan secara matang dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki, keunggulan, kekurangan dan tantangan perusahaan untuk menghasilkan sebuah langkah yang efektif dan efisien dalam menghadapi persaingan usaha sehingga diharapkan sebuah upaya yang terintegrasi untuk mencapai tujuan perusahaan.

---

[5] Gatherine Hayden, *The Handbook of strategic expertise,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1991), 306.
[6] Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *manajemen strategis* , (Jakarta :mitra wacana media,2014), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong, pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melaui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.[7] Dikatakan sebuah proses sosial karena pemasaran membutuhkan interaksi antara dua pihak yang saling membutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing yang diatur sedemikian rupa agar dapat terjadi pertukaran produk dan nilai antara keduanya.

Menurut Kotler dan Keller, pemasaran *(marketing)* adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia. Dari sudut pandang manajerial, pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingan.[8] Dengan kata lain, fungsi dari pemasaran adalah untuk menyampaikan kelebihan dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Menurut Nandan Limakrisna dan Wilhelmus Hary Susilo pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi

[7] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran,* (jakarta: Erlangga, 2008), 5
[8] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,*(Jakarta: Erlangga, 2008), 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan konsumsi.[9] Dengan demikian, nilai yang terdapat dalam produk dapat tersampaikan kepada konsumen melalui pemasaran.

Menurut W. Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial.[10] Jadi, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Dari beberapa uraian definisi tentang strategi dan pemasaran yang dipaparkan oleh para tokoh di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah cara, langkah, dan rencana yang dipikirkan secara matang dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki, keunggulan, kekurangan dan tantangan perusahaan untuk menghasilkan sebuah langkah yang efektif dan efisien untuk menyampaikan nilai produk kepada konsumen, mulai dari perencanaan, penentuan harga, promosi serta distribusi dalam menghadapi persaingan usaha sehingga diharapkan sebuah upaya yang terintegrasi untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

Menurut H. I. Gitosudarmo, strategi pemasaran adalah strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh

[9] Nandan Limakrisna dan Wilhelus hary susilo, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis,*(jakarta : mitra wacana media, 2012), 2.
[10] Ade Priangani, "Memperkuat Manajemen.., 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seorang pengusaha.[11] Oleh karena itu, sebagai pengusaha sudah tentu harus mengetahui dan memahami bagaimana membuat segmen pasar, target dan *positioning* produk yang ditawarkan sebelum ia memasuki pasar.

1) *Segmentation*

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang terbedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau tingkah laku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah.[12] Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan bisa tepat sasaran dan diharapkan agar produk bisa terjual sebagaimana yang diinginkan.

2) *Targeting*

Targeting adalah memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki atau cara perusahaan mengoptimalkan suatu pasar dan dalam penentuan target pasar perusahaan harus menggunakan konsep prioritas, variabilitas dan fleksibelitas.[13] Dalam artian, setelah melakukan segmentasi (pemilahan calon pembeli) pengusaha harus memilih pasar mana yang nanti akan dimasuki yang sekiranya produknya akan diterima. Dengan demikian, pengusaha tidak harus memasuki semua pasar dan dapat mengoptimalkan pemasarannya

[11] H. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014), 163.
[12] Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* ,(Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010),163.
[13] Ades Astika, *Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Pada Zoya Palembang.*(Skripsi, UIN Raden Fatah, 2017), 20. Diakses dari http://eprints.radenfatah.ac.id/1033/1/Ades%20Astika%20%2813190003%29.pdf pada tanggal 12 februari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam satu atau lebih target pasar yang dipilih dengan menyesuaikan jenis dan harga produk.

3) *Positioning*

Positioning merupakan langkah terakhir dalam proses pemasaran. *Positioning* adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain produk sehingga produk tersebut memiliki kesan atau ciri khas tersendiri dalam pemikiran konsumen.[14] Jadi maksud dari *positioning* adalah apa yang diinginkan produsen muncul dalam benak konsumen ketika mendengar merk produk yang dapat membedakannya dengan merk lain.

Salah satu yang menjadi strategi pemasaran adalah penerapan bauran pemasaran.[15] Ratih mendefinisikan bauran pemasaran sebagai sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sararan.[16] Pengusaha yang akan memasuki segmen pasar haruslah melakukan strategi bauran pemasaran agar analisis strategi pemasarannya semakin matang dan berhasil mencapai tujuannya.

Jumingan mendefinisikan bauran pemasaran sebagai cerminan cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan demi

---

[14] Th. Susetyarsi, "Strategi Penetapan Posisi *(Positioning)*", *Jurnal STEI Semarang, Vol. 3, No. 3,* (Oktober, 2011), 2. Diakses dari https://www.neliti.com/id/publications/134306/strategi-penetapan-posisi-positioning pada 12 Februari 2019

[15] Yuwan Julianingtias, Suharyono dan Yusri Abdillah, "Analisis Perbandingan Produk Merek Global Dan Merek Lokal Terkait Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 37, No. 2* (Agustus, 2016), 82. Diakses dari http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1458 pada tanggal 12 Februari 2019

[16] Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendapatkan laba.[17] Dalam hal ini, bauran pemasaran berfungsi menciptakan minat calon pembeli dan menjaga loyalitas pelanggan untuk tetap tertarik dengan produk yang diproduksi di suatu perusahaan sehingga akan meningkatkan keuntungan.

Menurut Kotler dan Keller, bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran yang meliputi item alat pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*).[18]

4) Produk *(Product)*

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk itu meliputi lebih dari sekedar barang berwujud. Dalam defnisi secara luas, produk meliputi objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran dari semua bentuk-bentuk tadi.[19] Dalam hal ini, apapun yang memiliki nilai ekonomis yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka dapat disebut sebagai produk.

5) Harga *(Price)*

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Dalam pengertian yang lebih luas harga adalah sejumlah pengorbanan yang diperlukan untuk

---

[17] Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2014), 72.

[18] Dinda Febri Kusumawardhani dan Hari Purwanto, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waroeng Latte Kota Madiun", *Jurnal Media Mahardhika, Vol.14, No. 2* (Januari, 2016), 182. Diakses dari https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mediamahardhika/issue/view/26 pada tanggal 12 Februari 2019

[19] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi ke-8, Jilid 1*(Jakarta: Erlangga, 2001), 346.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendapatkan suatu produk.[20] Dalam sebuah interaksi ekonomi, antara produsen dan konsumen diharapkan adanya pertukaran. Dalam artian, konsumen menukarkan sejumlah uang atau nilai untuk mendapatkan produk yang dibutuhkannya dari produsen.

6) Tempat/Lokasi *(Place)*

Lokasi merupakan saluran distribusi dimana produk disediakan untuk terjadinya penjualan. Untuk menunjukkan penjenjangan maka dikenal adanya pedagang besar, distributor, agen dan pedagang eceran.[21] Lokasi menjadi tempat yang diharapkan terjadi pertukaran akhir bagi pedagang besar atau produsen atau untuk kemudian didistribusikan dan dijual kembali oleh distributor, agen dan pedagang eceran.

7) Promosi *(Promotion)*

Promosi adalah suatu usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.[22] Promosi menjadi bagian penting dalam proses pemasaran untuk menginformasikan kepada konsumen bahwa produsen telah menyediakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Hal yang paling penting yang harus dimiliki perusahaan adalah produk. Oleh karena produk menjadi nilai tawar atau nilai jual perusahaan kepada konsumen. Mengutip dari definisi yang dipaparkan

[20] Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 178
[21] Sentot Imam Wajono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 216.
[22] Ahmad Subagyo, *Marketing in Business* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 132.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh Kotler dan Amstrong bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.[23] Dari berbagai sudut pandang, produk dapat digolongkan sebagai berikut:

1) Berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya.
   a) Barang tidak tahan lama *(nondurable goods)* adalah barang berwujud yang dapat habis dalam satu atau beberapa kali pemakaian, misalnya makanan, minuman, obat dan semacamnya.
   b) Barang tahan lama *(durable goods)* adalah barang berwujud yang dapat bertahan lama meskipun telah banyak dilakukan pemakaian, misalnya televisi, mobil, telepon dan lainnya.
2) Berdasarkan siapa konsumennya dan untuk apa produk tersebut dikonsumsi.
   a) Barang konsumen *(consumer's goods)* adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir.
   b) Barang industri adalah barang yang dikonsumsi untuk tujuan dijual kembali dengan mengubah atau tidak mengubah bentuk fisik barang tersebut.[24]

Dengan mengetahui karakteristik dari produk, sebuah institusi, baik yang *profit oriented* maupun yang *nonprofit oriented* dapat menentukan strategi

[23] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran..*, 346.
[24] Haris Hermawan, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol.1, No. 2,* (Desember, 2015), 153. Diakses dari https://jurnal.unej.ac.id/ index.php/ BISMA/article/view/5904 pada 12 Februari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran yang tepat untuk produk tersebut. Institusi *nonprofit oriented* disebut pula lembaga ekonomi. Lembaga ekonomi yang dimaksud seperti lembaga amil zakat infaq shadaqah dan lembaga wakaf. Produk-produk yang ditawarkan dalam lembaga tersebut adalah *zakat, infaq, shadaqah* dan wakaf.

B. Kajian Tentang Strategi *Fundraising*

Marketing dalam lembaga zakat lebih sering dikenal dengan istilah *fundraising*. Dengan menjamurnya pengelolaan ZISWAF secara professional, istilah ini semakin familiar dikalangan masyarakat muslim.[25] Pengertian *fundraising* sepintas memiliki persamaan dengan *marketing*. Namun diantara keduanya terdapat perbedaan yang mendasar. Dalam *marketing*, produk yang ditawarkan merupakan produk nyata dan merupakan kebutuhan serta keinginan dari calon konsumen. Namun dalam *fundraising*, produk yang ditawarkan adalah sebuah program yang berbentuk *planning* atau rencana yang tentunya tidak konkret serta seringkali bukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen.[26]

1. Pengertian *Fundraising*

Fundraising adalah cara menyampaikan gagasan melalui produk yang ditawarkan atau lazim disebut dengan program. Sedangkan pihak yang melalukan kegiatan *fundraising* disebut dengan *fundraiser*[27], baik itu individu maupun kelompok. baik itu individu maupun kelompok. *Fundraising* dapat juga diartikan penggalangan dana. Program yang ditawarkan oleh *fundraiser* menjadi modal dalam meyakinkan donator

[25] Abdul Ghafur, *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), 82.
[26] Ibid, 83.
[27] Ibid,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk kemudian dapat menyumbangkan sebagian hartanya untuk membantu merealisasikan program tersebut.

Menurut W. Nopiardo, *Fundraising* adalah suatu kegiatan penggalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Proses ini meliputi kegiatan: memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu, atau mengimingiming, termasuk juga melakukan penguatan *stressing*, jika hal tersebut memungkinkan atau diperbolehkan.[28] Dengan demikikan, fundraising juga dapat diartikan sebagai kegiatan untuk mempengaruhi masyarakat, baik induvidu maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.

Secara lebih sederhana, *fundraising* adalah teknik mengumpulkan uang atau dana tidak secara cuma-cuma. Namun, pengumpulan uang tersebut dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan atau merealisasikan program yang ditawarkan oleh *fundraiser*. Artinya uang yang masuk atau terkumpul akan digunakan untuk menopang operasional lembaga untuk dikemudian akan membantu memperlancar terlaksananya visi dan misi lembaga.

Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *fundraising* adalah sebuah proses mempengaruhi masyarakat atau calon donator agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proses mempengaruhi di sini yaitu meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong,

[28] Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal IMARA, Vol. 1, No. 1* (Desember, 2017), 59. Diakses dari http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/view/991 pada 11 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membujuk, dan merayu. Dalam hal *fundraising zakat infaq shadaqah*, *fundraising* merupakan proses mempengaruhi masyarakat, khususnya *muzakki* agar mau menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqahnya.

2. Tujuan *Fundraising*

1) Mengumpulkan dana

Hal ini merupakan tujuan *fundraising* yang paling mendasar. Apabila suatu kegiatan fundraising tidak dapat mengumpulkan dana, maka kegiatan fundraising tersebut dapat dikatakan fundraising yang gagal. Dana yang dimaksud adalah dana zakat, infaq dan shadaqah serta dana derma lainnya yang memungkinkan organisasi dapat menggunakannya untuk merealisasikan program maupun operasional organisasi.

2) Meningkatkan jumlah *muzakki* atau donator

Dalam organisasi nirlaba maupun lainnya, peningkatan jumlah dana menjadi tujuan jangka panjang. Untuk meningkatkan jumlah dana terdapat dua acara, yakni menambah jumlah donasi dari donator yang ada dan kedua menambah jumlah donator. Dalam hal ini menambah jumlah donator menjadi pilihan yang tepat sehingga donator tetap tidak akan merasa diberatkan dengan adanya kebijakan organisasi untuk menambah donasinya.

3) Meningkatkan kepuasan *muzakki*

Untuk menjaga keberlanjutan kegiatan *fundraising*, maka organisasi harus bisa menjaga kepercayaan dari *muzakki* atau donator dalam mengelola dana ZIS mereka. Tujuan ini merupakan tujuan yang berorientasi jangka Panjang. Hali ini berpengaruh terhadap nilai donasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang akan diberikan kepada lembaga dengan menambah nilai atau intensitas donasi serta dengan memuaskan *muzakki* akan berdampak terhadap peningkatan jumlah *muzaaki*. Sebab *muzakki* yang puas akan menceritakan kepuasannya kepada *muzakki* dan donator yang lainnya serta akan.

4) Membangun, mempertahankan dan menjaga citra lembaga

Kegiatan *fundraising* secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga. Hal ini disebabkan oleh karena *fundraising* merupakan wajah dari organisasi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat umum khususnya calon muzakki. Dalam kegiatan *fundraising* terjadi interaksi antara *fundraiser* dengan calon *muzakki* atau donator. Dalam interaksi inilah akan timbul sikap atau respon dari calon *muzakki* atau donator yang ditimbulkan melalui proses penyampaian informasi oleh *fundraiser*. Apabila respon yang dihasilkan positif, maka secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga yang baik pula.

5) Menghimpun simpatisan, relasi dan pendukung

Simpatisan, relasi dan pendukung merupakan seseorang yang tertarik terhadap lembaga pengelola ZIS namun belum dapat membantu Lembaga tersebut dalam bentuk dana. Sehingga meraka akan melakukan apa pun yang dapat mereka lakukan untuk membantu Lembaga tersebut terutama dalam menyampaikan kesan baik kepada masyarakat sekitarnya. Donasi dalam bentuk ini juga penting dalam rangka membantu dalam kegiatan promosi.[29]

[29] Ibid, 61-62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Model *Fundraising*

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, Murtadho Ridwan menjelaskan bahwa terdapat banyak model dan teknik yang bisa dilakukan. Namun, secara mendasar model *fundraising* dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1) *Direct Fundraising*

Direct Fundraising merupakan teknik penghimpunan yang melibatkan partisipasi *muzakki* atau donatur secara langsung. Dalam model ini, interaksi maupun respon dari *muzakki* atau donatur dapat langsung seketika itu dilakukan dengan mudah setelah mendapatkan sosialisasi dari *fundraiser*, baik perorangan maupun lembaga. Contoh dalam model ini diantaranya adalah *direct mail*, *direct advertising* dan *telefundraising*.

