

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI *FUNDRAISING*
DANA ZAKAT DI KALANGAN APARATUR SIPIL NEGARA
PADA BADAN AMIL ZAKAT PROVINSI JAWA TIMUR**

SKRIPSI

Oleh :
NUR MIFTAHUL HIKMAH
NIM. G05219023



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, Nur Miftahul Hikmah , G05219023, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 01 Agustus 2023

Declared by,

A 10000
KABAYA
TEMPER
A10EFAJK241781623

Nur Miftahul Hikmah
NIM. G05219023

Surabaya, 26 Juni 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji



Dr. H. M. Lathoif Ghozali Lc., MA
NIP. 197511032005011005

Dosen Pembimbing 1



M. Maulana Asegaf Lc., M.H.I
NIP. 198709042019031005

Dosen Pembimbing 2

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI *FUNDRAISING* DANA ZAKAT DI KALANGAN APARATUR SIPIL NEGARA PADA BADAN AMIL ZAKAT PROVINSI JAWA TIMUR

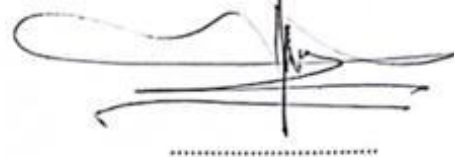
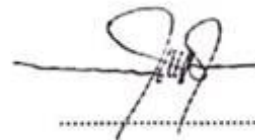
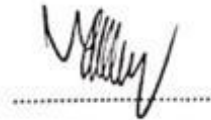
oleh
Nur Miftahul Hikmah
NIM: G05219023

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 07 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. H. M. Lathoif Ghozali Lc., MA
NIP. 197511032005011005
(Penguji 1)
2. M. Maulana Asegaf, Lc., M.H.I
NIP. 198709042019031005
(Penguji 2)
3. Dr. Andriani Samsuri, S. Sos., M.M
NIP. 197608022009122002
(Penguji 3)
4. Dr. Mustofa, S. Ag., M.E.I
NIP. 19770302008011007
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 01 Agustus 2023

Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : NUR MIPTAHUL HIKMAH
NIM : G05219023
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen Zakat dan Wakaf
E-mail address : miftahulhikmah200599@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 :

ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT DI KALANGAN APARATUR SIPIL
NEGARA PADA BADAN AMIL ZAKAT PROVINSI JAWA TIMUR

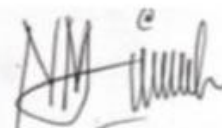
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media 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, 13 Oktober 2023

Penulis



(Nur Miftahul Hikmah)
G05219023

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT DI KALANGAN APARATUR SIPIL NEGARA PADA BADAN AMIL ZAKAT PROVINSI JAWA TIMUR” dalam tujuan peneliti ini adalah : (1) Bagaimana strategi *fundraising* ZIS di Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur (2) Bagaimana analisis SWOT terhadap strategi fundraising dalam meningkatkan zakat di kalangan Aparatur Sipil Negara pada Baznas provinsi Jawa Timur.

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus menjadi jenis penelitian dalam skripsi dan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi kepada narasumber. Teknik analisis datanya menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil Analisa peneliti menemukan bahwasannya strategi tersebut dapat mengakomodir dua kemungkinan yang terjadi dalam gejolak kesadaran wajib zakat Aparatur Sipil Negara di Jawa Timur. Fungsi persuasif merupakan strategi utama guna menggerakkan kesadaran kalangan Aparatur Sipil Negara di Jawa Timur pentingnya integrasi zakat guna mencapai kemaslahatan bersama. Sedangkan strategi instruktif merupakan strategi tambahan yang digunakan untuk tambal sulam yang menyasar sebagian dari kalangan Aparatur Sipil Negara di Jawa Timur yang masih belum bangkit akan kesadaran pentingnya integrasi zakat dalam mengoptimalkan pengelolaan zakat.

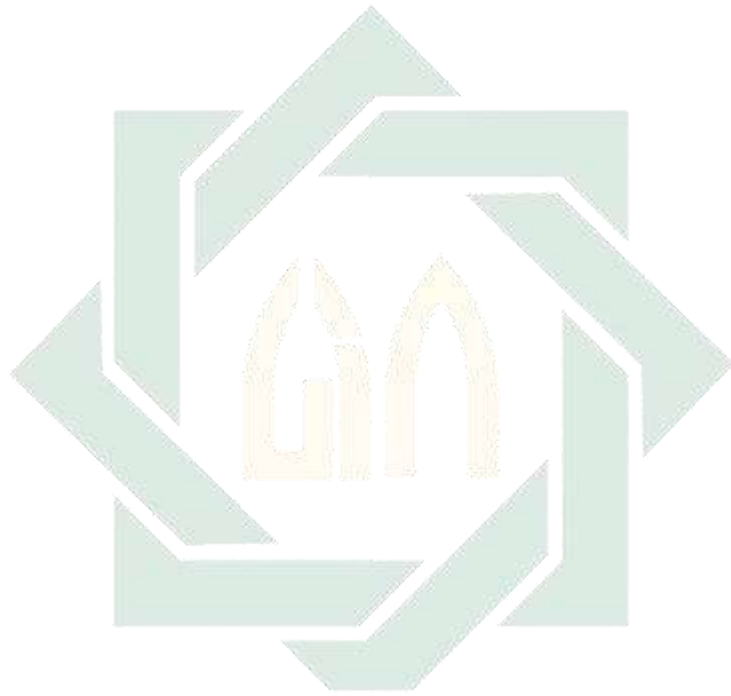
Saran yang dapat diberikan pengurus Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur, dalam pengelolaan zakat hendaknya bagi pengurus Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur, dalam strategi fundraising zakat hendaknya mengaktifkan kembali layanan BSZ atau bukti setor zakat, karena ini termasuk keunggulan BAZNAS dalam memberikan pelayanan kepada muzakki. Khususnya pada kalangan Aparatur Sipil Negara. Hendaknya menjalankan amanat Instruksi Gubernur no 1 tahun 2021 tentang optimalisasi zakat. Dengan begitu optimalisasi zakat dalam hal penghimpunan dan pengelolaan dapat tercapai. Selain itu penting kiranya untuk membangkitkan kesadaran akan manfaat pengelolaan yang berintegrasi guna mencapai pada sasaran (mustahiq) dengan tepat.

Kata Kunci : Analisis Strategi, BAZNAS JATIM, ASN, Pengelolaan Zakat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Analisis SWOT	16
2.2 Unsur-unsur Analisis SWOT	18
2.3 Pendekatan Analisis SWOT.....	20
2.4 Langkah-Langkah Analisis SWOT	21
2.5 Model Analisis SWOT	22
2.6 Strategi Fundraising	26
2.7 Tujuan Strategi Fundraising	31
2.8 Macam-macam <i>Fundraising</i>	32
2.9 Zakat.....	33
2.9.1 Pengertian Zakat.....	33
2.9.2 Syarat Wajib Zakat.....	35
2.9.3 Orang Yang Wajib Mengeluarkan Zakat	37
2.9.4 Golongan Orang Yang Berhak Menerima Zakat.....	39
2.10 Aparatur Sipil Negara.....	40

DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Capaian ZIS Jawa Timur	4
Tabel 1.2: Baznas Provinsi Jawa Timur Laporan Penerimaan Zakat (001/Sip-Lap) Periode Bulan September Tahun 2022	5
Tabel 1.3: Potensi & Realisasi Pengumpulan Zis Opd Provinsi Jatim Tahun 2022	8
Tabel 1.4: Capaian ZIS Aparatur Sipil Negara.....	9
Tabel 1.5: Pengumpulan dana BAZNAS Jatim.....	10
Tabel 1.6: Jumlah ASN JATIM Menurut Golongan Kepegawaian	10
Tabel 2.1: Penelitian terdahulu.....	44
Tabel 3.1: Data Informan	55
Tabel 4.1: Data No. Rekening Baznas JATIM.....	80
Tabel 4.2: Matriks IFAS <i>Strength</i> (Kekuatan)	90
Tabel 4.3: Matriks IFAS <i>Weakness</i> (Kelemahan)	92
Tabel 4.4: Matriks EFAS <i>Opportunity</i> (Peluang).....	93
Tabel 4.5: Matriks EFAS <i>Threat</i> (Ancaman).....	94
Tabel 4.6: Identifikasi SWOT	95
Table 4.7: Matriks SWOT ANALYSIS	99

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Matriks SWOT-K.....	23
Matriks 4K.....	25
Kerangka Berfikir.....	52
Logo BASNAZ Jawa Timur.....	65
Profil Dari Akun Media Sosial Instagram dan Facebook.....	76
Website Resmi yang Dimiliki BAZNAS Provinsi Jawa Timur.....	78
Kalkulator Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Timur.....	79
Wawancara Dengan Bapak Mahrus Selaku Staff Bidang Pengumpulan Baznas	121
Wawancara Ketua Bidang Pengumpulan Baznas Provinsi Jawa Timur Bapak Benny Nur Miftahul Ulum	121
Wawancara Bapak Roby Cahyadi Staff Keuangan BAZNAS Prov. JATIM	122

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Strategi didefinisikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Pada dasarnya strategi yang diterapkan oleh suatu organisasi merupakan sekumpulan komitmen terhadap aktivitas atau kegiatan yang terintegrasi dan terkoordinasi untuk mencari atau menumbuhkembangkan kompetensi.