2) *Indirect Fundraising*

Indirect Fundraising merupakan teknik penghimpunan yang tidak melibatkan partisipasi *muzakki* atau donatur secara langsung. *Fundraiser* tidak menyediakan akomodasi terhadap respon *muzakki* atau donatur seketika itu. Dalam pengertian yang singkat, model ini tidak mengarahkan *muzakki* atau donatur untuk melakukan transaksi donasi pada saat itu juga, namun lebih kepada promosi dalam menguatkan citra lembaga. Contoh dalam model ini diantaranya adalah *advertorial*, *image compain* dan penyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi dan mediasi para tokoh. [30]

4. Strategi *Fundraising Zakat Infaq Shadaqah*

[30] Murtadho Ridwan, "Analisis Model *Fundraising* dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karangayar Demak", *Jurnal Penelitian, Vol.10, No.2* (Agustus, 2016), 301. Diakses dari http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/1879 pada 12 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam kegiatan *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donator, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari *fundraising*, maka suatu lembaga membutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.[31]

Strategi *fundraising* menghasilkan analisis mengenai faktor internal dan eksternal organisasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan apa yang akan ditawarkan atau dijual oleh organisasi serta kepada siapa sesuatu itu akan dijual. Senada dengan pendapat Hamid Abidin bahwa strategi *fundraising* merupakan suatu alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam memobilisasi sumber dana.[32] Secara lebih sederhana, strategi *fundraising* merupakan sederetan tahapan mulai dari formulasi, implementasi dan evaluasi strategi.

a. Formulasi Strategi

Formulasi atau merumuskan strategi merupakan hal yang sangat kompleks. Hal ini disebabkan oleh tujuan-tujuan strategis suatu

[31] Suci Utami Wikaningtyas dan Sulastiningsih, "Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Bantul", *Jurnal Riset Manajemen, Vol. 2, No. 01,* (Juli, 2015), 136. Diakses dari http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/view/169 pada tanggal 14 Maret 2019

[32] Hamid Abidin dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, serta Strategi Penggalangannya,* (Depok: Piramedia, 2009), 134.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organisasi yang merupakan hasil dari wewenang, misi, visi maupun nilai-nilai keorganisasian akan diracik dan diolah menjadi strategi yang objektif.

Dalam memformulasikan suatu strategi organisasi, terdapat beberapa hal yang harus ditetapkan, diantaranya:

1) Perencanaan untuk mencapai sasaran-sasaran yang hendak diraih guna mewujudkan sebagian atau keseluruhan visinya.
2) Langkah apa yang akan ditempuh untuk meraih sasaran-sasaran yang telah direncakan sebelumnya.

Pada tahap selanjutnya, strategi-strategi yang telah direncanakan dibagi dalam perencanaan program-program riil berjangka pendek, menengah dan panjah yang bisa terjangkau, perencanaan operasional, serta perencanaan berbagai aktivitas. [33]

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan langkah yang krusial dalam proses strategi. Nilai atau manfaat yang dirasakan masyarakat bukan dari formulasi suatu strategi melainkan oleh implementasi yang memadai dari strategi tersebut. Mayoritas orang masih beranggapan bahwa pengimplementasian dari suatu strategi merupakan suatu proses alamiah yang akan mengalir begitu saja mengikuti formulasi strategi. Tentu ini merupakan suatu anggapan yang keliru karena sukses atau gagalnya implementasi strategi tergantung dari baik.

c. Kendala-Kendala Implementasi Strategi

[33] Aime Heene dkk, Manajemen Strategik keorganisasian public, (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), 172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Gaya manajemen atasan-bawahan yang serba intruksional atau yang serba bebas *(laissez-faire).*
2) Strategi yang tidak jelas dan prioritas-prioritas yang tumpang tindih.
3) Tim manajer senior yang tidak edukatif dan kurang komunikatif.
4) Komunikasi vertikal yang tersendat.
5) Komunikasi horizontal yang tersendat.
6) Kompetensi kepemimpinan yang kurang memadai.[34]

d. Faktor Pendukung Implementasi Strategi

1) Sistem informasi dari organisasi.
2) Kemampuan proses belajar dari organisasi.
3) Pengalokasian sarana-prasarana organisasi secara menyeluruh.
4) Struktur organisasi yang baku (termasuk pula sistem-sistem *monitoring* dari organisasi.
5) Kebijakan tentang manajemen SDM dari organisasi.
6) Merangkul pengaruh politis ditubuh organisasi.
7) Kultur dari organisasi. [35]

e. Evaluasi Strategi

Secara umum, langkah evaluatif atas strategi memiliki dua sasaran. Pertama-tama perlu dievaluasi terlebih dahulu sampai sejauh mana pilihan maupun maupun hasil dari strategi memenuhi harapan-harapan yang telah dicanangkan. Kedua, sudah selayaknya pula jika

[34] Ibid, 179.
[35] Ibid, 181-182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lamanya waktu berkiprah menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan seberapa besar strategi itu akan direvisi.

Pada dasarnya, tidak terdapat satu pun tolok ukur yang absolut untuk mengevaluasi atau mengukur apakah suatu strategi dikatakan baika atau masih belum baik. Strategi merupakan persepsi spesifik dari suatu tim manajemen terkait cara terbaik yang dapat ditempuh untuk menghadapi kendala-kendala yang telah diprediksikan. Namun, terdapat beberapa ciri yang dapat menjadi indikator terhadap efektivitas suatu strategi dan sekaligus dapat mengukur kredibilitas perealisasiannya. Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut:

1) Konsistensi. Suatu strategi tidak diperkenankan sedikit pun untuk merumuskan berbagai pencanangan sasaran maupun langkah-langkah operasional yang serba inkonsisten.
2) Penyesuaian diri. Suatu strategi harus senantiasa memberikan respon adaptif atas munculnya kendala-kendala dari lingkungan internal maupun eksternal organisasi.
3) Penciptaan nilai. Suatu strategi harus senantiasa meracik jalan keluar konseptual positif yang mendorong upaya penciptaan nilai yang seoptimal mungkin.
4) Potensi diri. Suatu strategi harus senantiasa tidak diperkenankan menilai secara berlebihan terhadap sarana-sarana yang tersedia ataupun merekayasa kreasi-kreasi baru yang justru sulit ditangani.[36]

[36] Ibid,186.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuan utama evaluasi strategi adalah memberi informasi kepada menajemen untuk mengambil keputusan dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi. Tiga aktivitas utama evaluasi strategi adalah:

a) Meneliti perumusan strategi apakah berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal, atau secara subjektif oleh manajemen puncak.
b) Membandingkan rencana kerja dengan kinerja (actual)
c) Membuat koreksi untuk perbaikan perumusan dan implementasi strategi.[37]

Menurut Hamid Abidin, Strategi *fundraising* merupakan siklus *fundraising* yang terdiri dari proses identifikasi calon donator, pengelolaan dan penjagaan donator, penggunaan metode *fundraising*, serta memonitoring dan mengevaluasi *fundraising* serta penerapannya.[38]

1. Identifikasi calon donator

Pada tahap awal, *fundraiser* mencoba untuk mengenali, memilah dan memilih siapa yang akan menjadi target dari donator potensial bagi penggalangan dananya. *Fundraiser* mempelajari profil dan segala hal yang berkaitan dengan calon donator untuk kemudian dijadikan pertimbangan dalam menentukan strategi *fundraising* yang sesuai dengan calon donator. *Fundraising* dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu *retail fundraising* dan *institusional fundraising*. *Retail fundraising* melakukan penggalangan dana yang

[37] Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis,* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 195.
[38] Hamid Abidin dkk, *Membangun Kemandirian,* 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersumber dari donator perorangan. Sedangkan *institusional fundraising* lebh berfokus pada penggalangan yang bersumber dari lembaga atau organisasi, misalnya perusahaan, lembaga donor, pemerintah dan yayasan amal lainnya.

2. Pengelolaan dan penjagaan donator

Pengelolaan donator adalah sebuah upaya untuk merangsang dan mempengaruhi donator agar dapat meningkatkan jumlah donasinya, menyumbang untuk program tertentu maupun menjadikan donator tidak tetap menjadi donator tetap. Sedangkan penjagaan donator adalah upaya untuk menjaga hubungan baik dengan donator dengan senantiasa menjalin komunikasi, melibatkan donator dalam berbagai kegiatan, memberikan informasi, melakukan kunjungan hangat memberikan hadiah maupun membantu donator dalam menyelesaikan masalahnya.

3. Penggunaan metode *fundraising*

Penggunaan *metode fundraising* yang tepat dapat sangat berpengaruh terhadap besarnya jumlah donasi yang diperoleh. Oleh karena itu, seorang fundraiser haruslah seseorang yang dapat mengenali keadaan donator sehingga dapat menentukan metode apa yang harus digunakan untuk donator tersebut.

Menurut M. Kalida, terdapat empat metode dalam *fundraising*, yaitu *face to face, direct mail, special event,* dan *campaign.*[39]

[39] Muhsin Kalida, "Fundraising *dalam Studi Pengembangan* Lembaga Kemasyarakatan", *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol. 5, No. 2* (Desember,), 156-159 diakses dari http://digilib.uin-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Face to face*

Metode ini dilakukan dengan berdialog langsung atau presentasi kepada calon donator dengan melakukan kunjungan ke kantor atau perusahaan. Dalam metode ini, lembaga membutuhkan *fundraiser* yang cakap dalam komunikasi verbal dan memiliki keterampilan sosial yang baik.

2) *Direct mail*

Metode ini dilakukan dengan melakukan ajakan secara tertulis kepada calon donator yang berisi ajakan untuk menyumbangkan dananya di lembaga *fundraising* yang didistribusikan melalui surat. Biasanya metode ini berbentuk proposal yang berisi segala hal yang berkaitan dengan lembaga dan program yang akan dijalankan beserta rincian dana yang akan dihabiskan.

3) *Special event*

Metode penggalangan dana yang satu ini memanfaatkan acara atau *event* tertentu sebagai wadah untuk mengumpulkan orang-orang yang akan menjadi calon donator. Acara yang digelar merupakan salah satu program dari lembaga *fundraising*. Sehingga secara tidak langsung dapat membuktikan kepada donator atau calon donator bahwa dana yang dihimpun dari mereka memang betul-betul disalurkan untuk merealisasikan program yang dulu ditawarkan.

---

suka.ac.id/8307/1/MUHSIN%20KALIDA%20FUNDRAISING%20DALAM%20STUDI%20PENGEMBANGAN%20LEMBAGA%20KEMASYARAKATAN.pdf pada tanggal 02 april 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) *Campaign*

Metode ini lebih mengacu pada *fundraising* dengan berkampanye melalui media komunikasi baik media elektronik ataupun media cetak yang dilakukan untuk berkomunikasi dan mempromosikan program kepada masyarakat calon donator.

4. *Monitoring* dan evaluasi *fundraising*

Metode ini dilakukan untuk memantau bagaimana proses yang dilakukan dalam kegiatan *fundraising* serta menilai efektivitasnya. Hal ini dilakukan untuk menilai seberapa efektif usaha yang dilakukan dan memastikan apakah ada permasalahan dalam pelaksanaannya serta seberapa besar pencapaian dari target yang ditentukan pada tahap formulasi strategi.

Abu Bakar dan Muhammad mengungkapkan tahapan-tahapan dalam strategi *fundraising* ZIS menjadi empat tahapan sebagai berikut:

a. Tahap Pertama
   1) Menentukan segmen dan target muzakki.
   2) Menetapkan *positioning strategy*, terutama yang menyangkut keunggulan BAZ.
b. Tahap Kedua
   1) Penyiapan SDM dan system operasi yang mampu meraih kepercayaan dari *muzakki*.
   2) Menyusun atau membenahi SDM yang memiliki moral dan kompetensi yang tepat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Memilih pengurus-pengurus organisasi zakat yang memiliki komitmen dan kompetensi untuk mengembangkan organisasi zakat utamanya dalam mengelola dan mensosialisasikan visi dan misi organisasi zakat.

4) Membangun sistem dan prosedur yang baik yang mendukung terpenuhinya standardisasi operasional dan menghindari penyimpangan, serta membuat dokumentasi dengan baik.

5) Membuat pelatihan bagi pengurus organisasi zakat tentang tata cara menghimpun zakat.

c. Tahap Ketiga, membangun sistem komunikasi dengan penekanan pada:

1) Pembangunan *database*, yaitu mereka yang memenuhi kriteria sebagai *muzakki* utama, yang akan menjadi sasaran dari kegiatan komunikasi.

2) Membangun sistem komunikasi yang permanen yang memungkinkan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan organisasi zakat secara utu\h.

3) Memilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan secara efektif dan efisien, seperti buletin yang representatif dan lengkap agar memuat informasi yang lebih banyak.

4) Melakukan proses komunikasi secara tepat dan teratur seperti komunikasi mingguan dan bulanan.

5) Melakukan kerjasama dengan media-media massa, baik media cetak maupun elektronik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Tahap Keempat, tahapan actuating (menyusun dan melakukan pelayanan) dengan tetap mengacu pada:

1) Segmen dan target *muzakki* utama sehingga dapat disusun bentuk pelayanan yang lebih tepat untuk mereka.

Pelayanan individu dengan pembayaran zakat melalui ATM atau antar jemput zakat. Dan pelayanan melalui pelatihan SDM dan pelatihan teknologi informasi.[40]

C. Kajian Tentang Zakat, Infaq dan Shadaqah

1. Zakat

Zakat merupakan pranata sosial-ekonomi yang lahir pada pada abad ke-7 M dan merupakan sistem kebijakan fiskal pertama di dunia yang memiliki kelengkapan aturan yang luar biasa[41]. Kelengkapan tersebut meliputi subjek pembayar zakat *(muzakki)*, objek harta zakat beserta tarifnya, batas minimal kepemelikan harta tidak terkena zakat *(nishab)*, masa kepemilikan *(haul)*, hingga orang yang berhak menerima zakat *(mustahiq).*

Zakat merupakan pungutan wajib atas individu yang memiliki harta dan telah sampai batas minimal terkena zakat (*nishab*), serta didistribusikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya, yakni fakir, miskin, *fi sabilillah*, *ibnu sabil*, *gharimin*, hamba sahaya dan *muallaf*.