Demikian pula, lembaga zakat harus memiliki strategi jitu untuk mencapai tujuannya. Selain itu, lembaga zakat harus memiliki strategi yang jelas untuk mencapai tujuan visi dan misi lembaga, khususnya dalam penghimpunan dana zakat yang bertujuan untuk mengoptimalkan pendapatan zakat agar efisien dan bermanfaat. Serta visi dan misi lembaga khususnya dalam penghimpunan dana zakat yang bertujuan untuk mengoptimalkan pendapatan zakat agar bermanfaat.

Strategi penghimpunan dana yang dilakukan oleh pengelola zakat untuk meningkatkan penghimpunan zakat berbeda-beda, seperti kontak langsung dengan para donatur (muzakki) maupun individu dan kelompok, penggunaan pemasaran dan media kampanye langsung dan tidak langsung, media elektronik dan cetak, pembuatan aplikasi muzakki. Ini adalah aplikasi untuk Android dan iPhone yang memfasilitasi pembayaran muzakki secara cepat.

Askaria berpendapat bahwa zakat merupakan ketentuan wajib dalam sistem ekonomi Islam (mandatory zakat system), sehingga pelaksanaannya harus

melalui lembaga resmi pemerintah atau lembaga hukum. (Askaria, 2008)

Dalam ajaran Islam, zakat tidak hanya sebagai bentuk ibadah, tetapi juga memiliki dimensi yang kompleks dalam kehidupan bermasyarakat, karena merupakan jaminan sosial terpenting dari seluruh peradaban yang ada. Kesadaran membayar zakat bagi setiap muslim merupakan kunci untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera. Zakat adalah pertumbuhan, berkah dan kemurnian. Membayar zakat tidak hanya membantu orang-orang yang kurang mampu secara finansial untuk bangkit dan keluar dari resesi ekonomi, tetapi pemberi zakat, atau muzakki, juga dapat mensucikan harta dan dosanya, mensucikan karena akan ada kedamaian, dan hartanya akan bertambah karena zakat mengandung berkah dan menciptakan kekayaan bagi manusia.

Potensi zakat di Indonesia per tahun diperkirakan mencapai Rp.322 triliun. Ini adalah peluang yang sangat besar yang, jika dikelola dengan benar, oleh lembaga yang legal dan profesional, diyakini dapat mempercepat tercapainya standar kesejahteraan di seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, pengelolaan zakat oleh badan-badan yang mempunyai otoritas hukum memiliki beberapa keunggulan. Pertama untuk memastikan kedisiplinan pembayar zakat. Kedua, untuk menjaga inferioritas zakat orang kulit hitam ketika dia terlibat langsung dalam penerimaan zakat dari muzakki. Ketiga, untuk mencapai efisiensi dan efektifitas serta tujuan yang benar dalam penggunaan harta zakat. sesuai dengan skala prioritas di satu tempat. Keempat, tampilan syiar Islam dalam semangat penyelenggaraan pemerintahan Islam. (Rais, 2009)

Namun hingga tahun 2022, capaian zakat Nasional masih kurang dari 10%

dibandingkan potensi yang sedemikian besar. Dirjen Bimas Islam Kementerian Agama, Kamaruddin Amin mengatakan bahwa jumlah yang dapat dikumpulkan dari zakat nasional masih kurang dari Rp. 20 triliun per tahun (<https://www.republika.co.id/>, 2022)

Sesungguhnya, sejak lahirnya UU No. 38/1999 tentang Pengelolaan Zakat, pertumbuhan zakat Nasional dari tahun ke tahun menunjukkan angka pertumbuhan yang menggembirakan. Bahkan di tahun 2016 hingga 2019 mencapai pertumbuhan antara 24-30 %. (*National Zakat Statistics 2019 / 1*, 2019). Pengumpulan tahun 2020 mengalami pertumbuhan sebesar Rp. 4.311,65 miliar atau 42,16 persen dibandingkan tahun 2019. (*Outlook Zakat Indonesia 2022*, n.d.)



Sumber : (*National Zakat Statistics 2019 / 1*, 2019)

Kamaruddin Amin juga mengatakan bahwa optimalisasi pengumpulan zakat Nasional memang menghadapi banyak kendala, diantaranya problem kepercayaan masyarakat (*public trust*). Kendala lainnya adalah masih banyak masyarakat yang belum memahami zakat dengan benar. Mereka membayar zakat

langsung kepada mustahiq (penerima zakat). Padahal, menurut ajaran Nabi, dianjurkan untuk menyetorkan zakat pada lembaga pengelola/amil yang resmi. (<https://www.republika.co.id/>, 2018)

Tabel 1.1
Capaian ZIS Jawa Timur
Tahun 2021

Sumber	Jumlah
Baznas Se Jawa Timur	220 Milyar
Laz Se Jawa Timur	480 Milyar
Total	700 Milyar

Sumber : Diolah dari dokumentasi Baznas Jatim, 2022

Khusus wilayah Jawa Timur, capaian pengumpulan zakat juga masih sangat rendah. Data tahun 2021 menyatakan bahwa capaian pengumpulan ZIS di Jawa Timur, yang meliputi Baznas Provinsi, Baznas Kabupaten/Kota dan LAZ Se-Jawa Timur baru mencapai kisaran Rp. 700 Milyar, atau masih 2% dibandingkan potensi Jawa Timur yang mencapai Rp. 35 Trilyun. Ketua Baznas Jatim, Kyai Roziqi, menyetujui adanya problem kesadaran sebagai kendala dalam penghimpunan zakat. Masyarakat juga belum memahami bagaimana menghitung zakat dengan benar. (<https://www.suarasurabaya.net/>, 2022)

Untuk mewujudkan pengelolaan zakat yang optimal, perlu adanya peran aktif dari amil yang memiliki kemampuan dan profesionalisme dalam mengembangkan dan mengupayakan pengelolaan zakat secara profesional,

supaya pemanfaatan zakat mampu dirasakan seluas-luasnya oleh orang yang berhak menerima zakat (Islah Alifa and Irvan Normansyah, 2020:19).

Apabila sedikit flashback, sesungguhnya tahun 1999, perhatian pemerintah atas potensi zakat, semakin nampak yang ditandai dengan lahirnya UU pengelolaan zakat yang pertama. Selanjutnya pemerintah membentuk Badan Amil Zakat dari Tingkat Nasional hingga Kecamatan sebagai kepanjangan tangan pemerintah dalam mengurus zakat.

Tahun 2011, kembali lahir UU pengelolaan zakat yang kedua. Yakni UU No. 23/2011 tentang Pengelolaan Zakat, sebagai revisi atas UU sebelumnya. Dalam UU ini pemerintah semakin memperkuat peran BAZNAS sebagai badan yang berwenang mengelola zakat secara nasional. Dalam undang-undang, BAZNAS disebutkan sebagai lembaga pemerintah non struktural yang bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Sebagai lembaga amil zakat modern, BAZNAS menyelenggarakan fungsi perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pelaporan dan pelaporan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.(Tanjung & Coryna, 2015). Adapun ASN merupakan sasaran utama penghimpunan zakat BAZNAS.

Tabel 1.2
BAZNAS PROVINSI JAWA TIMUR
LAPORAN PENERIMAAN ZAKAT
(001/SIP-LAP)
PERIODE BULAN SEPTEMBER TAHUN 2022

No	Tgl	Jenis Zakat	Jumlah Muzaki	Jumlah (Rp)
1	01	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	2344	246.690.858

No	Tgl	Jenis Zakat	Jumlah Muzaki	Jumlah (Rp)
2	02	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1867	263.325.331
3	03	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1599	152.149.959
4	05	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1108	94.226.851
5	06	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	252	25.695.285
6	07	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	6	38.600.083
7	08	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	26	10.401.088
8	09	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	255	22.788.390
9	10	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	2	450.000
10	11	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1	250.000
11	12	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	543	51.940.913
12	13	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	167	20.052.000
13	17	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	3	2.300.000
14	18	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1	250.000
15	19	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	187	28.891.000
16	20	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	155	14.013.600
17	21	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	198	40.585.055
18	23	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	837	149.544.993
19	25	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1	1.000.000
20	26	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	181	18.722.000
21	27	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1158	104.634.150
22	28	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	1	200.000
23	29	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	4	250.000
24	30	Penerimaan Zakat Maal Perorangan	168	1.165.296.910
Jumlah Penerimaan Bulan Ini			11.064	2.452.258.466
Jumlah Penerimaan Bulan lalu			9.081	3.535.141.804
Jumlah Penerimaan s/d Bulan Ini			58.762	21.701.947.791

Gubernur mendukung pengelolaan zakat dengan memberikan himbauan melalui Instruksi Gubernur yang mendorong ASN untuk menyalurkan zakatnya ke Baznas. Instruksi terbaru yang saat ini berlaku adalah Instruksi Gubernur no. 1 Tahun 2021 tentang Optimalisasi Zakat ASN Di Lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Sebelumnya, sejak 2010, Instruksi tersebut telah diperbarui 3 kali. Yaitu tahun 2010, 2017, 2021. Sebagai penerapan Instruksi tersebut, BAZNAS telah membentuk unit pengumpul zakat (UPZ) di seluruh Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Namun demikian, Jumlah muzakki ASN di BAZNAS Provinsi Jawa Timur saat ini baru mencapai 11.064 orang atau sekitar 80% dari jumlah total muzakki yang mencapai 14.924 orang.