Secara Bahasa, zakat berarti *al-barakatu* (keberkahan), *al-nama'* (pertumbuhan dan perkembangan), *at-thaharatu* (kesucian) dan *as-shahalu* (keberesan). Secara istilah, zakat merupakan bagian dari harta dengan

[40] Muhammad dan Abu Bakar, *Manajemen Organisasi*…,96-97.
[41] Yusuf al-Qardhawi, *Fiqh Zakah (terj.)* (Bogor: Pustaka Litera AntarNusa, 1998), 118-119.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persyaratan tertentu yang Allah wajibkan kepada pemiliknya untuk diberikan kepada yang berhak dengan aturan tertentu pula.[42]

Menurut Undang-Undang No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai syariat Islam.[43]

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa zakat adalah sebagian harta yang wajib dibayarkan oleh orang tertentu, kepada golongan tertentu, diambil dari jenis harta tertentu dan dibayarkan pada periode tertentu pula serta dengan takaran tertentu.

2. Infaq

Secara bahasa, *Al-Infaqu* berarti pembelanjaan.[44] Sedangkan secara istilah, infak adalah sebagian harta yang dikeluarkan untuk mencapai suatu kemaslahatan umum.[45] Sedangkan menurut Wahbah Az-Zuhaili, dalam *Fiqih Islam Wa Adillatuhu* menyatakan bahwa infaq adalah mengeluarkan harta (berinfak) untuk segala hal yang menjadi kebutuhan keluarga atau masyarakat berupa berbagai kemaslahatan dan kepentingan yang dibutuhkan.[46] Jadi dapat dikatakan bahwa infak memiliki cakupan yang lebih luas dari pada zakat.

Dilihat dari ketentuan hukumnya, infak lebih fleksibel dibandingkan dengan zakat. Pemberian infak dilakukan secara *volunteer* (suka rela) yang

---

[42] Ascarya, *Akad dan…*, 9.
[43] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Bab I, Pasal 1, ayat (2) diakses dari https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39267/uu-no-23-tahun-2011 pada tanggal 15 Februari 2019
[44] Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Arab-Indonesia Al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), 1449.
[45] Multifiah dan Satuman, *ZIS Untuk Kesejahteraan Ummat*, (Malang: UB Press, 2011), 46.
[46] Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, (Vol 7), Trj. Abdul Hayyie Al-Kattani, (Jakarta, Gema Insani, 2011), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didasarkan atas kemauan dan keputusan manusia, baik dalam hal jenis, jumlah, dan waktu pelaksanaanya. Sedangkan zakat adalah kewajiban yang segala ketentuannya telah ditetapkan oleh Allah SWT. Dalam setiap aspek-aspeknya.

Salah satu tujuan zakat dan infak adalah mengulurkan tangan kepada orang lemah dan membawanya kepada kondisi dimana dirinya akhirnya bisa hidup mandiri secara ekonomi dengan baik. Dapat dikatakan zakat dan infaq dapat menjadi solusi penanganan yang bersifat temporal bagi kondisi setiap orang miskin untuk menjadikannya bisa hidup mandiri secara ekonomi.[47]

Yusuf Al-Qardhawi menambakan ketentuan infak dapat bersifat dinamis sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat. Hal ini disebabkan karena tujuan infak adalah untuk mencapai kemaslahatan umum sehingga kadangkala dapat berstatus hukum *sunnah* maupun *fardlu*.[48] Oleh karenanya sangat penting peran zakat dan infaq dalam fungsi sosial karena bila ditunikan dengan sungguh-sungguh dapat menjadikan orang miskin menjadi mandiri.

3. Shadaqah

Zakat, infaq dan *shadaqah* memiliki pengertian yang beragam tegantung dari sudut pandang mana orang melihatnya. Namun ketiga istilah tersebut secara umum adalah sama, yakni shadaqah[49] sebagaimana disebutkan dalam surah At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

"Ambillah sebagian harta dari mereka sebagai shadaqah untuk membersihkan dan mensucikan meraka dengannya".

[47]Ibid, 54.
[48] Multifiah dan Satuman, *ZIS Untuk Kesejahteraan…*, 45.
[49] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah : Fiqh Mu'amalah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 347.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara bahasa, kata *shadaqah* berasal dari *fi'il madli shadaqa* yang berarti benar, nyata dan berkata benar. Sedangkan kata *shadaqatu* berarti *al-ihsan* (kebaikan, sedekah).[50] Sedangkan secara istilah, *shadaqah* adalah segala sesuatu yang diberikan untuk semata-mata mengharapkan ridlo Allah SWT. Jenis *shadaqah* sangat luas, dapat bersifat materi atau fisik *(tangible)* dan bersifat nonfisik *(intangible). Shadaqah* yang bersifat *tangible* memiliki dua ketentuan, yakni:

a) *Fardlu* (wajib)
   (1) *Fardlu 'Ain*, *shadaqah* yang diwajibkan bagi perorangan adalah zakat, baik zakat fitrah (jiwa) maupun *zakat maal* (harta)
   (2) *Fardlu Kifayah*, *shadaqah* jenis ini adalah *infaq.*
b) *Sunnah*, *shadaqah* yang bersifat sunah adalah sedekah itu sendiri.[51]

[50] Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Arab-Indonesia*…, 770.
[51] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah..*, 349.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DAN STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT, INFAQ, SHADAQAH DI LAZISNU DAN LAZISMU KABUPATEN PAMEKASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Deskripsi LAZISNU Kabepaten Pamekasan

a. Profil LAZISNU

Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) merupakan salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional yang mengelola *zakat, infaq, shadaqah* dan wakaf di bawah naungan organisasi Nahdlatul Ulama. LAZISNU terbentuk sejak Muktamar NU ke-31 tahun 2004 di Solo[1] yang berkhidmat untuk kesejahteraan umat dan mengangkat harkat sosial melalui pendayagunaan zakat, infaq dan shadaqah. LAZISNU telah berpayung hukum atau memiliki legal formal Lembaga sesuai dengan:

- PP nomor 60 tahun 2001
- Akte Pendirian LAZISNU
- SK Menteri Agama RI Nomor 65 Tahun 2005 tentang pengukuhan Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional.
- SK PBNU Nomor 14/A.II.04/6/2010

LAZISNU Kabupaten Pamekasan berdiri sejak tanggal 10 Syawal 1437 H. atau 14 Juli 2016 M. berdasarkan Surat Keputusan Pengurus

[1] Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, diakses di www.wikipedia.org pada 15 Desember 2018 pukul 23.46 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Pamekasan nomor 068/PC/A.II/L.34/VII/2016 tentang Pengesahan Pengurus Cabang Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) masa khidmat 2016-2021.

b. Visi dan Misi

- Visi :

  Melalui LAZISNU kita berdayakan warga NU dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

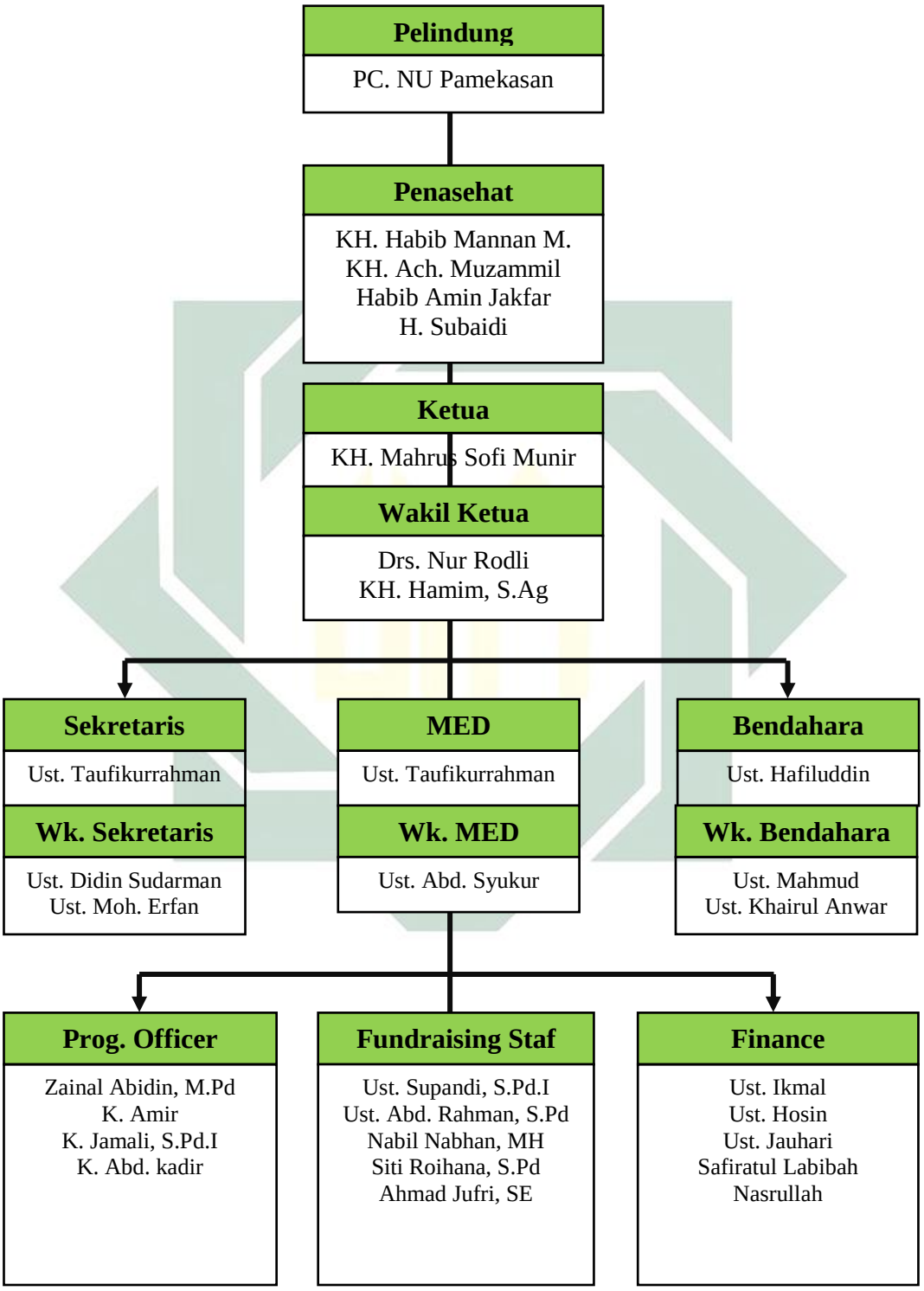
- Misi :

  1) Mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, infaq, shadaqah dengan rutin dan tepat sasaran.
  2) Menggumpulkan atau menghimpun dan mendayagunakan dana *zakat, infaq dan shadaqah* secara profesional, transparan, tepat guna dan tepat sasaran.
  3) Menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat guna mengatasi problem kemiskinan, pengangguran dan minimnya akses pendidikan yang layak, sehingga mengantarkannya menjadi *muzakki* (sekarang *mustahik*, besok *muzakki*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Struktur Pengurus

Gambar 3.1
STRUKTUR PENGURUS CABANG LAZISNU PAMEKASAN



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Program LAZISNU Kabupaten Pamekasan

1. NU-Care

Secara bahasa, istilah *care* memiliki arti peduli. Program NU-Care merupakan program LAZISNU yang bersentuhan langsung dengan masyarkat yang tidak mampu dalam bidang finansial. Program ini bertujuan untuk meningkatkan nilai kemanusian, membantu sesama sebagai suadara kita, baik karen hubungan kita sebagai sudara sesama umat islam *(ukhuwah Islamiyah)*, atau saudara sesama bangsa Indonesia *(ukhuwah wathaniyah)*, maupun saudara sesama manusia *(ukhuwah insaniyah)*. Dalam bidang sosial kemasyarakatan, rasa simpati amat sangat dibutuhkan. Segala macam bentuk bantuan, bahkan kecil sekalipun sangat dibutuhkan bagi meraka yang membutuhkan.

LAZISNU menyadari bahwa tidak semua individu dapat membantu secara langsung dan cukup dalam meringankan beban mereka. Maka disinilah peran LAZISNU untuk mengumpulkan atau menghimpun bagian demi bagian harta, sedikit demi sedikit dari masyarakat yang peduli untuk kemudian disatukan dan diberikan kepada mereka yang membutuhkan. Sehingga dengan adanya LAZISNU masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi menengah ke bawah pun dapat menyatukan kekuatan untuk berbagi meringankan beban sesama. Wujud nyata dari program NU-Care adalah santunan anak yatim dan kaum dhuafa, bedah rumah dan bantuan bencana.

Program santunan dilakukan dua kali dalam setahun, yakni pada bulan Ramadlan dan pada tanggal 10 Muharram tahun Hijriyah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan untuk bantuan bencana bersifat insidental. Program bantuan bencana merupakan program gotong royong antara LAZISNU pusat dan LAZISNU cabang di seluruh Indonesia. Setiap LAZSINU cabang memberikan kontribusi bantuan yang kemudian dikumpulkan di LAZISNU pusat untuk direkapitulasi dan di salurkan ke para korban bencana.

2. NU-Smart

Istilah *smart* memiliki arti cerdas. Program NU-*Smart* merupakan bentuk kepedulian LAZISNU terhadap anak-anak yang berasal dari keluarga tidak mampu dan tidak terdidik *(uneducated)*. Program ini memberikan bantuan pendidikan dalam bentuk beasiswa penuh mulai dari awal pendidikan hingga akhir sampai mereka mendapatkan pekerjaan.

Dalam program NU-Smart ini LAZISNU mempunyai cita-cita yang besar agar nantinya masyarakat Indonesia utamanya warga NU yang berada dibawah garis kemiskinan anak-anaknya bisa merasakan dunia sekolah sehingga mereka nantinya bisa mengejar cita-cita mereka. Oleh karena itu program ini sangat cocok dengan anak-anak kurang mampu yang ingin mengejar cita-cita mereka.

3. NU-Skill

Program NU-Skill bertujuan untuk membina dan melatih masyarakat yang tidak memiliki keterampilan khusus atau memiliki keterampilan tapi tidak mempunyai media untuk menyalurkannya. Hal ini bertujuan untuk mengurangi jumlah pengangguran secara umum di Indonesia dan pengangguran di wilayah kerja LAZISNU lebih khususnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Program ini mendorong kemandirian masyarakat agar tidak tergantung dengan siapa pun dalam rangka meningkatkan taraf ekonominya. Meskipun di era sekarang tenaga manusia telah banyak digantikan oleh mesin, namun ada satu hal yang tidak dapat ditiru yaitu kreatifitas dan inovasi. Oleh karena itu, LAZISNU menyadari bahwa meningkatan kualitas SDM sangat penting sehingga membuat program NU-*Skill*.