Menurut laporan OPD Provinsi Jawa Timur potensi zakat pada tahun 2022 mencapai Rp. 6.856.050.000. Akan tetapi jumlah realisasizakat pada awal bulan pada tahun 2022 masih berada pada angka Rp. 925.329.731 atau baru sekitar 13,5% saja. Jumlah tersebut terus meningkat dari setiap bulannya menjadi sebesar 15,7% pada bulan Februari, 15,4% pada bulan Maret, 22,4% pada bulan April, 21,1% pada bulan Mei, 18,4% pada bulan Juni, 25,8% pada bulan Juli, 26% pada bulan Agustus, 27,7% pada bulan September, 26% pada bulan Oktober, 26,9% pada bulan November dan 27,9% pada bulan Desember dengan total realisasi mencapai harta sebesar Rp 1.910.386.422. Artinya meskipun terjadi peningkatan setiap bulannya dalam jumlah realisasi zakat yang ada potensi yang belum terealisasikan masih sangat besar dan mencapai sekitar 70,1%. Hal ini menunjukkan ada beberapa hambatan yang menjadi masalah atas potensi dari

realisasi zakat yang ada.

Tabel 1.3
POTENSI & REALISASI PENGUMPULAN ZIS
OPD PROVINSI JATIM
Tahun 2022

Bulan	Potensi	Realisasi	%
Januari	6,856,050,000	925,329,731	13.5
Februari	6,856,050,000	1,076,828,854	15.7
Maret	6,856,050,000	1,058,374,092	15.4
April	6,856,050,000	1,533,389,237	22.4
Mei	6,856,050,000	1,447,437,405	21.1
Juni	6,856,050,000	1,259,349,927	18.4
Juli	6,856,050,000	1,765,572,457	25.8
Agustus	6,856,050,000	1,785,938,813	26.0
September	6,856,050,000	1,900,635,222	27.7
Oktober	6,856,050,000	1,784,245,580	26.0
November	6,856,050,000	1,843,528,242	26.9
Desember	6,856,050,000	1,910,386,422	27.9

Catatan :

Potensi dihitung berdasar jumlah ASN Muslim, data BKD
Oktober 2022

Tabel 1.5 Pengumpulan dana BAZNAS Jatim

Jenis Dana	Jumlah
Zakat	22,783,687,336.88
Infaq	5,826,167,979.19
DSKL	7,732,694,498.00
CSR	549,300,000.00
Jumlah	36,891,849,814.07

Tabel 1.6 Jumlah ASN JATIM Menurut Golongan Kepegawaian

Gol	Jumlah	ZIS	Jumlah
I	297	Rp. 50.000,-	14.850.000
II	6.487	Rp. 100.000,-	648.700.000
III	25.198	Rp. 150.000,-	3.779.700.000
IV	12.006	Rp. 200.000,-	2.401.200.000
Total	43.988	Rp. 500.000	
Total Potensi (Per Bulan)			6.844,450.000
Total Potensi (Per Tahun)			82.133.400.000

Sumber Data : BKD Oktober 2022 yang telah di olah BAZNAS Provinsi JATIM

Sesuai dengan tabel diatas dapat terlihat capaian Zakat Infaq Shadqoh (ZIS) di BAZNAS Jawa Timur dari para Aparatur Sipil Negara masih sangatlah minim. Capaiannya pada tahun 2022 masih di bawah 50%, yaitu 22%. Capaian yang masih sedikit menarik penulis untuk melakukan penelitian mengenai strategi *fundraising*

terhadap peningkatan zakat ASN di BAZNAS Jawa Timur.

Masih banyaknya ASN yang tidak taat akan instruksi gubernur untuk membayar zakat. Dan masih banyak pula yang belum faham mengenai wajibnya berzakat bagi umat muslim. Sehingga jumlah ASN yang seharusnya melaksanakan zakatnya ditabel 1.3 ada 43.988 ASN yang seharusnya melaksanakan zakat. Akan tetapi hanya 11.064 orang yang berzakat. Butuh sebuah komunitas untuk dapat membantu meningkatkan kesadaran wajib zakat dikalangan ASN. Maka dari itu ASN di Jawa timur dapat lebih sadar akan kewajiban berzakat, dan manfaatnya dalam kehidupan, dan untuk menyejahterakan mustahiq tentunya.

Alat atau cara untuk mencapai tujuan utama adalah strategi. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, strategi harus mampu menyatukan semua area bisnis besar. William F. Glueck, Lawrence R. Jauch, Muhammad, dan Abu Bakar mendefinisikan strategi sebagai rencana menyeluruh dan terintegrasi yang mengintegrasikan kekuatan dan keunggulan perusahaan (organisasi) dengan hambatan lingkungan dan berfungsi sebagai peta jalan untuk mencapai tujuan utama organisasi. tujuan perusahaan. Tetapi juga tindakan organisasi yang sukses dan efisien. (Rohmah, 2021)

Tujuan utama dan tujuan strategis yang dirumuskan tidak boleh bertentangan dengan arah umum, ruang lingkup dan perspektif jangka panjang organisasi atau individu. Sasaran dan sasaran strategis adalah bagian yang sangat penting dari strategi karena pencapaian sasaran inti dan sasaran strategis ini adalah tolak ukur keberhasilan atau kegagalan strategi. Jika definisi tujuan utama dan

sasaran strategis salah, maka pemilihan instrumen untuk mengukur keberhasilan strategi juga salah. Ini adalah kesalahan fatal dalam perumusan strategi, karena perumusan strategi lebih lanjut hanya akan menjadi pekerjaan yang sia-sia dan tidak produktif. (Triton, 2007)

Dengan kata lain, strategi sangat berpengaruh dalam sebuah capaian suatu tujuan, karena strategi merupakan pokok dari suatu rencana, untuk mencapai sebuah keberhasilan suatu tujuan. Tanpa adanya suatu strategi, tidak akan mampu suatu lembaga untuk mencapai tujuannya. Tulisan ini berusaha untuk melakukan analisis atas strategi yang telah dilakukan oleh Baznas Provinsi Jawa Timur dalam upaya peningkatan zakat di kalangan ASN.

Dengan mengambil tema “ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT DI KALANGAN APARATUR SIPIL NEGARA PADA BADAN AMIL ZAKAT PROVINSI JAWA TIMUR”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada identifikasi masalah, merujuk pada suatu masalah yang ada pada penelitian ini akan dibahas masalah yang mendasarinya. Oleh karena itu, harus dihindari untuk mengangkat isu-isu yang tidak memiliki dasar atau landasan dari sejarah masalah tersebut. Bagian identifikasi masalah ini berfungsi untuk menunjukkan berapa banyak masalah yang dapat diangkat sebagai masalah penelitian., sebagai berikut:

1. Instruksi gubernur no 1 tahun 2021 tentang optimalisasi zakat dari ASN Pemprov Jatim belum maksimal, dimana Instruksi tersebut berisi dorongan

pada para ASN dan karyawan dilingkungan Pemprov untuk berzakat melalui BAZNAS. Namun kenyataannya baru 22% yang berzakat di Baznas Jatim. Dari total ASN 43.988 yang berzakat di Baznas Jatim hanya 11.064 orang ASN.

2. Capaian zakat di kalangan ASN Pemprov Jatim di bawah rata rata. Baru 18.614.935,539,50 yaitu 22% dari potensi pertahun 82,1 milyar.
3. Rendahnya kesadaran wajib zakat di kalangan ASN Jawa Timur.

1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan dalam suatu penelitian diperlukan agar ruang lingkup masalah tidak meluas. Batasan-batasan ini terkait dengan keterbatasan dana, waktu, tenaga, pengumpulan data serta analisisnya, maupun relevansi kualifikasi peneliti dengan permasalahan yang akan dibahasnya. Pada intinya seseorang peneliti berwenang memberikan batasan-batasan demi terlaksana dan terselesaikan sebuah proses penelitian. Batasan-batasan ini tentunya juga berpengaruh pada proses penentuan data yang diambil dari hasil penelitiannya. Cara membatasi masalah antara lain:

1. Peneliti akan menjelaskan implementasi Strategi *Fundraising* di Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur dari tahun 2019 sampai dengan 2022
2. Peneliti akan melakukan analisis atas Strategi *Fundraising* dalam peningkatan capaian zakat di kalangan Aparatur Sipil Negara di Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur melalui pendekatan analisis SWOT.

1.4 Rumusan Masalah

Peneliti hanya membahas permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini. Agar pembahasan dalam materi tidak meluas ke materi lain, batasan masalah penelitian bertujuan untuk dihindari. Setelah pemeriksaankami terhadap masalah yang ada, kami berkonsentrasi pada pertanyaan berikut.:

1. Bagaimana strategi *fundraising* ZIS di Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur ?
2. Bagaimana analisis SWOT terhadap strategi *fundraising* dalam meningkatkan zakat di kalangan Aparatur Sipil Negara pada Baznas provinsi Jawa Timur ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini didasarkan pada penjelasan yang diberikan dalam rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya.:

1. Untuk mengetahui strategi *fundraising* ZIS di Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur
2. Untuk mengetahui analisis SWOT pada strategi *fundraising* dalam meningkatkan zakat di kalangan Aparatur Sipil Negara di Baznas provinsi Jawa Timur.

1.6 Manfaat penelitian

Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman kita tentang bagaimana zakat kemungkinan akan berkembang di kalangan pegawai pemerintah di masa depan. Keunggulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan agar dapat mengembangkan mata kuliah manajemen zakat dan wakaf.
- b. Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pesan dakwah dalam meningkatkan zakat dikalangan aparatur sipil negara, yang juga akan bermanfaat bagi kaum dhuafa.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini digunakan untuk mengembangkan aspek dakwah dalam segi peningkatan zakat dikalangan aparatur sipil negara.
- b. Untuk menambah wawasan dan juga referensi bagi ilmu pengetahuan dan perpustakaan tentang motivasi dan kompensasi bagi pihak tertentu yang meneliti pada objek yang sama atau sejenis.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Analisis SWOT

Sebelum melanjutkan untuk mempelajari metode yang digunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi alur identifikasi, penting bagi kita untuk memahami arti dan komponen yang membentuk asumsi strategi. Analisis SWOT terdiri dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman). Analisis SWOT dianggap sebagai alat yang bermanfaat untuk melakukan analisis strategi karena diharapkan dapat mengurangi sudut kelemahan dan dampak ancaman dari subjek penelitian. (Rangkuti, 1998)

Menurut Robinson, dalam tulisan Indah Lusiana, SWOT merupakan kerangka berbagai informasi yang menjadi bahan diskusi untuk memperbaiki kualitas dan keputusan oleh perusahaan. (Lusiana & Novitaningtyas, 2020)

Metode analisis ini digunakan untuk mencapai suatu tujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang berkontribusi pada pembentukan strategi. Hasna Wijayanti mengatakan bahwa analisis SWOT adalah suatu teknik yang digunakan dalam perencanaan strategis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) yang dapat diaplikasikan untuk proyek atau rencana organisasi. (Wijayati, 2019)

Secara lebih terperinci, analisis SWOT terdapat uraian pada unsur pengertian beberapa kata yang terdiri Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman). Berikut uraian empat unsur

membentuk SWOT:

- a. **Strengths** (kekuatan), yakni merupakan komponen kondisi faktor internal yang memberikan kelebihan kompetitif pada upaya organisasi. Di dalam kekuatan ini menjadi keunggulan lembaga bagi perkembangan sumber daya yang dimiliki ataupun upaya kinerja dilakukan lebih baik. Kekuatan ini memungkinkan organisasi untuk mengembangkan sumber dayanya atau melakukan upaya kinerja dengan lebih baik. Dengan kata lain, faktor kekuatan ini berasal dari kemampuan khusus organisasi yang membantu mencapai tujuan yang direncanakan. Ini menunjukkan bahwa faktor pendukung kekuatan lembaga filantropi memiliki keunggulan. Keunggulan ini membuat muzakki dan donatur percaya untuk memberikan dananya kepada lembaga. Selain itu, output atau hasil dari siswa yang menerima beasiswa dapat menyelesaikan studinya dengan nilai yang memuaskan dan berkontribusi pada berkembangnya suatu lembaga.
- b. **Weaknesses** (kelemahan). Salah satu unsur kelemahan dari faktor internal negatif organisasi atau perusahaan adalah menemukan unsur yang berkaitan dengan kekurangan pada penghalang kelebihan organisasi. Kelemahan atau kekurangan ini dapat berupa keterbatasan sumber daya, fasilitas, dan keterampilan kepemimpinan yang buruk (Eka Susanti, 2018). Dengan arti lain kelemahan ialah kekurangan yang dimiliki lembaga, sehingga lembaga perlu tahu bagaimana membuat kebijakan untuk minimalisir kapabilitas kekurangan yang dapat menghambat laju perkembangan organisasi.
- c. **Opportunity** (peluang) merupakan bagian dari unsur eksternal yang dapat

mendorong kemajuan organisasi ke arah industri peluang, seperti perubahan aturan, peningkatan pencapaian, kestabilan ekonomi, dan kerja sama. Oleh karena itu, peluang merupakan faktor yang menguntungkan bagi organisasi untuk menemukan peluang baru dan mengubah peluang yang ada.

- d. **Threats** (ancaman) Merupakan bagian dari faktor eksternal yang tidak menguntungkan pada masa depan lembaga. Faktor ancaman adalah situasi yang menghalangi keberhasilan perusahaan baik di masa sekarang maupun di masa depan. Faktor-faktor seperti penurunan pertumbuhan keuangan, perubahan teknologi, dan perubahan lingkungan adalah bahaya bagi keberhasilan suatu perusahaan. Karena itu, jelas bahwa ancaman adalah tantangan dari sumber luar yang menimbulkan masalah dan mengancam keberhasilan organisasi. Oleh karena itu, analisis SWOT dapat membantu melihat bagaimana menilai perencanaan strategis dari aspek yang digunakan dalam operasi bisnis. Analisis ini didasarkan pada faktor internal dan eksternal dengan mengidentifikasi Strengths (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman) dalam lingkungan bisnis atau organisasi.

2.2 Unsur-unsur Analisis SWOT

Unsur-unsur pada analisis SWOT terdapat Elemen yang meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi dari pemetaan *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Oppurtunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Untuk menganalisa lebih rinci bagian dalam Analisis SWOT, perlu

diperhatikan faktor internal dan eksternal berikut : (FENI INDAH NURLITA, 2020)

- a. Faktor Internal (Internal Factor Analysis Strategies/IFAS). Faktor internal ini menentukan bagaimana Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan) terbentuk. Faktor-faktor ini sangat terkait dengan keadaan perusahaan, seperti membuat keputusan oleh perusahaan atau lembaga. Faktor internal ini termasuk manajemen, pemasaran, keuangan, SDM, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, informasi manajemen, dan budaya organisasi atau perusahaan.
- b. Faktor Eksternal (External Factor Analysis Strategies/EFAS). Faktor internal ini mengidentifikasi terbentuknya Peluang (Peluang) dan Ancaman (Ancaman). Faktor ini terkait erat dengan situasi di luar perusahaan, seperti pengambilan keputusan lembaga atau perusahaan. Faktor-faktor luar seperti ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, dan hukum, teknologi, pelanggan, pesaing, dan kemungkinan pembuatan produk pengganti baru. Fungsi, Tujuan, dan Manfaat Analisis SWOT.

Secara umum, analisis SWOT membantu perusahaan merencanakan strategi dengan fokus pada kemampuan sumber daya dan kemampuan yang memadai. Hasil penilaian analisis ini memberikan gambaran situasi dari rencana organisasi saat ini dan yang akan datang. Keberhasilan analisis dapat menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi/perusahaan, serta dapat mengetahui kondisi eksternal perusahaan dengan melihat peluang dan ancaman. Adapun

Manfaat dari menggunakan analisis SWOT adalah yaitu dapat membantu membuat sinergi awal kinerja dan mempersiapkan faktor-faktor yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan demikian, analisis ini dapat membantu dalam perumusan strategi organisasi untuk menyelaraskan aktivitas internal dan eksternalnya dengan asumsi yang melandasinya, yang kemudian memberikan matriks strategis yang masuk akal.(Aditya, Dimas, Zaman, Akhmad Nidhomuz, Hutami, Mira Syehika, Mahindriya, Prama Shandyasta, Puspita, Diah Arum, Wahyudi, 2020)

2.3 Pendekatan Analisis SWOT

Manfaat dari menggunakan analisis SWOT adalah dapat membantu membuat sinergi awal kinerja dan mempersiapkan faktor-faktor yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan demikian, analisis ini dapat membantu dalam perumusan strategi organisasi untuk menyelaraskan aktivitas internal dan eksternalnya dengan asumsi yang melandasinya, yang kemudian memberikan matriks strategis yang masuk akal.:

- a. Analisis SWOT berbasis Pendekatan Kualitatif. Dengan kata lain, dengan menggunakan berbagai pendekatan kualitatif untuk menganalisis secara menyeluruh faktor-faktor internal dan eksternal organisasi. Pada metode kualitatif untuk melakukan analisis SWOT, data yang digunakan bukan angka melainkan kata-kata, seperti observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.(Eka Susanti, 2018)
- b. Analisis SWOT berbasis Pendekatan Kuantitatif. Pendekatan kuantitatif

melibatkan penggunaan berbagai metode kuantitatif untuk menganalisis komponen elemen internal dan eksternal organisasi. Data yang digunakan adalah angka statistik yang dikumpulkan melalui metode kuisioner atau angket. Oleh karena itu, data dapat divalidasi pada kisi-kisi instrumen yang dimaksud.

2.4 Langkah-Langkah Analisis SWOT

Setelah mempelajari pendekatan analisis SWOT, penting untuk memahami metode yang digunakan untuk evaluasi program. Berikut adalah langkah-langkah untuk melakukan analisis SWOT:

- a. Langkah-langkah analisis SWOT dengan pendekatan Kualitatif
 - 1) Pengumpulan data, dapat dilakukan dengan menghadirkan semua stakeholder lembaga. Dapat dilakukan dengan melakukan wawancara secara mendalam, dokumentasi dan observasi.
 - 2) Melakukan analisis SWOT dengan bantuan matriks SWOT untuk menentukan strategi sebagai pedoman dan kerangka program pengembangan lembaga filantropi yang harus dilakukan. Dengan menggunakan strategi berikut: strategi SO (Strength-Opportunity Strategy), Strategi WO (Weakness-Opportunity Strategy), Strategi ST (Strength-Threats Strategy), dan Strategi WT (Weakness-Threats Strategy).
- b. Langkah-langkah analisis SWOT dengan pendekatan Kuantitatif
 - 1) Pembobotan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja

lembaga filantropi. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

- 2) Menentukan nilai rating setiap faktor.
- 3) Menghitung nilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari setiap faktor.
- 4) Menyusun daftar perhitungan dan kemudian memasukkannya ke dalam matriks kuadran.
- 5) Menilai posisi organisasi.
- 6) Tentukan strategi untuk rencana pertumbuhan.