4. NU-Preneur

NU-Preneur merupakan salah satu penyaluran ZIS yang bersifat produktif. Program ini bertujuan untuk membantu masyarakat yang memiliki usaha namun tidak memiliki modal untuk mengembangkannya. Program ini memiliki dampak yang sama dengan program sebelumnya, yaitu sama-sama memberikan bekal untuk dapat berinteraksi dalam dunia kerja atau bisnis. Namun, terdapat perbedaan mendasar diantara keduanya, yaitu pada apa yang diberikan. NU-Skill memberikan bantuan dalam bentuk pelatihan skill sedangkan NU-Preneur memberikan bantuan dalam bentuk modal finansial dan pembinaan.

Usaha yang dibiayai oleh LAZISNU akan mendapatkan pelatihan dan pendampingan dari pihak LAZISNU. Sehingga hal ini akan meminimalisir kerugian usaha. NU-Preneur dapat disamakan dengan bantuan dana bergulir. LAZISNU memberikan modal kepada pengusaha, namun pengusaha tersebut tidak boleh menghabiskan atau menggunakan dana tersebut. Yang boleh digunakan adalah keuntungan usahanya saja. Setelah usaha tersebut berkembang dan bisa memodali sendiri, maka dana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu diambil oleh pihak LAZISNU untuk kemudian disalurkan ke pengusaha-pengusaha lain yang membutuhkan.

2. Deskripsi LAZISMU Kabepaten Pamekasan

a. Profil LAZISMU

Cikal bakal terbentuknya LAZISMU Kabupaten Pamekasan berawal dari 2002 yang dikelola pertahun sampai tiba pada tahun 2010 LAZISMU Efektif dikelola dengan setiap bulan dengan jam kerja masuk dari senin – jumat mulai jam 08:00-13:00 WIB.

LAZISMU adalah lembaga nirlaba tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. LAZISMU berdiri pada tahun 2002 yang ditandai dengan penandatangan deklarasi oleh Prof. Dr. HA. Syafi'i Ma'arif, MA (Buya Syafi'i) dan selanjutnya dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 730/2016 (Menggantikan SK Kemenag R.I. No. 457/2002).

Berdirinya LAZISMU dimaksudkan sebagai institusi pengelola zakat dengan manajemen modern yang dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesai masalah (problem solver) kondisi keumatan yang terus berkembang.

Dengan budaya kerja amanah, professional dan transparan, LAZISMU Pamekasan berusaha mengembangkan diri menjadi Lembaga Zakat terpercaya. Dan seiring waktu, kepercayaan public semakin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menguat. Dengan spirit kreatifitas dan inovasi, LAZISMU senantiasa menproduksi program-program pendayagunaan yang mampu menjawab tantangan perubahan dan problem sosial masyarakat yang berkembang.

b. Visi dan Misi

- Visi : Menjadi Lembaga Amil Zakat Terpercaya
- Misi :
  1) Optimalisasi pengelolaan ZIS yang amanah, profesional dan transparan;
  2) Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif;
  3) Optimalisasi pelayanan donator

c. Kebijakan Srategis Pendayugunaan

1) Prioritas penerima manfaat adalah kelompok fakir, miskin dan fisabilillah.
2) Pendistribusian ZIS dilakukan secara terprogram (terencana dan terukur) sesuai core gerakan Muhammadiyah, yakni: pendidikan, ekonomi, dan sosial-dakwah.
3) Melakukan sinergi dengan majelis, lembaga, ortom dan amal-usaha Muhammdiyah dalam merealisasikan program.
4) Melakukan sinergi dengan institusi dan komunitas diluar Muhammadiyah untuk memperluas domain dakwah sekaligus meningkatkan awareness public kepada persyarikatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Meminimalisir bantuan karitas kecuali bersifat darurat seperti di kawasan timur Indonesia, daerah yang terpapar bencana dan upaya-upaya penyelamatan.
6) Intermediasi bagi setiap usaha yang menciptakan kondisi dan faktor-faktor pendukung bagi terwujudnya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. [Visi Muhammadiyah 2025]
7) Memobilisasi pelembagaan gerakan ZIS di seluruh struktur Muhammadiyah dan amal usaha.

d. Struktur Pengurus

Gambar 3.2

Struktur Pengurus Lazismu Pamekasan Periode 2015-2020
Dewan Pengawas Syariah

Ketua : H. Daeng Ali Taufik, S.KM, M.M

Anggota : Dr. Ec. Gazali, MM

Anggota : Drs. Imam Santoso, M.Si

Badan Pengurus

Matnin, S.HI, M.EI dan Azis Azhari,M.HI.

Manajer : Khairul Jannah, S.Pd.I, M.M

Finance : Huddin Imam Ahmad,S.Pd.I.

Fundrising : Taufikurrahman, Achmad Riady.

Marketing : Moh. Jamal,S.Pd.I

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Program Pendayagunaan ZIS di LAZISMU Kabupaten Pamekasan

Adanya kebijakan dan manajeman pengelolaan kerja ataupun program kerja yang dtetapkan bersama oleh semua pengelola pengurus LAZISMU Kabupaten Pamemkasan yang mengacu kepada Program-program Pimipnan Pusat dan Pimpinan Walaya LAZISMU maka dihasilkanlah program-program strategi dalam pendayagunaan dana Zakat Infaq Shadaqah LAZISMU Kabupaten Pamekasan, sebagi berikut:

1) PENDIDIKAN
   - Beasiswa : Berkah, Dhuafa' dan Prestasi
   - Bantuan kesejahteraan guru
   - Sekolah Asuh
   - Beasiswa Prestasi
   - Santunan pemberdayaan guru

2) **DAKWAH**

Program ini merupakan upaya untuk mengoptimalkan peran dan fungsi da'i yang melakukan aktifitas dakwah di wilayah pelosok melalui penyebaran dan distribusi da'i ke wilayah pedalam: peduli kader da'i dan penerbitan media dakwah

3) **SOSIAL**

Upaya meminimalisir kesenjangan sosial, maka perlu pos dana Zakat Infaq Shadaqah untuk peningkatan pelayanan sosial antara lain: Santunan Yatim**,** Medical Mobile Service dan Peduli Lansia. Terbukti program sosial ini sangat bermanfaaat bagi masyarakat terutama pada waktu-waktu tertentu seperti di bulan Romadhon.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) EKONOMI

Program strategis ZIS Produktif (ZISPRO) agar akses permodalan tidak terjebak pada praktek ribawi antara lain: Modal usaha dan Pembinaan dan pelatihan UKM. Salah satu contoh pelaksanaan ZISPRO terjadi pada kerjasama LAZISMU dengan anggota pada kerjasama pengembangan dan penggemukan hewan ternak kambing. Adanya program ini sangat membantu terhadap kemaslahatan kedua belah pihak dan hasil serta ruginya dinikmati bersama juga.

5) TAFAQUR (Tabungan Fasilitas Qurban)

Bagi mitra donator yang memiliki niat untuk berqurban dengan cara menabung. Tabungan ini menggunakan prinsip mudharabah mutlaqah dengan nisbah yang kompetitif. Penarikan hanya dapat dilakukan menjelang hari idul adha.

6) WAQAF MOBIL

Wakaf mobil adalah merupakan sebuah layanan LAZISMU Kabupaten untuk kepentingan umat. Yang diantara penggunaannya adalah untuk operasional LAZISMU, antar jemput Da'i, sebagai media dakwah atau syiar Islam, siaga bencana alam dan keperluan ummat lainnya.

Pada tahun ke tiga kepemimpinan Ustad Khairul Jannah, S.Pd.I, M.M tepatnya pada tahun 2017 Alhamdulillah LAZISMU Kabupaten Pamekasan mempunyai waqaf mobil dan pencapaian ini tidak lepas dari manajemen pengelolaan, semangat juang serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

efektifitas kerja semua pengelola dan pengurus LAZISMU Kabupaten Pamekasan.[2]

7) TAHFIDZ

Program tahfidz merupakan suatu sistem dan cara yang dilakukan LAZISMU Kabupaten Pamekasan dalam menjaga, merawat serta membina anak-anak, pemuda dan umat Islam dalam menghafal Al-Qur'an. Program pembinaan tahfidz ini sudah berjalan dibeberapa tempat di Kabupaten Pamekasan seperti di Masjid At-Taqwa Pamekasan Kota, Larangan Luar di Masjid Baitul Muttaqin, Pakong, Waru, dan Laden.

Program ini sangatlah bagus teradap kemajuan agama Islam ditegah-tegah zaman yang serba canggih dimana LAZISMU juga hadir dalam pembinaan dan merawat para hafidz.

B. Formulasi Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan

Strategi *fundraising* menjadi elemen terpenting dalam memasarkan produk penghimpunan dana pada lembaga atau organisasi nirlaba, seperti Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah dan Wakaf (ZISWAF). Dengan adanya strategi ini, masyarakat secara umum, khususnya muzakki dapat mengetahui dan mendapat informasi yang komprehensif tentang program-program yang akan dijalankan oleh *fundraiser* yang tidak lain adalah lembaga amil zakat itu sendiri.

Adanya strategi *fundraising* bertujuan meningkatkan kepercayaan *muzakki* dan masyarakat secara umum dan membentuk kesan lembaga amil zakat yang

[2] Khairul Jannah, Manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di Kantor LAZISMU Jl. Kamboja NO. 25 Pamekasan pada 02 Juli 2019, 13:05 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

transparan dan dapat dipercaya dalam mengelola dana filantropi yang terhimpun. Sehingga hal ini juga akan meningkatkan jumlah dana ZIS yang dihimpun pada lembaga amil zakat yang bersangkutan. Formulasi strategi *fundraising* merupakan acuan dasar dan pedoman para *fundraiser* dalam mencapai target dan cita-cita lembaga amil zakat.

Sangatlah penting memahami dan melaksanakn konsep formulasi strategi *fundraising* dengan baik bagi para *fundraiser* agar bisa dengan mudah dalam mencari calon *muzakki* serta merawat para *muzakki*. kedua lembaga Lembaga amil zakat yaitu LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan sama-sama memiliki formulasi strategi *fundraising* yang baik dalam menjalankan lembaga masing-masing.

Peneliti mencoba menanyakan secara langsung kepada ketua dan pengurus serta petugas *fundraising* kedua lembaga LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan, sesuai dengan penyampaian K. Marus Sofi Munir ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan tentang formulasi strategi *fundraising* yang dilakukan sebagai berikut:

> "Formulasi strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Pamekasan dalam menjalankan LAZ yaitu dengan mengacu kepada program-program formulasi strategi dari Pimpinan Wilayah Jawa Tumur LAZISNU yang mengacu pada visi dan misi serta tujuan LAZISNU Pusat. Seterusnya ditambah dengan strategi sesuai dengan kultur budaya serta sosial ekonomi masyarakat Pamekasan khususnya warga NU contohnya seperti strategi penghimpunan hasil gabah (hasil panen padi). Formulasi strategi ini di sosialisasikan pengurus LAZISNU Kab. Pamekasan kepada MWC-MWC[3] NU se-Kabupaten Pamekasan utamanya para Kiai, Ustad dan para Tokoh masyarakat yang berpengaruh. Dengan harapan agar program LAZISNU bisa tersampaikan dengan baik dan bisa mencapai hasil yang maksimal."[4]

---

[3] MWC adalah singkatan dari Majelis Wakil Cabang yang merupakan organisasi dibawah naungan Nahdlatul Ulama yang bertugas mendakwahkan ajaran *Alhlus Sunnah Wal Jamaah* di tingkat kecamatan

[4] K. Mahrus Sofi Munir, Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di desa Pademawu pada 20 Juni 2019, 16. 15 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pernyataan senada disampaikan oleh Ahmad Jufri S.E selaku petugas *fundraising* di LAZISNU Kabupaten Pamekasan terkait formulasi yang dilakukan oleh LAZISNU. Menurut Ustad Jufri LAZISNU Kabupaten Pamekasan memang menggunakan formulasi sesuai yang digunakan oleh LAZISNU Jatim, akan tetapi penambahan strategi sesuai dengan kultur sosial ekonomi masyarakat adalah tambahan formulasi strategi yang digunakan agar bisa mencapai target dan cita-cita LAZISNU dengan mudah serta dan diterima oleh masyarakat Pamekasan khususnya warga NU.

Pelaksanaan formulasi strategi *fundraising* di LAZISNU Kabupaten Pamekasan haruslah maksimal agar hasilnya juga maksimal. Sebagus apapun formulasi strategi akan sia-sia bila tidak dilaksanakan dengan benar dan didukung dengan komonikasi yang baik. Habib Amin Jakfar mangatakan perlunya dukungan dan komunikasi yang baik dalam suatu formulasi strategi yang tertuang dalam bentuk program-program LAZISNU Kabupaten Pamekasan dari semua warga NU se-Kabupaten Pamekasan dengan alasan bahwa NU adalah organisasi besar dengan ummat yang banyak sehingga bila separuh saja warga NU Pamekasan apalagi semuanya mendukung maka LAZISNU Kabupaten Pamekasan akan sangat maju.

Komunikasi LAZISNU haruslah baik dengan pengurus MWC-MWC se-Kabupaten Pamekasan dan semua pihak-pihak potensial mendukung program-program LAZISNU contohnya konsitensi pemeliharaan KOIN-NU di alfamart se-Kabupaten Pameaksan dan yang ada di beberapa pertokoan yang sudah menjadi patner kerkajasama. Ditambah dengan pertanggung jawaban yang amanah. Semua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal ini menjadi modal serta acuan formulasi strategi *fundraising* dalam menjalankan LAZISNU Kabupaten Pamekasan.

Sedangkan di LAZISMU Kabupaten Pamekasan formulasi strategi *fundraising* yang di pakai hampirsama dengan yang dipakai oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan tetapi ada perbedaan pada sektor cara penggunaan strategi, pengembangan SDM dan pemanfaatan teknologi. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Khairul Jannah, S.Pd.I M.M selaku manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan yaitu:

> "Formulasi strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISMU Kabupaten Pamekasan mengacu pada formulasi dari Pimpinan Pusat LAZISMU terus turun ke Pimpinan Wilayah Jawa Timur seterusnya baru ke Pimpinan Daerah Kabupaten Pamekasan. Formulasi strategi ini dilaksanakan dimodifikasi sesuai dengan keadaan sosial ekonomi, kultur masyarakat Pamekasan dan kemajuan teknologi ditambah dengan penguatan pola piker serta etos kerja para pengurus LAZISMU kususnya para *fundraiser* seperti "pengurus harus LAZISMU yakin bahwa semua masyarakat mau ikut menjadi donator LAZISMU tidak boleh tebang pilih dan menyerah sebelum berjuang". Bapak Khairul menambahkan seyokyanya formulasi strategi ini dilakukan dengan akhlak yang baik serta sopan santun yang sesuai dengan ajaran Islam tampa menjelek-jelekkan lembaga LAZ lain.[5]

Pendapat ini dikuatkan oleh ketua badan pengurus sekaligus Direktur LAZISMU Kabupaten Pamekasan Bapak Matnin, S.HI, M.EI bahwa dalam menjalankan LAZISMU formulasi yang dipakai sesuai dengan program dan strategi Pimpinan Pusat dan Pimpinan Wilayah Jawa Timur ditambah dengan penguatan kualitas SDM pengurus LAZISMU seperti para pengurus yang berkompeten diberikan biasiswa melanjutkan pendidikan. Peningkatan layanan untuk para *muzakki* yaitu lewat peluncuran aplikasi BMT Sang Surya yang bisa berdonasi lewat HP android dan donasi lewat Gojek.