2.5 Model Analisis SWOT

Model analisis yang representative harus dibuat dengan metode yang tepat. Pada dasarnya, penyesuaian analisis berdasarkan kondisi pengambilan keputusan atau pembentukan sinergi perencanaan adalah dasar dari pilihan strategi. (Manajemen Strategik Konsep Dan Alat Analisis : - / Suwarsono Muhammad, n.d.) Terdapat pendekatan matriks yang terkenal yaitu:

a. Matriks SWOT-K

Matriks SWOT-K diciptakan oleh Heinz Wehrich dan berbeda dengan analisis SWOT saat ini. Ini adalah proses melakukan analisis melalui penilaian lingkungan bisnis dan perusahaan oleh manajemen sendiri (self-assesment).

Manajemen hasil mempertimbangkan empat faktor: selektif, dan kritis.

manfaatkan kekuatan dan keunggulan bersaing yang dimiliki untuk mengeksploitasi peluang yang tersedia.

Untuk mengurangi kelemahan yang ada, strategi WO memanfaatkan peluang yang tersedia.

Strategi ST semacam sama seperti strategi WO sebab kedua variabel yang ada tidak maksimal maka menggunakan kekuatan untuk menghindari dampak dan tantangan negatif.

Strategi WT pada dasarnya lebih merupakan strategi yang meminimalisir sebuah kelemahan dan menghindari tantangan dalam upaya mempertahankan tujuan.(BUDIMAN, 2017)

b. Matriks SWOT-4K

Matriks SWOT-4K memiliki prinsip yang serupa dengan SWOT-K, tetapi metode kuantitatif digunakan lebih banyak dalam analisis ini. Setelah perhitungan, daftar empat variabel yang menguatkan masing-masing indikator secara keseluruhan. Dilanjutkan dengan menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan saat ini. kombinasi hasil akhir secara keseluruhan yang menunjukkan posisi organisasi atau perusahaan dalam salah satu dari empat indikator yang disebutkan dalam kuadran tersebut.

kelemahan internal mereka. Oleh karena itu, fokus strategi perusahaan adalah mengurangi masalah internalnya untuk memanfaatkan peluang pasar yang lebih besar.

Kuadran IV : merupakan analisis yang digunakan untuk mendukung strategi defensive perusahaan dalam situasi buruk. Banyak kelemahan dan ancaman internal membuat perusahaan tetap hidup dalam keadaan sulit.(QOMARUDDIN et al., n.d.)

2.6 Strategi Fundraising

Strategi adalah cara atau sarana untuk mencapai tujuan organisasi dengan menetapkan tujuan jangka panjang dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan, serta mempertimbangkan semua kemungkinan pilihan dan mempersiapkan semua potensi yang ada.(Syahrullah, 2018). Jadi secara singkatnya Alat atau cara untuk mencapai tujuan utama adalah strategi. Agar suatu strategi berhasil, ia harus mampu menyatukan organisasi secara keseluruhan. William F. Glueck, Lawrence R. Jauch, Muhammad, dan Abu Bakar mendefinisikan strategi sebagai rencana menyeluruh dan terintegrasi yang mengintegrasikan keunggulan perusahaan (organisasi) dengan kendala lingkungan dan berfungsi sebagai peta jalan untuk mencapai tujuan utama perusahaan.

Strategi secara etimologis berasal dari bahasa Yunani yaitu strategos yang berarti jenderal. Arti tersebut dapat diturunkan istilah "strategi", yang berasal dari frasa "seni para jenderal". Dalam arti tertentu strategi adalah memberikan tugas kepada organisasi atau perusahaan. Misalnya menetapkan tujuan organisasi

dengan meningkatkan kompetensi di bidang eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai tujuan, dan memastikan implementasinya dilakukan dengan tepat agar tujuan utama organisasi tercapai. Strategi dalam kamus manajemen berarti rencana tindakan yang ideal untuk mencapai tujuan tertentu yang terkait dengan waktu, topik, dan ukuran. Prof. dr. A. M. Kardiman menyatakan bahwa strategi adalah pemilihan tujuan jangka panjang dan sasaran organisasi atau perusahaan serta memilih metode dan penentuan sumber daya yang diperlukan agar dapat mewujudkan tujuannya. Penulis menarik kesimpulan bahwa strategi adalah rencana jangka panjang yang ditetapkan sesuai dengan tujuan.

Dari berbagai definisi yang diberikan di atas, misi dan keputusan strategis organisasi yang dihasilkan dari investasi dana dan pendapat untuk mencapai tujuan program aksi. Strategi harus dirancang langsung oleh mereka yang memahami organisasi dari dalam. Islam juga mengajarkan dan menasihati bahwa sesuatu hanya boleh disampaikan langsung oleh Rasulullah SAW.

Beliau SAW bersabda yang artinya: “*Apabila sebuah urusan diserahkan bukan pada ahlinya, tunggulah kehancuran atau kiamat*” (HR Al-Bukhori)

Akibatnya, tugas diberikan kepada orang yang tepat (pemimpin) dengan maksud agar tugas tersebut digunakan untuk menciptakan strategi yang optimal. Jika pendekatan yang dipilih tidak efektif, maka tidak akan berpengaruh signifikan terhadap sebuah organisasi. (Rohmah, 2021). Dari pengertian tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang cermat untuk mencapai suatu tujuan. Terlebih dahulu yang harus diperhatikan adalah segala sesuatu yang akan terjadi dan mempersiapkan segala potensi yang ada. Karena strategi diperlukan untuk mencapai segala hal.

Fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga atau organisasi sosial untuk mendukung pelaksanaan program dan berjalannya siklus operasional. Baik dari segi pembiayaan program maupun operasional sehari-hari lembaga, penggalangan dana atau *fundraising* memainkan peran yang sangat penting dan bahkan berfungsi sebagai komponen pendukung. Melalui *fundraising* suatu lembaga atau organisasi sosial tersebut dapat mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

Kekuatan orang, kelompok, dan organisasi untuk membujuk orang lain mengungkapkan kepedulian dan kesadaran adalah inti dari penggalangannya. Dalam situasi ini, organisasi perlu mengembangkan filosofi penggalangan dana yang konsisten dengan tujuannya. (Jakarta : Pustaka, 2006).

Penggalangan dana atau *fundraising* bukan hanya tentang

mengumpulkan uang. Cakupannya begitu luas, sehinggakelangsungan keberadaan lembaga itu sangat bergantung pada pengaruhnya. Menurut A. Juwaini (2008) pengumpulan zakat atau *fundraising* zakat dapat di artikan sebagai proses menghimpun zakat , infaq, sedekah, dan sumber daya lainnya dari orang, kelompok, organisasi, atau usaha dan menyalurkannya kepada mustahiq.

Dana ZIS dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta dapat mengentaskan kemiskinan dan mengurangi kesenjangan antara kaya dan miskin. (A b i d a h , 2 0 1 6) . Dengan kata lain, kehadiran para donatur merupakan salah satu bagian dari membangun keberlanjutan sosial. Kegiatan penggalangan dana, organisasi layanan sosial harus menggunakan strategi penggalangan yang memanfaatkan potensi dan sumber daya organisasi layanan sosial. (Apriliani et al., 2021).

Inti dari fundraising yakni sebuah proses untuk mempengaruhi masyarakat agar mau untuk melakukan amal kebajikan dengan memberikan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai untuk mustahiq. Makna dari mempengaruhi sendiri yakni : memberitahu, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu, dan juga mengiming- imingi. Termasuk juga melakukan tekanan, jika hal tersebut memungkinkan atau diperbolehkan. *Fundraising* sendiri berhubungan dengan kemampuan dalam mengajak dan mempengaruhi masyarakat, sehingga masyarakat sadar akan kewajibannya sebagai seorang muslim. (Miftahul ulum, 2009)

Penulis memberikan kesimpulan bahwasanya *fundraising* merupakan salah satu proses penggalangan dana. Cara yang dilakukannya adalah dengan mempengaruhi masyarakat baik individu maupun lembaga agar mau berpartisipasi

memberikan sebagian hartanya untuk kepentingan sosial atau keagamaan.

Strategi *fundraising* adalah rencana proses di mana komunitas ingin berbuat baik dengan mentransfer dana atau sumber daya berharga lainnya kepada yang membutuhkan, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Muzaki bertugas membuat perhitungan kewajiban zakat sendiri. Jika seorang muzaki tidak dapat menghitung sendiri kewajiban zakatnya, ia dapat meminta bantuan kepada BAZNAS atau LAZ. Pengumpulan zakat di BAZNAS atau LAZ pun memiliki pengaturan tersendiri. (Siregar & Kholid, 2019)

Strategi untuk mengumpulkan uang adalah dasar dari penggalangan dana. (Norton, 2002). Menurut *Joyce Young*, perusahaan yang menunda-nunda tanpa rencana sama dengan berangkat tanpa peta. (Young, 2007). Menurut *Joyce Young*, strategi *fundraising* dapat disusun dalam beberapa cara, salah satunya adalah matriks strategi penggalangan dana. Matriks penggalangan dana ini digunakan untuk mengidentifikasi potensi sumber penggalangan dana, metode penggalangan dana dan mengevaluasi sumber atau metode penggalangan dana. (Young, 2007).

Strategi *fundraising* adalah analisis faktor internal dan eksternal organisasi atau lembaga yang menentukan apa yang ditawarkan atau dijual oleh lembaga tersebut dan kepada siapa dijual. Hamid Abidin menyatakan bahwa strategi penggalangan dana adalah alat analisis untuk mengidentifikasi kemungkinan sumber pendanaan, metode penggalangan dana, dan kemampuan organisasi untuk memobilisasi sumber keuangan (Abidin & dkk, 2009). Hamid Abidin mengungkapkan bahwa area strategi penggalangan dana disebut siklus penggalangan dana, yang terdiri dari mengidentifikasi calon donatur, mengelola

dan mengamankan donatur, menggunakan metode penggalangan dana, serta memantau dan mengevaluasi penggalangan dana. (Abidin & dkk, 2009).

2.7 Tujuan Strategi Fundraising

Tujuan adanya *fundraising* disini yaitu untuk meningkatkan jumlah muzakki, memberi pelayanan yang terbaik untuk para donator atau muzakki, meningkatkan jumlah donasi untuk fakir miskin, kaum dhuafa, dan orang yang berhak menerima zakat (mustahiq). Berikut penjelasan secara rinci mengenai tujuan strategi *fundraising*.

1. Memperbanyak atau meningkatkan jumlah donatur. Organisasi pengelola zakat yang terlibat dalam penggalangan dana harus terus meningkatkan jumlah donatur.
2. Mempengaruhi peningkatan reputasi lembaga baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat (LSM). Penggalangan dana adalah garis depan yang menyampaikan informasi dan terlibat dengan masyarakat. Hasil informasi dan komunikasi ini membentuk citra publik yang positif ataupun negatif terhadap lembaga tersebut, tergantung apa yang ditampilkan. Jika yang ditampilkan hal-hal positif maka dukungan dan simpati otomatis akan mengalir ke lembaga tersebut, sehingga tidak ada lagi kesulitan mencari donatur.
3. Meningkatkan kepuasan donatur. Manfaat ini merupakan manfaat terbesar dan berharga dalam jangka panjang, secara teknis kegiatan tersebut dilakukan setiap

hari. (Siregar & Kholid, 2019).

Tujuan strategi fundraising disini sangat erat, jika hanya fundraising tanpa adanya strategi juga tidak akan bisa untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Begitu sebaliknya, karena strategi merupakan pokok dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

2.8 Macam-macam *Fundraising* :

Fundraising harus memiliki kegunaan, kemudahan dan kebanggaan yang lebih bagi donatur. Cara yang sering digunakan untuk melakukan *fundrasing* terbagi menjadi dua. Dengan kata lain, *fundraising* terbagi menjadi dua macam, yaitu:

1. *Direct Fundraising* (pengumpulan dana secara langsung) yaitu dengan cara melibatkan partisipasi muzakki atau donatur secara langsung. Yang artinya pengaruh yang dilakukan fundraiser jika mendapatkan respon dari muzakki maka langsung bisa diakomodasi. Setelah mendapatkan pengaruh ataupun sosialisasi dari *fundraiser* maka muzakki dapat segera melakukan dengan mudah dan cepat untuk melakukan donasi. karena saat ini dimungkinkan untuk membuat hadiah dengan informasi yang diminta. Biasanya sosialisasi oleh *fundraiser* dilakukan melalui *direct mail*, *direct advertising*, *telfundraising* atau pemaparan langsung kepada muzakki.
2. *Indirect Fundraising* (Pengumpulan dana secara tidak langsung), yaitu caranya tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Bentuk *fundraising* ini

dilakukan tanpa memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki dengan tiba-tiba. (Anwar aan zainul, Rohmawati Evi, 2019). Dapat diartikan *indirect fundraising* ini dilakukan dengan mempromosikan atau mensosialisasikan untuk menampilkan citra lembaga yang kuat. Transaksi para donatur tidak langsung dilakukan pada saat itu. Contoh cara melakukan *indirect fundraising* ini adalah dengan melakukan pengiklanan, *image campaign*, penyelenggaraan event, melalui perantara, menjalin relasi atau mediasi tokoh (Murtadho, 2016)

Disini penulis dapat menyimpulkan bahwa, macam-macam *fundraising* itu terbagi menjadi dua, secara langsung dan tidak langsung. Dua macam *fundraising* tersebut dapat digunakan sebagai model atau contoh untuk melakukan pengumpulan dana zakat. Dua macam *fundraising* tersebut dapat membantu menghimpun dana sesuai target lembaga dari para muzakki.

2.9 Zakat

2.9.1 Pengertian Zakat

Menurut Dr. Yusuf Qardaw mengartikan zakat secara etimologis adalah Mu'jam Wasit yang artinya berkah, bertambah, suci dan baik. Mengutip dari pendapat Sulaiman Rasjid bahwa zakat secara terminologi adalah harta tertentu yang diberikan kepada golongan yang berhak dengan berbagai syarat. Setiap muslim wajib membayar zakat jika memenuhi syarat-syarat wajib zakat, yang kemudian diteruskan kepada mustahiq (Ali Ridlo, 2014). Zakat ialah jumlah kekayaan atau harta yang wajib dikeluarkan oleh umat Islam dan diberikan kepada

golongan yang berhak menerima (fakir miskin, dll). Dengan syarat-syarat yang diatur dalam syariat Islam.

Rukun ketiga dari lima rukun Islam adalah zakat. Salah satu prinsip Islam dan komponen kunci dalam menerapkan hukum Islam adalah zakat. Maka dari itu, bagi setiap umat muslim yang telah memenuhi syarat, diwajibkan untuk membayar, karena hukum zakat (fardhu). Zakat adalah salah satu bentuk pengabdian yang diatur dengan sangat rinci oleh Al-Qur'an dan As-Sunnah, bersama dengan shalat, haji, dan puasa. Zakat dapat dikembangkan secara global sesuai dengan pertumbuhan manusia sebagai ikhtiar sosial dan kemanusiaan. (Salkiawati et al., 2019). Selain itu zakat juga sebagai penyuci diri maupun harta. Sebagaimana firman Allah dalam Surat at-Taubah ayat 103.

103

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

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka” (QS. at-Taubah [9]: 103).

Zakat terbagi menjadi dua yaitu zakat fitrah dan mal. Zakat fitrah merupakan zakat diri yang diwajibkan bagi seluruh umat Islam yang mana pembayaran zakat fitrah dilakukan pada bulan Ramadhan atau puasa. Sementara itu, zakat mal adalah zakat yang dikeluarkan atas kekayaan atau harta benda yang telah kita miliki. Aturan pembayaran zakat mal sendiri bebas yang terpenting adalah telah mencapai ketentuan dan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh syariat.

2.9.2 Syarat Wajib Zakat

Syarat wajib zakat ialah sebagai berikut:

1) Merdeka.

Menurut kesepakatan ulama zakat tidak diwajibkan untuk hamba sahaya atau budak, karena mereka tidak mempunyai hak milik. Akan tetapi semua hartanya adalah milik tuannya, dan yang bisa membebaskan hanyalah Tuan dari budak tersebut.

2) Islam

Menurut ijma' zakat tidak wajib atas orang kafir karena zakat merupakan ibadah mahdhah yang suci. Sedangkan orang kafir bukanlah orang yang suci, karena dia telah keluar dari agama Islam.

3) Baligh dan Berakal

Zakat tidak wajib diambil dari anak kecil dan orang gila, karena keduanya tidak termasuk dalam ketentuan orang yang wajib mengerjakan ibadah, seperti shalat dan puasa.

4) Harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dikeluarkannya..

Yang termasuk dalam kriteria ini adalah: Naqdaini (emas dan perak), al-auraq al-naqdiyah (surat-surat berharga), barang tambang dan barang temuan (rikaz), barang dagangan, tanam-tanaman dan buah-buahan, serta hewan ternak, dll.

5) Harta yang dizakati telah mencapai atau sama dengan nishab (besarnya jumlah). Islam telah memberi ketentuan berapa jumlah kekayaan yang wajib dikeluarkannya. Yaitu sejumlah dengan nishabnya.

- 6) Harta zakat seluruhnya dimiliki. Kepemilikan penuh mengacu pada kepemilikan sendiri, properti yang awalnya dimiliki yang ada di tangannya sendiri. Atau bisa juga dikatakan sebagai kemampuan pemilik harta memperdagangkan miliknya tanpa adanya campur tangan orang lain.
- 7) Kepemilikan harta telah mencapai satu tahun, menurut hitungan tahun qomariyah. Maksudnya adalah jika seseorang mempunyai harta yang telah mencapai nishab pada permulaan tahun, kemudian hartanya tetap utuh sampai berakhirnya tahun tersebut, maka dia wajib mengeluarkan zakatnya. Dengan catatan bahwa selama setahun itu, harta tersebut tidak mengalami kerugian secara penuh, apalagi kerugian secara keseluruhan.
- 8) Harta tersebut bukan berupa merupakan hasil utang. Jika seseorang mempunyai harta akan tetapi dia berhutang kepada orang lain, maka dia wajib melunasi hutangnya terlebih dahulu. Kemudian barulah membayar zakatnya jika sudah memenuhi nishab.
- 9) Harta zakat melampaui kebutuhan pokok. Menurut mazhab Hanafi, harta yang wajib dizakatkan harus bebas dari hutang dan kebutuhan hidup, karena orang yang giat mencari harta untuk membayar hutang dan memenuhi kebutuhan hidup sama dengan orang yang tidak memiliki harta. (Nadhari, 2013)

Disini, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa, inti darisyarat wajib zakat ialah, terlepas dari hutang apapun itu, dan harta yang dimiliki

telah mencapai nishsab. Dan yang dizakatkan yakni/15% dari harta yang di miliknya.