[5] Khairul Jannah, Wawancara langsung di Kantor LAZISMU KC. Pamekasan, Rabu 17 Juli 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut penuturan manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan semua formulasi yang disampaikan menjadi acuan dan pedoman dalam beberapa tahun perjalanan LAZISMU. Hasilnya Alhamdulillah baik bahkan bisa memenuhi target yang telah dirancang oleh pengurus dan bisa memuaskan para *muzakki* dengan pelayanan dan pertanggung jawaban yang amanah.

C. Implementasi Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan

1) Implementasi Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan

Pendapatan jumlah dana *zakat, infaq, dan shadaqah* yang dihimpun oleh LAZISNU Cabang Kabupaten Pamekasan menunjukkan pencapaian bagus. Pada tahun 2018, besar penerimaan yang diperoleh mencapai Rp. 1,5 Miliyar. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU berjalan dengan baik.

Peneliti mencoba menanyakan secara langsung kepada K. Mahrus Sofi Munir sebagai ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan tentang strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan sehingga dapat mengumpulkan penerimaan yang besar dalam satu periode terakhir sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

> "Besarnya penerimaan LAZISNU pada tahun 2018 tidak lain karena berkat kerjasama dengan MWC-MWC[6] NU se-Kabupaten Pamekasan. Alhamdulillah berkat kerjasama tersebut, pengumpulan zakat *fitrah* maupun *infaq-shadaqah* serta bentuk derma lain seperti hewan kurban dapat dihimpun dari masyarakat dari masing-masing ranting[7] NU di Kabupaten Pamekasan. Namun, dari besarnya penerimaan itu masih

[6] MWC adalah singkatan dari Majelis Wakil Cabang yang merupakan organisasi dibawah naungan Nahdlatul Ulama yang bertugas mendakwahkan ajaran *Alhlus Sunnah Wal Jamaah* di tingkat kecamatan

[7] Ranting merupakan organisasi di bawah naungan Nahdlatul Ulama yang bertugas di tingkat desa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sangat kurang jika dibandingkan dengan banyaknya kaum nahdliyin di Kabupaten Pamekasan. Itupun yang kami ajak kerjasama bukan secara keseluruhan, tapi masih banyak MWC-MWC NU yang belum kami jangkau karena masih belum diadakan sosialiasi kepada ranting-ranting disana. Oleh karena itu kami dalam beberapa bulan ini fokus untuk melakukan sosialisasi ke tingkat MWC dan ranting agar kedapannya pengumpulan ZIS dapat lebih maksimal"[8]

Erfan membenarkan pernyataan K. Mahrus Sofi di atas bahwa proses sosialisasi ke semua MWC masih belum rampung. Saat ini hanya terdapat lima Kecamatan yang sudah dilakukan sosialisasi oleh pihak LAZISNU, yaitu Kecamatan Pademawa, Kecamatan Galis, Kecamatan Proppo, Kecamatan Tlanakan, dan Kecamatan Waru. Menurut Erfan, kegiatan *fundraising* LAZISNU di Kabupaten Pamekasan masih berjalan 30%. Oleh karena itu, sosialiasi ke setiap MWC harus cepat diselesaikan.[9]

Dari pendapatan penerimaan yang dilakukan oleh LAZISNU ada beberapa program unggulan seperti yang disampaikan oleh Moh. Erfan selaku Fundraising Staff sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

> "Saat ini yang paling prospek dan paling banyak meningkatkan jumlah dana ZIS adalah zakat fitrah. Tahun lalu sekitar 800 juta dapat dikumpulkan oleh LAZISNU. Ya, tentu ini tidak lepas dari peran MWC NU yang sangat kompak dan aktif. Untuk selanjutnya kita sedang melakukan sosialisasi gerakan Koin-NU yang saya yakin jika ini dijalankan betul-betul secara maksimal oleh MWC-MWC NU dan ranting-rantingnya, akan menjadi kekuatan yang luar biasa dalam menggalang dana zakat infaq dan shadaqah yang tujuan akhirnya adalah memberikannya kepada yang berhak dengan tepat sasaran sehingga dapat membantu mengurangi beban keluarga tidak mampu serta memajukan ekonomi masyarakat bawah melalui pengumpulan koin-koin, receh demi receh tapi bersinergi secara aktif. Kata-kata yang selalu saya ingat bahwa sesuatu yang besar itu berasal dari hal kecil dulu."[10]

---

[8] K. Mahrus Sofi Munir, Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di desa Pademawu pada 20 Maret 2019, pukul 16. 15 WIB

[9] Erfan, Divisi Fundraising LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di Desa Desok Pademawu pada tanggal 28 Mei 2019 pukul 16.30 WIB

[10] Moh. Erfan, Wakil Sekretaris, Wawancara langsung di desa Pademawu pada tanggal 29 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ahmad Jufri memiliki argumentasi dan optimisme yang senada sebagaimana hasil wawancara berikut:

> "Saya optimis program koin Nu ini sukses dan bisa diterima di masyarakat. Para ranting kita kasi kaleng untuk dibawa ke rumah masing-masing. Lalu kaleng itu dibawa lagi ketika koloman lailatul ijtima'. Ketika sosialisasi kita anjurkan kepada mereka untuk berinfak 'one-day one-thousand' sehari seribu rupiah dan kita juga sarankan agar mereka mengambil uang seribu itu dari uang belanja perharinya. Jadi misal sehari belanja Rp. 10.000,-, kita anjurkan ambil seribunya buat ditaruh di kotak infak. Apalagi ranting-ranting NU di Pamekasan banyak, lebih dari 180 ranting. Di pademawu saja rantingnya ada 22. Jika semua ranting itu aktif melakukan fundraising dari kotak koin itu, insyaallah tidak lama Pademawu akan sejahtera dan melahirkan masyarakat mandiri karena kita penyalurannya nanti tidak hanya buat santunan, tapi juga modal usaha."[11]

Disamping itu LAZISNU harus terus maju sesuai dengan pernyataan Habib Amin Jakfar selaku Pembina LAZISNU Kabupaten Pamekasan bahwa LAZISNU akan terus melakukan terobosan-terobosan baru agar penghimpunan zakat dapat semakin merata dan maksimal, sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

> "Salah satu terobosan besar yang telah kita lakukan sementara ini adalah menaruh kotak amal di seluruh Alfamart di Kabupaten Pamekasan. kata temen-temen saya, untuk bisa diterima di Alfamart itu sangat sulit, tapi alhamdulillah saya lobby langsung ke managernya dan diterima. Selain itu, kita juga masuk ke toko-toko swalayan dan toko-toko retail kecil lainnya. Kita tidak berhenti disitu, kita juga melakukan strategi *fundraising* yang bersifat rutinan perbulan seperti donator dan kotak infaq yang kita sebut "Gerakan Koin NU" yang dijalankan setiap malam lailatul ijtima' dan ada juga yang bersifat rutinan pertahun seperti zakat fitrah dan shadaqah gabah ketika musim panen padi. Ada juga yang lewat transfer langsung ke rekening LAZISNU untuk yang punya rekening bank BRI. Untuk yang lewa rekening ini biasanya masyarakat yang mampu kelas menengah ke atas. Ada juga sekarang itu LAZISNU membuat aplikasi bayar zakat. Namanya NU-Chash yang bisa langsung di download palystore. Namun aplikasi ini masih belum banyak tau sehingga ini merupakan PR kita kedepan biar generasi-generasi milenial

[11] Ahmad Jufri, Fundraising Staff, Wawancara langsung di desa Pademawu pada tanggal 29 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sadar zakat dan membayar tanpa harus repot-repot pergi ke amilnya, tapi bisa langsung lewat gadgetnya."[12]

Moh. Erfan mengatakan pola pembayaran zakat melalui rekening dan aplikasi NU-Cash belum maksimal. Seperti hasil wawancara sebagai berikut:

> "Kita juga punya cara pembayaran zakat untuk kalangan masyarakat mampu dan sudah melek teknologi. Ada aplikai NU-Cash dan pembayaran ZIS lewat rekening LAZISNU langsung. Sayangnya, untuk pembayaran ZIS yang lewat rekening dan aplikasi ini masih belum maksimal karena kita belum buat kayak misal buletin untuk menginformasikan ke masyarakat. Media-media yang kita gunakan saat ini ada facebook dan website."[13]

Bagi masyarakat yang ingin membayar zakat, infaq dan shadaqah dapat melalui rekening BRI: 006101021484536. Masyarakat yang ingin mengetahui informasi tentang LAZISNU Kabupaten Pamekasan dapat melaui media dibawah ini:

a. Facebook : Lazisnu Pamekasan
b. Email : lazisnupamekasan@yahoo.com
c. Sms/call center : 085257196688
d. Website : lazisnupmk.or.id

Tabel 3.1 Data Alfamart Se-kabupaten Pamekasan

No.	Nama	Alamat
1.	Alfamart Pintu Gerbang	Jl. Pintu Gerbang, Astah, Gladak Anyar, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan
2.	Alfamart Gladak Anyar	Jl. Kabupaten No.33, Gladak Anyar, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan
3.	Alfamart Nyalabu Laok	Jl. Dirgahayu, Tengah, Nyalabu Laok, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan

[12] K. Habib Amin Jakfar, Pembina LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung, di Jl. Sersan Mesrul 86 pada tanggal 25 Mei 2019
[13] Moh. Erfan, Wakil Sekretaris, Wawancara langsung di desa Pademawu pada tanggal 29 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.	Alfamart Panglegur	Jl. Raya Panglegur, Pangloros, Panglegur, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan
5.	Alfamart Trasak	Trasak, Larangan, Kabupaten Pamekasan
6.	Alfamart Konang	Konang Daya, Konang, Galis, Kabupaten Pamekasan
7.	Alfamart Plak Pak	Bunut, Plakpak, Pegantenan, Kabupaten Pamekasan
8.	Alfamart Abdul Aziz	Jl. Abdul Aziz Pamekasan

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa dalam kegiatan *fundraising*, LAZISNU Kabupaten Pamekasan melakukan beberapa cara, sebagai berikut:

a. Bekerjasama dengan Alfamart Se-Kabupaten Pamekasan, toko-toko swalayan, toko-toko bahan bangunan, dan toko-toko kecil dengan meletakkan kotak amal di depan pintu masuk toko.
b. Mencari simpatisan, donator dan para dermawan untuk dijadikan donator tetap.
c. Menghimpun zakat fitrah pada selama bulan Ramadhan melalui bekerjasama dengan MWC dan Kyai NU di Kabupaten Pamekasan.
d. Mengumpulkan gabah pada musim panen padi di wilayah yang mayoritas berprofesi sebagai petani padi.
e. Menerapkan program penghimpunan yang berbasis ranting yang diberi nama Gerakan Koin NU
f. Menerapkan metode langsung melalui rekening LAZISNU dan aplikasi NU-Cash.

Pada tahun 2018 LAZISNU Kabupaten Pamekasan mendapatkan dana penerimaan ZIS sebesar Rp 1.551.641.161.000,00 dengan rincian penerimaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

zakat sebesar Rp 821.801.000,00 Infaq dan Shadaqah menerima dana sebesar Rp 333.583.500.,00 Qurban menerima dana sebesar Rp 389.030.000,00 di sektor NATURA[14] mandapatkan penerimaan dana Rp 7.200.000,00 dan di sektor dana non Halal atau bunga Bank menerima Rp 26.661.000,00.[15]

Semua pendapatan penerimaan dari penggalangan dana zakat infaq dan shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan pada tahun 2018 disalurkan kepada beberapa program yaitu: sektor pendidikan sebesar Rp 387.700.000,00 ditunaikan pada sektor kesehatan sebesar Rp 371.090.000,00 disektor ekonomi sebesar 187.000.000,00 pada sektor siaga bencana Rp 32.100.000,00 kepada penyelenggaraan Qurban Rp 389.030.000,00 serta pada pelaksanaan promosi dan edukasi sebesar Rp 53.849.000,00 dan upah pegawai Rp 6.600.000,00 serta di sektor Operasional dan Admenistrasi sebesar Rp 32.757.000,00 dengan jumlah pengeluaran yaitu 1.460.126.000,00.[16]

2) Implementasi Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISMU Kabupaten Pamekasan

LAZISMU Kabupaten Pamekasan memandang bahwa pengelolaan ZIS haruslah ditekuni dengan profesional agar manfaatnya juga akan terasa lebih setiap saat. Oleh karena itu LAZISMU Kabupaten Pamekasan dikelola dengan hari serta jam kerja yang jelas dan pengurus yang profesional. LAZISMU memandang bahwa strategi *fundraising* merupakan ujung tombak dari LAZ. Adanya pandangan seperti itu memicu pengurus dan petugas agar bisa piawai dalam memasarkan setiap program yang sudah tersaji contohya

[14] Penerimaan barang dengan taksiran rupiah yang disesuaikan dengan harga pasar di Kabupaten Pamekasan.
[15] Laporan penerimaan ZIS UPZIS NU Care LAZISNU Kabupaten Pamekasan Tahun 2018.
[16] Laporan pengeluaran ZIS UPZIS NU Care LAZISNU Kabupaten Pamekasan Tahun 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ketika kunjungan ke calon muzakki para petugas harus harus menawarkan berbagai program jika tidak mau menjadi donatur maka petugas arus menawarkan program insidentil. Bila belum mau petugas berikan majalah LAZISMU dengan harapan nanti calon *muzakki* ini bisa bergabung dilain waktu baik dengan cara menelfon atau langsung datang ke kantor LAZISMU.

Penjualan yang dilakukan oleh LAZISMU Kabupaten Pamekasan ada dua cara yaitu (1) Penjualan secara langsung, penjualan secara langsung contonya seperti kunjungan langsung kepada calon muzakki atau para muzakki, kerjasama dengan berbagai pihak utamanya, menaruh kaleng koin dan kotak koin di lembaga kerjasama, menyebarkan majalah yang memuat semua aktifitas LAZISMU, memberikan brosur atau proposal kerjasama ke para *muzakki*, mendatangi langsung klompok-klompok, perkumpulan dan perusahaan dengan cara meminta izin terlebih dahulu. (2) Penjualan secara tidak langsung yaitu dengan cara meluncurkan aplikasi donasi langsung seperti dengan copling BMT Sang Surya, transfaer langsung ke rekening BSM LAZISMU Kabupaten Pamekasan dan melalui Gojek serta didukung dengan layanan aplikasi SMS notifikasi LAZISMU di setiap transaksi.

Manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan Bapak Khairul Jannah, S.Pd.I menyampaikan dalam palaksanaan strategi fundraising di LAZISMU diawali dengan penekanan keahlian dan peningkatan keilmuan SDM terutama pada sektor petugas fundraising. Selanjutnya mematangkan dan mencari strategi *fundraising* yang tepat sasaran dan yang terakir adalah dengan menjaga amanah dan pelanan kepada para *muzakki.* Seperti yang disampaikan malalui wawancara sepeti berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Pada LAZISMU Kabupaten Pamekasan strategi *fundraising* yang dilakukan diawali dengan peningkatan kualitas SDM khusunya para *fudraiser* mereka harus mempunyai pola pikir bahwa semua orang mau menjadi donatur atau *muzakki* tampa pilah pilih. Seterusnya malaksanakan semua program LAZISMU dengan strategi yang ampuh sesuai dengan target yang dituju ditambah dengan perilaku yang sopan, amanah dan maksimal dalam melayani para *muzakki*"[17]

Menambah penjelasan Bapak Khairul Jannah, S.Pd.I. Direktur LAZISMU yang dalam hal ini Bapak Matnin, S.HI bahwa dalam memberikan layanan yang prima kepada para *muzakki* LAZISMU Kabupaten Pamekasan arus maksimal dan terus mengikuti zaman dimana LAZISMU sudah meluncurkan aplikasi canggih yaitu aplikasi BMT Sang Surya yang bisa di pakai pada HP android dan tidak harus pergi ke kantor LAZISMU untuk berdonasi. Jd aplikasi ini sangat cocok dengan masyarakat zaman sekarang yang maunya serba mudah ditambah aplikasi ini merupakan milik BMT Sang Surya dibawah organisasi PC. Muhammadiyah Pamekasan. Seperti yang disampaikan beliau melalui wawancara, yaitu:

> "Aplikasi copling BMT Sang Surya merupakan aplikasi layanan dari LAZISMU Kabupaten Pamekasn yang bekerja sama dengan BMT Sang Surya yang merupakan BMT dibawah naungan PC. Muhammadiyah Pamekasan. Aplikasi ini memungkinkan para muzakki dapat berdonasi zakat, infaq dan shadaqah dengan mudah cukup dengan donasi menggunakan HP bagi para masyarakat yang sudah paham dengan teknologi. Aplikasi ini suda berjalan selama kurang lebih 1 tahunan dan Alhamdulillah setiap bulan pengguna aplikasi ini sudah mencapai 150-200 transaksi dari para muzakki yang ada. Aplikasi ini merupakan strategi fundraising untuk jangka panjang dan merupak investasi yang sangat bagus bagi pengembangan LAZISMU kedepan.[18]

Selain aplikasi copling BMT Sang Surya aplikasi layanan kepada para *muzakki* di LAZISMU Kabupaten Pamekasan adalah aplikasi SMS notifikaisi

---

[17] Khairul Jannah, Manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di kantor LAZISMU Pamekasan di Jl. Kamboja No 25 Pamekasan. Pada tanggal 03 Juli 2019

[18] Matnin, Ketua Badan Pengurus LAZISMU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di kantor LAZISMU Pamekasan di Jl. Kamboja No 25 Pamekasan. Pada tanggal 03 Juli 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau bisa disebut juga SMS pemberitahuan transaksi donasi yaitu alpikasi yang meberikan notifikasi (pesan yang akan muncul secara otomatis) transaksi donasi dari setiap donator ataupun *muzakki*. Aplikasi ini sangat disukai oleh para donator dan muzakki karena dengan adanya SMS notifikasi tersebut para donator dan para muzakki merasa aman dengan tersampaikanya donasi secara amanah oleh para petugas. Seperti ungkapan wawancara peneliti dengan Bapak Matnin seperti berikut:

> "Disamping menggunakan aplikapi copling BMT Sang Surya yang meruapkan produk asli dari BMT binaan PC. Muhammadiyah dilembaga LAZISMU ini kami juga menggunakan SMS notifikasi disetiap para donator serta para muzakki bertrensaksi dalam bentuk donasi, dimana aplikasi ini memberikan pesan otomatis kepada para donator mengenai transaksi donasi dan jumlah donasi. Dan alhamdulilla aplikasi ini mendapt respon yang positif dari para donator maupun para muzakki, umur aplikasi ini suda lebih lama ketimbang copling BMT Sang Surya. Yaitu kira-kira sudah berumur 4-5 tahun berjalan.[19]

Dari kedua aplikasi yaitu copling BMT Sang Surya dan SMS notifikais LAZISMU Kabupaten Pamekasan terus menjalankan strategi fundraising secara langsung seperti bekerja dengan sekolah-sekolah dengan meletakkan kotak koin LAZISMU, dengan turun langsung menjemput dana kepada para donator, bekerjasama dengan berbagai pihak baik keagamaan, organisasi ataupun masyarakat umum dalam menjalankan program dan mamasarkan strategi *fundraising*.

Selanjutnya manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan menyampaikan bahwa dalam pengembangan strategi *fundraising* dan untuk mencapai target LAZISMU lembaga memberikan bonos dan beasiswa melanjutkan pendidikan kepada para *fundraiser* yang bisa mencapai target dan berprestasi. Alhasil

[19] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bonos dan beasiswa ini sangat memberikan motivasi kepada para *fundraiser* yang hasilnya ikut bertambahnya pendapatan penerimaan LAZISMU Kabupaten Pamekasan. Sesuai dengan pemaparan Bapak Matnin selaku Direktur LAZISMU Kabupaten Pamkeasan, yaitu:

> "Pemberian bonos sesuai kesepakan para pengurus LAZISMU dan beasiswa pendidikan bagi para *fundraiser* serta para pengurus sangatlah berperan penting teradap peningkatan kinerja para pengurus khususnya para *fundraiser*. Ada alasan khusus bagi LAZISMU Kabupaten Pamekasan menberikan bonos dan beasiswa pendidikan itu diantaranya yaitu: pertama ketika SDM LAZISMU semakin banyak menguasai keilmuan maka hal ini akan menjadi investasi modal jangka panjang LAZISMU yang bisa memberikan kemajuan bagi LAZISMU sendiri, kedua adanya bonos akan senantiasa memberikan semangat agar bisa mendapatkan pengasilan lebih dari upah pekerjaan bulanan, ketiga para pengurus akan bisa semakin sejahtera dan lebih bijak lagi dalam berfikir dan bertindak.[20]

Dari penjabaran diatas dapat penulis simpulkan ada beberapa strategi penghimpunan dana dan layanan dari Lazismu Kabupaten Pamekasan yaitu:

1) Penguatan SDM dari segi pendidikan dan moral menjadi fokus awal dalam menjalankan strategi fundraising di LAZISMU Kabupaten Pamekasan.
2) Penjualan langsung seperti ketemu lansung dengan calon muzakki, menaruh kaleng koin di lembaga-lembaga kerjasama, dan memberikan amplop ke para muzakki, mendatangi langsung klompok-klompok, perkumpulan dan perusahaan dengan cara meminta izin terlebih dahulu.
3) Bekerjasama dengan semua kalangan utamanya para orang atau lembaga organisasi berpengaruh seperti pihak pemerintahan,

[20] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepolisian, sekolah tinggi, kepala desa, dewan guru serta masyarakat umum.

4) Model pengimpunan menggunakan teknologi yaitu melalui aplikasi copling BMT Sang Surya yang sudah ada di play store sehingga bisa dengan mudah untuk berdonasi ke LAZISMU Pamekasan dan bisa juga dengan transfer langsung melalui Bank Syariah Mandiri (BSM) atau BTM Sang Surya.
5) Adanya layanan SMS notifikasi atau SMS otimatis yang akan memberikan pemberitahuan transaksi disetiap para muzakki bertransaksi.

Pada periode Mei-Agustus 2018 pendapatan penerimaan dana LAZISMU Kabupaten Pamekasan memperoleh dana sebesar Rp 67.624.888,00 dengan rincian zakat Rp 4.165.000,00 pendapatan dana Infaq dan Shadaqah sebesar Rp 57.980.500 pada sektor bagi hasil 184.388,00 pada sektor wakaf mobil (layanan sosial dan dakwah) sebesar Rp 75.000,00 dan di sektor Tafaqur (tabungan fasilitas Qurban) Rp 5.220.000,00.[21]

Pada sektor pegeluaran atau realisasi dana ZIS LAZISMU Kabupaten Pamekasan total pengeluarannya sebesar Rp 109.554.572,00 dengan rincian sebagai berikut: sektor bantuan kesejahteraan kepada guru Rp 7.625.000,00 sektor beasiswa kepada kader Rp 16.550.000,00 sektor pemberdayaan kepada Da'i Rp 12.930.000,00 sektor lansia bahagia sebesar Rp 3.545.000,00 sektor penyaluran yatim & dhuafa' sebesar Rp 11.307.000,00 sektor pembinaan tahfidz 8.215.000,00 program kemanusiaan Rp 7.386.000,00 sektor majalah

[21] Laporan arus kas keuangan LAZISMU Kabupaten Pamekasan Periode Mei-Agustus 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rp 3.120.000,00 sektor maisyah amil Rp 7.188.000,00 biaya listrik & air sebesar Rp 792.000,00 sektor biaya telp & internet Rp 1.197.000,00 sektor biaya IT Rp 150.000,00 sektor biaya koran Rp 520.000,00 sektor pengeluaran dana Tafaqur Rp 27.029.072 dan program dana ambulan LAZISMU sebesar Rp 2.000.000,00.[22]

D. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan

1) Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan

Dalam pelaksanaan suatu strategi dalam organisasi pasti ada faktor pendukung serta faktor pengambatnya seperti juga di lembaga amil zakat. Menurut Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan KH. Mahrus Sofi ada beberapa hal yang menjadi faktor pendukung dan foktor penghambat diantaranya yaitu adanya kerjasama antara LAZISNU dengan lembaga-lembaga di bawa naungan PC. NU Pamekasan serta lembag-lembag di luar NU serta adanya progrom yang sangat progress untuk masa depan yaitu melalui donasi langsung baik dengan transfer langsung lewat rekening BRI serta melalui aplikasi NU-Cash merupakan faktor-foktor pendukung dalam menggalang dana zakat infaq dan shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan. Sedangkan yang menjadi salah satu faktor-faktor penghambat strategi *fundraising* di LAZISNU Kabupaten Pamekasan yaitu masih kurang maksimalnya dukungan dari lembaga dan warga NU terhadap program-program LAZISNU, adanya beberapa pengurus yang

[22] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak aktif dan masih belum adanya pengelolaan secara konsisten secara harian dengan waktu masuk dan libur secara pasti. Sebagaimana yang papakan KH. Mahrus Sofi sebagai berikut:

> "Pelaksanaan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan ditopang oleh beberapa faktor pendukung seperti terjalinnya kerjasama dengan beberapa lembaga di bawah naungan PC. NU Kabupaten Pamekasan khusunya dengan MWC-MWC se-Kabupaten Pamekasan contohnya dengan MWC NU Pademawu, MWC NU Galis, MWC NU Proppo, MWC NU Kadur dan MWC NU Tlanakan. Selanjutnya terjalinnya bekerjasama dengan Alfamard se Kabupaten Pamekasan serta denga pertokoan swalayan, toko-toko bangunan, Lembaga keuangan seperti di BMT NU Mandiri, BMT NU Jatim serta di UJKS Koperasi Sumber Anyar ditambah dengan lembaga-lembaga pendidikan kerjasama seperti IAIN Madura. Faktor strategi sesuai dengan kultur ekonomi masyarakat Pamekasan juga menjadi foktor pendukung yaitu seperti pencarian hasil panen padi atau yang lebi dikenal dengan istilah pengumpulan gabah di wilaya Kabupaten Pamekasan serta adanya program donasi langsung melalui transfer langsung melalui Rekening BRI LAZISNU Kabupaten Pamekasan dan juga melalui aplikasi NU-Cash. Faktor-faktor tersebut sangat terbantu dengan banyaknya warga Nahdiyin atau Warga NU di Kabupaten Pamekasan. Sedangkan pada sektor faktor pengambat ada beberapa hal juga seperti masih kurang maksimalnya dukungan dari lembaga dibawah naungan NU terbukti hanya beberapa MWC-MWC NU yang aktif mensosialisasikan program-program LAZISNU dan sebagian warga NU Kabupaten Pamekasan yang belum pro aktif ikut mendukung serta ikut menjadi *muzakki* di LAZISNU dengan berbagai macam faktor seperti kurangnya sosialisasi serta ekonomi yang hanya pas-pasan dan adanya beberapa pengurus yang tidak aktif disebabkan adanya kepentingan yang berbeda dari beberapa pengurus dan masih belum adanya pengelolaan secara konsisten secara harian dengan waktu masuk dan waktu libur secara pasti.[23]

2) Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISMU Kabupaten Pamekasan

Implementasi strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISMU Kabupaten Pamekasan ada beberapa hal yang menjadi faktor pendukung

[23] KH. Mahrus Sofi Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, Wawancara langsung senin 20-05-2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan faktor penghambat seperti yang dipaparkan oleh Manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan yaitu:

> "Dalam perjalanan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISMU Kabupaten Pamekasan ada beberapa faktor pendukung serta faktor penghambatnya, diantara faktor pendukungnya yaitu penguatan kualitas SDM yang terus ditingkatkan, adanya program-program dan layanan yang sangat mendukung bagi terselenggaranya dana zakat infaq sadaqah kepada yang berhak ditambah dengan layanan aplikasi Copling BMT Sang Surya dan SMS notifikasi menjadi ciri khas yang baik bagi strategi *fundraising* LAZISMU ditambah dengan adanya konsistensi layanan yang jelas dari pengelolaan Zakat Infaq dan Shadaqah oleh LAZISMU. Sedangkan salah satu faktor pengambatnya diantaranya yaitu belum adanya nama-nama yang jelas sebagai calon *muzakki* yang menjadi target *fundraiser*, adanya waktu pengambilan dana donatur yang bisa molor dari adanya petugas yang masi kuliah, aplikasi yang selalu membutuhkan jaringan koneksi internet."[24]

Dari penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa adan beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat diantaranya yaitu:

- Faktor Pendukung
  1) Penguatan SDM sebagai awal baiknya strategi *fundraising*.
  2) Adanya program-program dan layanan yang sangat mendukung bagi terselenggaranya dana zakat infaq sadaqah kepada yang berhak.
  3) Aplikasi Copling BMT Sang Surya dan SMS notifikasi menjadi ciri khas yang baik bagi strategi fundraising LAZISMU
  4) Adanya konsistensi layanan yang jelas dari pengelolaan Zakat Infaq dan Shadaqah oleh LAZISMU Kabupaten Pamekasan.
- Faktor Penghambat

[24] Khoirul Jannah, Manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan, Wawancara langsung Rabu 17-06-2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Belum adanya nama-nama yang jelas sebagai calon *muzakki* yang menjadi target *fundraiser*.
2) Komunikasi waktu pengambilan dana donatur yang bisa molor akibat adanya petugas yang masi kuliah.
3) Aplikasi yang selalu membutuhkan jaringan koneksi internet.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* ZAKAT INFAQ SHADAQAH DI LAZISNU DAN LAZISMU KABUPATEN PAMEKASAN

A. Analisis Formulasi strartegi *fundraising* zakat infaq shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU kabupaten pamekasan

1. Formulasi Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan

Formulasi strategi menjadi sesuatu yang kompleks. Formulasi menghasilkan racikan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan Lembaga. Dalam hal ini formulasi menjadi penerjemah dari adanya visi, misi, dan tujuan organisasi.[1] Oleh karena itu, formulasi menjadi pintu awal yang harus dilewati untuk mewujudkan tujuan organisasi yang terdiri dari perencanaan dan langkah praktis untuk mewujudkan tujuan tersebut.[2]

Berkenaan dengan formulasi strategi *fundraising* zakat infaq shadaqah hal ini merupakan formulasi awal atau langkah awal dari suatu racikan strategi dalam menggalang dana zakat infaq shadaqah untuk bisa mencapai visi dan misi serta tujuan dari lembaga amil zakat. Oleh karena itu, setiap lembaga amil zakat harus sangat memperhatikan perencanaan yang tepat sasaran yaitu harus sesuai dengan kondisi di lapangan sehingga bisa diterima oleh calon *muzakki* ditambah dengan langkah nyata untuk mencapai tujuan lembaga.