2.9.3 Orang Yang Wajib Mengeluarkan Zakat

Sebuah persoalan yang erat kaitannya dengan kewajiban zakat adalah tentang siapa yang wajib untuk berzakat. Ini sebenarnya adalah inti dari diskusi tentang topik ini. Orang yang diwajibkan membayar zakat disebut muzakki. Umat Islam telah sepakat bahwa zakat hanya wajib bagi orang muslim, orang dewasa yang berakal dan memiliki harta dengan jumlah tertentu. Peraturan tersebut ada beberapa yang disepakati dan ada yang tidak. Para ulama sepakat bahwa zakat hanya wajib bagi umat Islam yang merdeka. Zakat tidak wajib atas budak karena budak sendiri dia tidak memiliki apa-apa, bahkan mereka sendiri adalah milik tuannya. Dan walaupun dia memiliki sesuatu, itu juga bukan sepenuhnya miliknya.

Sementara ini terjadi, akademisi yang berbeda memiliki pandangan yang berlawanan tentang perlu atau tidaknya melindungi aset anak di bawah umur dan individu gila. Zakat tidak wajib dibayarkan atas harta anak di bawah umur dan orang gila, menurut sebagian ulama antara lain : Abu Ja'far al-Baqir, Hasan, Mujahid, dan lain-lain. Pertama, mereka berargumen bahwa zakat adalah salah satu bentuk ibadah mahdhah, mirip dengan shalat, dan karena itu sekalipun seseorang dapat melakukan zakat dengan niat baik, itu tidak akan diperhitungkan. Ibadah karena itu opsional bagi mereka dan tidak diwajibkan dari mereka. Kedua, mereka mengklaim bahwa hadis-hadis rufi'al qalam 'an

tsalaatsattin berikut mendukung alasan-alasan tersebut di atas.

Karena hukum hanya berlaku bagi mereka yang memahamitujuannya, pencabutan pena menandakan berakhirnya proses hukum terhadap tiga kelompok yang disebutkan dalam hadits. Ketiga, mereka mengutip kutipan Injil dari QS 9:103 sebagai pendukung lain dari posisi mereka. Dalam ayat ini dijelaskan bahwa sementara anak-anak dan orang gila tidak bersalah, kewajiban mengumpulkan zakat dimaksudkan untuk menebus dan mensucikan kesalahan. Oleh karena itu, mereka secara kategoris dikecualikan dari ketentuan ini. Keempat, mereka berpendapat bahwa karena mereka tidak memiliki kemampuan untuk menangani aset dan masalah menjadi perhatian dalam setiap keputusan hukum yang dibuat oleh umat Islam, mewajibkan zakat atas harta mereka tidak akan mencapai hal tersebut.

Adapun harta anak kecil dan orang gila, ulama jumur dari kalangan sahabatnya, tabi'in, dan orang-orang setelahnya berpendapat bahwa wajib zakat. (1) Ayat-ayat Hadits dan Nash yang menuntut agar zakat bersifat luas, meliputi seluruh harta orang kaya, tanpa mengecualikan anak-anak dan orang gila. (2) Sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Syafi'I dari Yusuf bin Mahak bahwa Rasulullah mengatakan: "Terima atau ambil zakat dari harta anak yatim (yang kaya) atau dari harta anak yatim yang tidak menyebabkan hartanya akan habis. (3) Selain itu, mereka beralasan bahwa perbuatan sahabat seperti Umar, Ali, Abdullah bin Umar, Aisyah dan Jabir bin Abdullah yang mewajibkan zakat atas harta anak. (4) Kemudian mereka juga melihat

pengertian wajib zakat, yang menurut mereka membantu fakir miskin selain rasa syukur atas nikmat Allah, yaitu. anak-anak dan orang gila, jika mereka benar-benar kaya, tidak dapat dikecualikan darinya. kewajiban zakatnya.

Setelah mempertimbangkan semua alasan di kedua sisi, Yusuf Qardhawi berpendapat bahwa mereka yang mewajibkan zakat atas harta anak dan orang gila memiliki argumen yang lebih kuat. Lebih lanjut beliau menegaskan bahwa harta anak dan orang gila merupakan kewajiban zakat karena zakat merupakan kewajiban non-kepemilikan yang tidak dilanggar oleh karena pemiliknya masih anak-anak atau orang gila. (Irnawati, 2009) Orang yang wajib mengeluarkan zakat yaitu orang islam, sehat, baligh, berakal. Dan dia memiliki harta yang telah mencapai nishobnya. Dan total jumlah yang wajib dizakatkan yakni/15% dari harta yang dimiliki.

2.9.4 Golongan Orang Yang Berhak Menerima Zakat

Zakat secara spesifik telah ditetapkan oleh syariat agama Islam (Q,S: 9:60) dimana orang yang berhak menerima zakat hanya ada 8 golongan saja, yaitu: orang-orang fakir (fuqara), miskin (masakin), amil zakat (amilin alaiha), mu'allaf (muallafat ul qulub), budak (fir riqab), orang yang berhutang (gharimin), pejuang di jalan Allah (jihad fi sabilillah), dan ibnu sabil (musafir). Jumhur ulama sepakat bahwa selain dari 8 golongan ini, haram hukumnya menerima zakat. Karena tidak memenuhi syarat sebagaimana yang telah ditetapkan. (Nadhari, 2013). Berikut firman Allah yang menjelaskan golongan yang berhak menerima zakat

personalia/karyawan, tempat kerja, dll).

Jadi disini diidentikkan karena objeknya sama yaitu orang. Karena, secara istilah Aparatur, pegawai, tenaga kerja, pegawai dan lain-lain yang sering disebut dengan sumber daya manusia (SDM) ASN, adalah sumber daya manusia yang bekerja pada organisasi publik atau instansi pemerintah. Dalam organisasi publik, khususnya di bidang pemerintahan, ASN lebih sering disebut sebagai “mesin” atau “pegawai”. Pada saat yang sama, kata "staf, karyawan, karyawan atau tenaga kerja, karyawan" umumnya populer di kalangan organisasi nirlaba atau swasta. Pejabat biasanya ditugaskan pada lembaga pemerintah, lembaga negara, pegawai negeri, mesin negara. Itu sebabnya banyak orang menggunakan kata peralatan, karyawan, sumberdaya manusia, dan kepegawaian (Rahman & Bakri, 2019).

2.10.2 Hak dan Kewajiban ASN

Negara Kesatuan Republik Indonesia berupaya menyelenggarakan fungsi pemerintahan baik di pusat maupun di daerah melalui penggunaan Aparatur Sipil Negara atau yang biasa disebut ASN. ASN sepenuhnya bertanggung jawab sebagai administrator untuk menangani kebutuhan masyarakat.

Pejabat sipil profesional yang bebas dari campur tangan politik, korupsi, kolusi, dan nepotisme diperlukan untuk memberikan pelayanan publik kepada masyarakat dan memenuhi posisinya sebagai pemersatu dan pemimpin bangsa demi mewujudkan cita-cita nasional Indonesia. berintegritas

berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia. Kajian yang dilakukan di Indonesia pada tahun 1945 ini merupakan kajian hukum normatif dengan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ASN adalah pegawai pemerintah Republik Indonesia yang digaji sesuai dengan kinerja profesionalnya (berkualitas dan ahli). Setiap ASN mampu memahami tanggung jawab, hak, dan kewajibannya serta bekerja untuk menegakkannya. Fakta bahwa ASN bertanggung jawab atas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara menunjukkan bahwa pemerintah bekerja melalui ASN ini untuk mencapai tujuan nasional negara Indonesia melalui ASN yang bekerja dan memenuhi kewajibannya kepada semua warga negara.(Muzayanah, 2020).

2.10.3 ASN Sebagai Muzakki

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) melakukan berbagai inovasi dalam pengumpulan zakat di masa pandemi Covid-19. Inovasi ini berfokus pada tiga hal, yaitu kampanye atau penawaran zakat massal, layanan pembayaran, dan pembukaan saluran donasi. Inovasi ini akan diimplementasikan dalam beberapa tahapan strategis untuk menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dalam penyaluran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di masa pandemi. Kemunculan virus corona (coronavirus disease 2019/covid-19) telah berdampak serius pada situasi dan kondisi perekonomian di seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia.