LAZISNU Pusat selaku pencetus dan pelaku awal dalam merumuskan dan menjalankan strategi *fundraising*, membagikan dan

[1] Formulasi strategi, lihat BAB II, 45.
[2] Formulasi strategi, lihat BAB II, 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyebarluaskan strategi *fundraising* yang telah dilakukannya kepada semua LAZISNU-LAZISNU Cabang. Dalam hal ini, perumusasn strategi awalnya dilakukan manajemen pucak sebagaimana dijelaskan oleh Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, yang dalam hal ini adalah LAZISNU Pusat.[3] Namun, strategi yang diberikan oleh LAZISNU Pusat ini bukanlah kebijakan yang bersifat otoriter. LAZISNU Cabang memilih untuk melakukan sepenuhnya, tidak melakukan sama sekali atau bahkan memodifikasi strategi tersebut sesuai kemampuan pengurus dan lingkungan.

LAZISNU Cabang Kabupaten Pamekasan tetap melakukan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal sebelum melakukan strategi yang ditawarkan oleh LAZISNU Pusat seterusnya LAZISNU Kabupaten Pamekasan menciptakan strategi yang pas dan langkah yang tepat sesuai dengan kultur budaya serta sosial ekonomi masyarakat di Pamekasan khususnya warga NU.

Dalam menganalisis lingkungan internal, yang harus di pertimbangkan adalah kapabilitas manajemen umum *(general management capability)* atau ketua LAZISNU dan kapabilitas sumber daya manusia *(personel capability)* atau kemampuan pengurus/anggota LAZISNU dimana salah satu contohnya LAZISNU Kabupaten Pamekasan memaksimalkan peran para pembina dan pengurus dalam menjalin bekerjasama dengan berbagai lembaga baik lembaga di bawah naungan

[3] Tiga aktivitas utama evaluasi, lihat BAB II, 33.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NU ataupun lembaga-lembaga diluar NU seperti pertokoan, lembaga keuangan, lembaga pendidikan dan lain-lain.

Adapun dalam menganalisis lingkungan eksternal, yang terdiri dari pelanggan *(customer)* atau muzakki/donator, pesaing *(competitors)* atau lembaga amil zakat lain, dan lingkungan regulasi *(regulatory environment)* atau regulasi pemerintah.[4]LAZISNU Kabupaten Pamekasan menganalisa bahwa tujuan utama calon muzakki atau calon donatur yaitu banyaknya warga NU di Kabupaten Pamekasan ditambah dengan masyarakat umum. Dengan terus belajar dan bersaing secara sehat dengan lembaga-lembaga serupa seperti LAZISMU, LMI, dan BMH dengan tetap menaati peraturan syariat Islam serta regulasi pemerintah Kabupaten Pamekasan.

2. Formulasi Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISMU Kabupaten Pamekasan

Pada LAZISMU Kabupaten Pamekasan formulasi strategi *fundraising* yang pakai hampirsama dengan yang dipakai oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan tetapi ada perbedaan pada sektor cara penggunaan strategi, pengembangan kualitas SDM dan pemanfaatan teknologi. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Khairul Jannah, S.Pd.I M.M selaku manajer LAZISMU Kabupaten Pamekasan yaitu: Formulasi strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISMU Kabupaten Pamekasan mengacu pada formulasi dari Pimpinan Pusat LAZISMU terus turun ke Pimpinan Wilayah Jawa Timur seterusnya baru ke Pimpinan Daerah Kabupaten Pamekasan. Formulasi strategi ini dilaksanakan dimodifikasi sesuai

[4] Dwiokta Wirahady Dhamarani dan Astri Ghina, "Identifikasi Lingkungan Internal, 3-4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan keadaan sosial ekonomi, kultur masyarakat Pamekasan dan kemajuan teknologi ditambah dengan penguatan pola pikir serta etos kerja para pengurus LAZISMU kususnya para *fundraiser* seperti pengurus harus LAZISMU yakin bahwa semua masyarakat mau ikut menjadi donator LAZISMU tidak boleh tebang pilih dan menyerah sebelum berjuang.

Seyokyanya formulasi strategi *fundraising* ini dilaksanakan dengan akhlak yang baik serta sopan santun yang sesuai dengan ajaran Islam tanpa menjelek-jelekkan lembaga LAZ lain. Formulasi strategi *fundraising* yang dilakukan LAZISMU merupakan perwujudan strategi untuk mencapai cita-cita, visi dan misi serta tujuan LAZISMU [5]

B. Analisis Implementasi Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan

1. Analisis Implementasi Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISNU Kabupaten Pamekasan

   a. Strategi *fundraising* di LAZISNU selalu bekerjasama dengan organisasi atau banom-banom lain dibawah naungan NU.

      Keberhasilan LAZISNU dalam menjalankan programnya tidak lepas dari kerjasama antara Lembaga, Banom dan Badan Khusus NU lainnya. Di LAZISNU Kabupaten Pamekasan, mampu mengumpulkan dana ZIS sebesar Rp. 1,5 Miliyar dalam jangka 1 tahun dikarenakan kerjasama antara Lembaga dibawah naungan NU yang berbasis Ranting yaitu MWC NU. Serangkaian proses untuk menyampaikan dan menghantarkan serta mensosialisasikan strategi

[5] Formulasi strategi *fundraising* LAZISMU Kab. Pamekasan, BAB III.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan program yang dilakukan oleh LAZISNU pusat, lalu ke LAZISNU Cabang hingga sampai pada masyarakat NU ditingkat ranting. Merupakan serangkaian proses pemasaran LAZISNU dengan menjadikan masyarakat di tingkat Ranting sebagai seorang pelanggan dalam dunia komersial dengan istilah lain sebagai donator atau *muzakki* dalam dunia sosial.[6]

b. Model *fundraising* yang digunakan adalah bekerjasama dengan Alfamart seluruh Pemekasan, toko-toko, Gerakan Koin NU, mencari donator, mengumpulkan gabah hasil panen padi, melalui rekening LAZISNU dan melalui aplikasi NU-Cash.

1) Bekerjasama dengan Alfamart seluruh Pemekasan dan toko-toko swalayan.

Pola kerjasama antara Alfamart, toko dan LAZISNU merupakan model atau metode *fundraising* secara tidak langsung *(indirect fundraising)* sebagaimana dipaparkan oleh Murtadho Ridwan dalam penelitiannya.[7] Dalam *indirect fundraising*, *fundraiser* tidak menuntut respon donator atau muzakki seketika itu juga. Dengan demikian, ketika muzakki atau donator melihat kotak amal yang diletakkan di depan toko, tidak ada paksaan dari pihak manapun untuk memasukkan uang ke dalamnya.

Kerjasama yang dilakukan oleh pihak LAZISNU adalah dengan meletakkan kotak amal di depan Alfamart dan toko-toko yang telah diajak kerjasama. Setelah kotak amal penuh, maka

[6] Pengertian Pemasaran menurut Kotler dan Keller, lihat BAB II, 13.
[7] *Indirect Fundraising*, lihat BAB II, 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fundraiser akan mengambilnya. Kemudian, pihak LAZISNU memberikan tanda terimakasih berupa surat ucapan terimakasih kepada perusahaan tersebut karena telah bersedia menjalin kerjasama. Dalam perjalannya program ini sangatlah baik dan perlu terus dirawat.

2) Gerakan Koin NU

Dalam praktiknya, Gerakan Koin NU merupakan sebuah bentuk kerjasama antara LAZISNU, MWC dan Ranting. Di MWC dan Ranting akan dibentuk UPZIS Kecamatan dan UPZIS Ranting yang akan berada di bawah pengawasan dan arahan LAZISNU Cabang Kabupaten Pamekasan. Sehingga LAZISNU Cabang tidak perlu menghimpun dana secara langsung kepada masyarakat, namun hanya melalui UPZIS-UPZIS yang dibawahnya. Dengan demikian, strategi fundraising Gerakan Koin NU merupakan metode *indirect fundraising* yang dilakukan dengan menjalin relasi dan mediasi para tokoh.[8]

Menjalin relasi dari pusat sampai ke tingkat daerah merupakan sesuatu yang sangat diperlukan agar implementasi strategi semakin meluas dan merata. Hal ini juga didukung oleh penelitian Asep Darmansyah, Wawan Gunawan dan Hamidah yang menyatakan bahwa salah satu upaya untuk mengoptimalkan kerjasama antara pusat dan daerah adalah dengan melakukan strategi pengembangan kelembagaan pemberdayaan masyarakat di

[8] *Indirect fundraising*, lihat BAB II, 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daerah.[9] Hal ini telah dilakukan oleh LAZISNU, bahwa agar strategi *fundraising* berjalan dengan maksimal, maka LAZISNU membentuk Lembaga pemberdayaan dari tingkat Pusat sampai tingkat Ranting.

3) Mencari Donatur atau muzakki

Menurut Widi Nopiardo, salah satu cara untuk meningkatkan jumlah dana adalah dengan meningkatkan jumlah donator. Dengan demikian, donator yang ada tidak perlu menambahkan jumlah donasinya untuk membuat peningkatan jumlah dana.[10] Lembaga nirlaba, khususnya Lembaga Amil Zakat, sangat membutuhkan donasi. Hal ini karena memang kegiatan didalamnya yang tak luput dari mengumpulkan dana ZIS dari masyarakat. Di LAZISNU Kabupaten Pamekasan pencarian donatur dan muzakki gencar dilakukan baik yang secara langsung menjadi donatur tetap atau dalam pencarian donatur insidentil. Mencari donator merupakan model penghimpunan ZIS secara langsung *(direct fundraising)*.[11]

4) Mengumpul Gabah hasil panen

Gabah menjadi hasil panen utama bagi sebagian wilayah di Kabupaten Pamekasan, utamanya di daerah Kecamatan Pademawu, Kecamatan Proppo dan Kecamatan Galis. Banyaknya masyarakat

---

[9] Asep Darmansyah, Wawan Gunawan dan Hamidah, "Strategi Kerjasama Antara Pusat dan Daerah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kawasan Timur Indonesia (KTI)", *Jurnal Sosiohumaniora, Vol. 6, N0. 1* (Maret, 2004), 44. Diakses dari https//:jurnal.unpad.ac.id/article pada 9 April 2019

[10] Tujuan *Fundraising*, lihat BAB II, 26.

[11] *Direct Fundraising*. Lihat BAB II, 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang bertani dan juga luasnya lahan yang ditanami menjadikan gabah sebagai penopang kehidupan ekonomi sebagian masyarakat petani. Selain itu, hal ini juga menjadi sasaran penghimpunan infaq-shadaqah untuk masyarakat yang memilik hasil panen yang banyak. Mayoritas dari mereka lebih suka bersedekah dalam bentuk gabah dari pada dalam bentuk uang.

Pengumpulan hasil panen gabah dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan MWC setempat. Pihak LAZISNU menyediakan kantong plastic yang telah diberi label LAZISNU yang kemudian disebarkan ke wilayah-wilayah sasaran melalui MWC. Setelah itu, MWC menentukan sendiri siapa saja yang akan mendapatkan kantong plastic tersebut. Jika ditinjau dari segi teori, metode ini termasuk metode *indirect fundraising* sebagaimana dikemukakan oleh Murtadho Ridwan.[12] Secara lebih spesifik, keberhasilan metode ini ditentukan relasi dan mediasi dengan para tokoh NU setempat.

5) Berinfaq-shadaqah melalui rekening BSM LAZISNU dan aplikasi NU-Cash

Segementasi dari metode *fundraising* melalui rekening dan aplikasi NU-Cash adalah semua masyarakat NU dan masyarakat umum yang memiliki kemampuan ekonomi menengah ke atas serta para generasi muda yang dikenal dengan generasi milenial. Metode berinfaq-shadaqah melalui rekening LAZISNU dan melalui

[12] *Indirect fundraising*, lihat BAB II, 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aplikasi NU-Cash ini termasuk kedalam metode *indirect fundraising* dimana dalam melakukan pembayaran infaq-shadaqah, donator dan muzakki menggunakan perantara layanan transfer bank dan pembayaran ZIS secara online, sehingga donator atau *muzakki* tersebut tidak perlu mengantarkan atau menyerahkan donasinya secara langsung kepada pihak LAZISNU.[13]

2. Analisis Implementasi Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISMU Kabupaten Pamekasan

Dari penjabaran penulis pada BAB III ada beberapa strategi *fundraising* dan layanan dari LAZISMU Kabupaten Pamekasan yaitu:

1) Penguatan kualitas SDM dari segi pendidikan dan moral menjadi fokus awal dalam menjalankan strategi fundraising di LAZISMU Kabupaten Pamekasan.

   Penguatan kualiatas SDM merupakan modal pertama yang dilakukan oleh LAZISMU dikarenakan SDM adalah pelakasana dari semua program yang ada khusunya para *fudraiser* mereka harus mempunyai pola pikir bahwa semua orang mau menjadi donatur tampa pilah pilih dan kualitas bersaing yang tinggi sehingga tidak cepet menyerah dalam mencari donatur dan *muzakki*. Seterusnya *fudraiser* harus malaksanakan program LAZISMU dengan strategi yang ampuh sesuai dengan target yang dituju. Dalam aplikasinya *fudraiser* LAZISMU harus menggunakan perilaku sopan, amanah dalam transaksi dan maksimal melayani para donatur serta *muzakki*.

[13] *Indirect fundraising*, lihat BAB II, 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Penjualan langsung seperti ketemu lansung dengan calon muzakki, menaruh kaleng koin di lembaga-lembaga kerjasama, dan memberikan amplop ke para muzakki.

Penjualan langsung seperti ketemu lansung dengan calon muzakki, menaruh kaleng koin di lembaga-lembaga kerjasama, dan memberikan amplop ke para muzakki dengan cara mendatangi langsung klompok-klompok, perkumpulan dan perusahaan dengan cara meminta izin terlebih dahulu. Program ini dijalankan ole LAZISMU Kabupaten Pamekasan secara konsisten, dengan pelayanan yang konsisten banyak dari para donatur yang merasa puas dan nyaman. Jika ditinjau dari pendapat Muhsin Kalida, mencari donator merupakan metode *fundraising face to face* (bertatap muka secara langsung).[14] Oleh karena itu, metode membutuhkan respon langsung dari donator atau muzakki.

3) Bekerjasama dengan semua kalangan utamanya para orang-orang atau organisasi berpengaruh seperti dengan pihak pemerintahan, kepolisian, sekolah tinggi, kepala desa, dewan guru serta masyarakat umum.

Kerjasama dengan kalangan utamanya para orang-orang atau organisasi berpengaruh seperti dengan pihak pemerintahan, kepolisian, sekolah tinggi, kepala desa, dewan guru serta masyarakat umum merupakan salah satu jalan yang mempromusikan LAZISMU secara tidak langsung karena lewat kerjasama ini mereka semua bisa

[14] Metode *Fundraising* menurut M. Kalida, lihat BAB II, 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempromusikan LAZISMU secara gratis kepada pihak lain seperti sahabat dan keluarga dan lewat kerjasama ini pihak pemerintahan, kepolisian, sekolah tinggi, kepala desa, dewan guru serta masyarakat umum bisa dijadikan calon donatur.

4) Model pengimpunan menggunakan teknologi yaitu melalui aplikasi copling BMT Sang Surya yang sudah ada di play store sehingga bisa dengan mudah untuk berdonasi ke LAZISMU Pamekasan dan bisa juga dengan transfer langsung melalui Bank Syariah Mandiri (BSM) atau BTM Sang Surya. Adanya layanan SMS notifikasi atau SMS otimatis yang akan memberikan pemberitahuan transaksi disetiap para muzakki bertransaksi.

Ada dua strategi *fundraising* yang telah digunakan oleh LAZISMU Kabupaten Pamekasan yaitu: Penjualan langsung contohnya seperti ketemu lansung dengan calon muzakki, menaruh kaleng koin di lembaga-lembaga kerjasama, dan memberikan amplop ke para muzakki, mendatangi langsung klompok-klompok, perkumpulan dan perusahaan dengan cara meminta izin terlebih dahulu. Model pengimpunan menggunakan teknologi, dimana calon muzakki diarakan menggunakan HP dalam bertransaksi caranya calon muzaki atau muzakki diarahkan mendowload aplikasi BMT Sang Surya yang sudah ada di play store sehingga bisa dengan mudah untuk berdonasi ke LAZISMU Pamekasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan bisa juga dengan transfer langsung melalui Bank Syariah Mandiri (BSM) atau BTM Sang Surya.[15]

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan

1. Faktor Pendukung dan Penghambat Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISNU

Startegi *fundraising* yang telah dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan memiliki faktor-faktor pendukung dan penghambat yaitu:

- Faktor Pendukung

  Dari beberapa wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pengurus LAZISMU Kabupaten Pamekasan ada beberapa faktor yang bisa dimasukkan ke dalam sektor faktor pendukung, diantaranya:

  1) Penguatan kerjasama antara LAZISNU dengan beberapa relasi seperti dengan MWC-MWC se-Kabupaten Pamekasan serta dengan organisasi atau banom-banom lain dibawah naungan NU
  2) Berhasilnya jalinan relasi dengan dengan Alfamart seluruh Pemekasan dan toko-toko dalam menjalankan Gerakan Koin NU.
  3) Bisa menjalankan strategi sesuai dengan sosial ekonomi yaitu dengan mengumpulkan gabah hasil panen padi.

[15] Implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di LAZISMU Kab. Pamekasan BAB III, 78.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Adanya progress masa depan dengan mengenalkan strategi donasi langsung dengan cara melalui rekening LAZISNU dan melalui aplikasi NU-Cash.
5) Banyaknya warga Nahdiyan di Kata Pamekasan menjadikan dapat membuat sosialisasi program-program LAZISNU lebih mudah diterima oleh masyarakat.

- Faktor Penghambat

1) Kurangnya konsistensi pengelolaan di LAZISNU Kabupaten Pamekasan.
2) Adanya beberapa *miscommunication* dari beberapa pengurus LAZISNU Kabupaten Pamekasan terbukti dengan adanya beberapa pengurus yang tidak aktif.
3) Adanya potensi strategi *fundraising* yang masih belum maksimal.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strartegi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZISMU

Pengelolaan startegi *fundraising* yang mengedepankan penguatan SDM dan palayanan telah dilakukan LAZISMU Kabupaten Pamekasan. Dapat dipaparkan faktor-faktor pendukung dan penghambat, yaitu:

- Faktor Pendukung

Dari beberapa wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pengurus LAZISMU Kabupaten Pamekasan ada beberapa faktor yang bisa dimasukkan ke dalam sektor faktor pendukung, diantaranya:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Penguatan SDM sebagai awal baiknya strategi fundraising.
2) Adanya program-program dan layanan yang sangat mendukung bagi terselenggaranya dana zakat infaq sadaqah kepada yang berhak.
3) Aplikasi Copling BMT Sang Surya dan SMS notifikasi menjadi ciri khas yang baik bagi strategi fundraising LAZISMU

- Faktor Penghambat

1) Belum adanya nama-nama yang jelas sebagai calon *muzakki* yang menjadi target fundraiser.
2) Komunikasi waktu pengambilan dana donatur yang bisa molor akibat adanya petugas yang masi kuliah.
3) Aplikasi yang selalu membutuhkan jaringan koneksi internet.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Formulasi strategi *fundraising* antara LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pamekasan hampir sama yaitu dengan mengacu kepada strategi dari Pimipinan Pusat masing-masing lembaga LAZ dan dengan strategi *fundraising* sesuai dengan sosial ekonomi dan kultur budaya masyarakat Pamekasan perbedaanya yang mengacu pada visi dan misi serta tujuan dari kedua LAZ. Terdapat perbedaan formulasi strategi diantara kedua LAZ dimana formulasi strategi *fundraising* LAZISNU lebih menekanan pada penguatan relasi dan kerjasama sedangkan di LAZISMU menekankan pada penguatan kualitas SDM dan layanan maksimal. Buktinya dengan di luncurkannya Aplikasi donasi dengan smartpone yaitu melalui Aplikasi BMT Sang Surya, transfer langsung dan melalui Gojek.
2. Implementasi strategi fundraising di LAZISNU diantaranya bekerjasama dengan Alfamart seluruh Pemekasan, toko-toko, gerakan koin NU, mencari donator, meminta gabah hasil panen padi, melalui rekening LAZISNU dan melalui aplikasi NU-Cash. Selain itu, LAZISNU juga memberikan pelayanan khusus bagi donator berupa layanan antar jemput donasi serta bisa langsung transfer ke rekening BRI LAZISMU. Sedangkan di LAZISMU seperti penarikan lansung dana muzakki, menaruh kaleng koin di lembaga-lembaga kerjasama, membuat majalah sebagai bentuk pertanggung jawaban dan publikasi kegiatan, serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memaksimalkan Aplikasi copling BMT Sang Surya dan layanan SMS notifikasi serta bisa langsung transfer ke rekening BSM LAZISMU.

3. Faktor-faktor pendukung di LAZISNU adalah Kuatnya komonikasi, relasi serta adanya progress investasi strategi masa depan lewat NU-Cash walau belum maksimal, sedangkat faktor pengambatnya kurangnya konsistensi pengelolaan, adanya *miscommunication*. Serta kurang maksimalnya beberapa strategi. Sedangkan di LAZISMU faktor pendukung yaitu penguatan SDM, program-program optimal, sudah banyaknya pengguna aplikasi copling BMT Sang Surya (aplikasi donasi digital khusus android).

B. Saran

1. Bagi LAZISNU dan LAZUSMU Cabang Kabupaten Pamekasan untuk terus meningkatkan kualitas dan citra Lembaga dengan membina SDM agar terus berkembang mengikuti zaman.
2. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti sarankan untuk lebih memperluas perspektif tidak hanya dari sudut pandang pengurus atau pengelola, namun juga dari masyarakat umum, khususnya muzakki atau donator.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Hamid. *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, serta Strategi Penggalangannya*. Depok: Piramedia. 2009.

Ahmadi, Rulam. *Metode Penelitian Kualitatif.*Yogyakrta: Ar-Ruzz Media. 2014.

al-Qardhawi, Yusuf. *Fiqh Zakah (terj.).* Bogor: Pustaka Litera AntarNusa. 1998.

Alya, Qanita. Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pendidikan Dasar. tt: PT. Indahjaya Adipratama. 2011.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta : Rineka Cipta. 2014.

Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah.* Jakarta: Rajawali Pers. 2013.

Badan Amil Zakat Nasional, *Statistik Zakat Nasional 2017*, diakses dari https://pustaka.baznas.go.id/index.php?p=show_detail&id=18

Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Jakarta: PT Rineka Cipta. 2009.

BPS, *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama Yang dianut*, diakses dari https://pkub.kemenag.go.id/files/pkub/file/file/Data/zuqi1368036766.pdf

Departemen Agama RI. Al-Qur'an Terjemah As-Salam. Jakarta:Al-Huda. 2015.

Dhamarani, Dwiokta Wirahady dan Astri Ghina. "Identifikasi Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Strategi Pengembangan Usaha pada Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung (Studi Kasus pada DIAS Production, Hendartono outfit, dan Mudji)". *e-Proceeding of Management, Vol.3, No.2*. Agustus. 2016. Diakses dari https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id

Ghafur, Abdul. *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2018.

Gitosudarmo, H. Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. 2014.

Hafiduddin, Didin. *Agar Harta Berkah dan Bertambah.*Jakarta: Gema Insani. 2009.

Hermawan, Haris. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol.1, No. 2.* Desember, 2015. Diakses dari https://jurnal.unej.ac.id/index.php/ BISMA/article/ view/5904

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Alfabeta. 2010.

Jahar, Asep Saepudin. "Masa Depan Filantropi Islam Indonesia", *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS) Ke – 10*. Banjarmasin. November 2010. Diakses dari https://scholar.google.co.id/citations?user=MkfcKUcAAAAJ&hl=id

Jumingan. *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta:PT Bumi Aksara. 2014.

Kleeberg, Irene Cumming. *Fundraising: Cara Pintar Menggalang Dana*. Yogyakarta: BookMarks. 2009.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi ke-8, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. 2001

Kunaifi, Aang. *Manajemen Pemasaran Syariah: Pendekatan Human Spirit* Yogyakarta: Maghza Pustaka. 2016.

Kusumawardhani, Dinda Febri dan Hari Purwanto. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waroeng Latte Kota Madiun", *Jurnal Media Mahardhika, Vol.14, No. 2*. Januari, 2016. Diakses dari https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/ mediamahardhika/issue/view/26

Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_Amil_Zakat_Infaq_dan_Shadaqoh_Nahdlatul_Ulama

Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, diakses di www.wikipedia.org

Limakrisna, Nandan dan Wilhelus Hary Susilo. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2012.

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah : Fiqh Mu'amalah*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2013.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2011.

Muhammad dan Abu Bakar. *Manajemen Organisasi Zakat*. Malang: Madani. 2011.

Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Arab-Indonesia Al-Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progresif. 1997.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Priangani, Ade. "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global", *Jurnal Kebangsaan. Vol.2 No.4.* Juli, 2013. diakses dari https://www.academia.edu/35084249/Ade_Priangani_Memperkuat_Manajemen_Pemasaran_dalam_Konteks_Persaingan_Global_MEMPERKUAT_MANAJEMEN_PEMASARAN_DALAM_KONTEKS_PERSAINGAN_GLOBAL

Qardhawi, Yusuf. *Shadaqah: Cara Islam Mengentas Kemiskinan.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2013.

Ridwan, Murtadho. "Analisis Model *Fundraising* dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karangayar Demak". *Jurnal Penelitian, Vol.10, No* Agustus. 2016. Diakses dari http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/1879

Rivai, Abdul dan Darsono Prawironegoro. *Manajemen Strategis.* Jakarta: Mitra Wacana Media. 2015.

Rohmawati, Siti. "Analisis Manajemen *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah (LAZIS) Baitur Rahman Semarang". Skripsi S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2018. Diakses dari http://eprints.walisongo.ac.id/ 7958/1/132411024.pdf

Subagyo, Ahmad. *Marketing in Business.* Jakarta: Mitra Wacana Media. 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabrta. 2014.
---------- *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung : Alfabeta. 2015.

Suharno dan Yudi Sutarso. *Marketing in Practice.* Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran.* Yogyakarta: J&J Learning. 2000.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Bab II, Pasal 5, ayat (1) dan Pasal 17

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Bab I, Pasal 1, ayat (2) diakses dari https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39267/uu-no-23-tahun-2011

Wajono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank.* Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.

Waluyo, Sabar. "Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan Muzakki". Skripsi S1. IAIN Purwokerto. 2016. Diakses dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

http://repository.iainpurwokerto.ac.id/1022/1/COVER_BAB%20I_BAB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA.PDF

Wibisono, Yusuf. *Mengelola Zakat Indonesia.* Jakarta: Kencana. 2015.

Wikaningtyas, Suci Utami dan Sulastiningsih. "Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Bantul" *Jurnal Riset Manajemen. Vol. 2, No. 01*. Juli. 2015. Diakses dari http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/view/169

Zulkarnia, Afifah. "Strategi Fundraising Oleh Lembaga Wakaf Sidogiri Kabupaten Pasuruan Dalam Optimalisasi Penghimpunan Dana Wakaf". Skripsi S1. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang. 2016. diakses dari http://etheses.uin-malang.ac.id/ 3447/1/12210133.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id