Secara teori, jika jumlah muzakki yang terkena dampak krisis

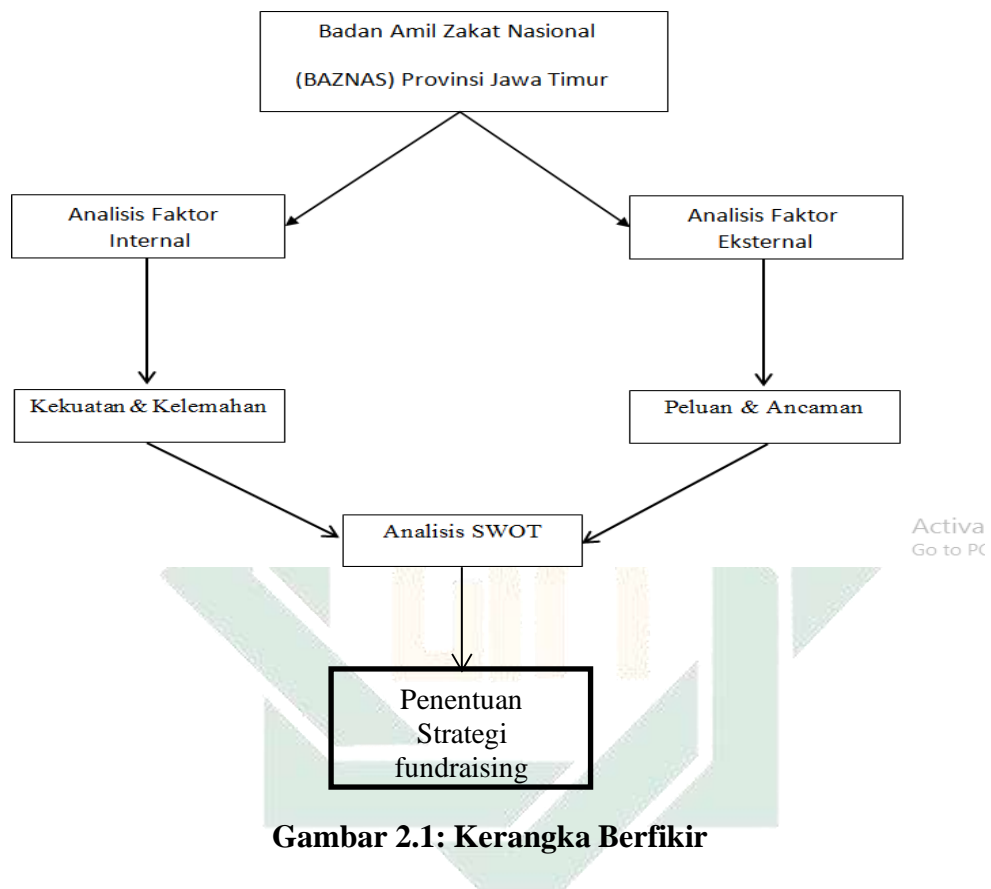
ekonomi akibat Covid-19 meningkat sehingga semakin sedikit orang, baik pengusaha maupun pekerja, yang masuk ke dalam nishab zakat, maka pendapatan zakat diperkirakan akan menurun. Untuk menciptakan minat masyarakat dalam berzakat -infaq di BAZNAS, Inovasi dalam pengumpulan zakat, infak, dan sedekah merupakan salah satu taktik yang mungkin bisa diterapkan. Di sini, istilah "infak" dan "sedekah" berhubungan dengan kampanye media sosial yang meluas, layanan pengumpulan zakat, dan jalur donasi online. Bauran pemasaran sangat terkait dengan penemuan ini.

Keterlibatan pihak ketiga yang terlibat dalam pemasaran jasa, yaitu: orang, bukti nyata, dan proses, disarankan oleh Boom & Bitner (Kotler & Armstrong 1997). Yazid (1999) menekankan bahwa bauran pemasaran jasa terdiri dari tujuh bagian, yaitu: produk (product), harga (price), lokasi (location), promosi (advertising), orang (people), bukti fisik (physical evidence), dan process (proses), yang semuanya disebutkan di atas oleh Kotler, Boom, dan Bitner (Kotler dan Armstrong, 1997) (proses). Seiring dengan kemajuan dalam pengumpulan zakat, infaq, sedekah, dan muzakki-munfiq, rekrutmen ASN yang ada saat ini mungkin perlu diperluas karena mayoritas mereka beragama Islam selain jumlah ASN lama yang cukup banyak dan masuknya ASN baru. Namun pada praktiknya, jumlah penggemar ASN masih terbilang sedikit. Menurut temuan survei wawancara dengan Kepala Daerah Kabupaten Cilacap dan pegawai BAZNAS, hanya sekitar separuh ASN di Kabupaten Cilacap yang merupakan muzakki munfiq. Dikarenakan respon muzakki munfiq ASN yang masih relatif rendah dan semakin ketatnya persaingan antar lembaga pemberi

			masyarakat dalam berdonasi secara online.(Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, 2022)	digital semata, melainkan pada aspek non-digital juga.
3.	Muhammad Anggi Syahrulloh	STRATEGI FUNDRAISING DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MUZAKKIN PADA BAZNAS PUSAT	Strategi yang dilakukan BAZNAS pusat ada 3 tahapan strategi yaitu 1. Terdiri dari beberapa analisis SWOT internal maupun eksternal, yang berbentuk menjadi formulasi strategi.2. Implementasi strategi fundraising UPZ dan ritel.3. evaluasi strategi yang efektif dari dua strategi yang diterapkan BAZNAS. Yang terbukti meningkatkan kepercayaan muzakkin terhadap BAZNAS(Syahrulloh, 2018)	Persamaan yang adapada pada penelitian ini terletak pada metode strategi yang hendak diteliti. Perbedaan terletak pada objek penelitian dimana penelitian ini berfokus pada tingkat kepercayaan muzakkin. Sedangkan pada penelitian ini berpusat pada peningkatan jumlah realisasi potensi zakat jawa timur

5.	Atik Abidah	<p>ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING TERHADAP PENINGKATAN PENGELOLAAN ZISPADA LEMBAGA AMIL ZAKAT KABUPATEN PONOROGO</p>	<p>Masalah dalam penelitian ini adalah (a) bagaimanakah strategi fundraising (penghimpunan dana zakat) pada Lembaga Amil Zakat dalam meningkatkan pengelolaan dana Zakatdi Kabupaten Ponorogo. (b) Bagaimana dampak strategi fundrising pada peningkatan pengelolaan zakat pada lembaga-lembaga amil zakat di Kabupaten Ponorogo. Sebagian besar LAZ lokal hanya mengandalkan sistem tradisional dengan SDM yang lemah. Kedua, dampak strategi fundrising pada peningkatan pengelolaan zakat pada</p>	<p>Persamaan yang adapada penelitian ini terletak pada metode strategi yang hendak diteliti serta implikasi dari penggunaan strategi fundraising . Perbedaanya terletak pada objek penelitiannya. Penelitain Atik Abidah memiliki objek Baznas Ranting Ponorogo. Sedangkan dalam penelitian ini Objeknya adalah Baznas Provinsi Jawa Timur.</p>
----	-------------	---	---	---

2.12 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1: Kerangka Berfikir

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini kami lakukan dengan menggunakan pendekatan secara kualitatif deskriptif. Hal ini dilakukan karena kami ingin mengetahui bagaimana strategi serta kontribusi Lembaga Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur sebagai wujud upaya meningkatkan zakat dikalangan Aparatur Sipil Negara di Baznas Jawa Timur dalam pandangan kaca mata menurut lembaga. Menurut Koentjaraningrat (1994), Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk secara tepat mendefinisikan ciri-ciri individu, situasi, gejala, atau kelompok tertentu. Ini juga dapat digunakan untuk menentukan prevalensi suatu gejala, distribusinya, atau frekuensi hubungan antara gejala tersebut dan gejala lain di masyarakat.

Sedangkan menurut Sanapiah Faisal (1999), Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menyelidiki dan menjelaskan suatu fenomena atau realitas sosial dengan menguraikan beberapa unsur yang berhubungan dengan isu dan pokok bahasan. Penelitian deskriptif, tidak menggunakan atau menguji hipotesis. Ini karena tidak bertujuan untuk membuat atau mengembangkan kosa kata teoretis. Format penelitian ini dalam banyak hal serupa dengan studi kasus genetika. Ini terutama berlaku untuk pengumpulan data, yang membutuhkan wawancara secara bebas dan kesimpulan deskriptif. Penelitian yang kami lakukan ini adalah suatu upaya deskripsi atas Strategi Fundraising

dalam meningkatkan zakat dikalangan aparatur sipil negara dalam upayanya meningkatkan zakat di kalangan ASN.(Miftahul Ulum, 2002)

3.2 Tempat dan Waktu

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilakukan di Lembaga Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur, atau bisa juga disebut dengan BAZNAS Prov Jatim. Yang bertempat di Provinsi Jawa Timur, di Surabaya. BAZNAS Provinsi Jawa Timur ini bertempat di Gedung Islamic Center Lt.2 no 122-124, sawahan, Kec. Dukuhpakis, Surabaya, Jawa Timur kode pos 60225. Lokasi dipilih dengan hati-hati dengan pemahaman bahwa wilayah tersebut yang akan dituju terletak di surabaya. Dalam jangka waktu sebulan, data dikumpulkan di lokasi penelitian, sesudah membuat data yang harus dilakukan dalam penelitian tersebut.

3.3 Sumber Data

Menurut kuncoro, (2009:148) sumber data dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, individu atau perseorangan yang membutuhkan pengelolaan lebih lanjut seperti hasil wawancara berupa tanya jawab atau hasil pengisian kuisioner.

Tabel 3.1: Data Informan

No	Nama Informan	Kedudukan
1.	Bapak Benny Nur M.U	Ketua staf bidang pengumpulan BAZNAS Provinsi Jawa Timur
2.	Bapak Mahrus	Anggota bidang pengumpulan Baznas Provinsi Jawa Timur
3.	Bapak Roby Cahyadi	Karyawan BAZNAS Provinsi Jawa Timur bagian keuangan
4.	Drs. Fathurrohman	(ASN) Staff keuangan
5.	Dr.Heru	(ASN)Dr.specialis kamar operasi
6.	Dr.Happy Setyawan	(ASN)Keuangan RSUD Dr.Soetomo
7.	Ibu Indira Cahyani S.H	(ASN) Staff keuangan Bapeda
8.	Bapak Kasirin	Staff Umum Dinas ESDM Baznas Provinsi Jawa Timur

Sumber: Data Olahan, (2023)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan dengan baik, oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. (Fransisca, n.d.)

Salah satu aspek terpenting dalam menyelesaikan masalah penelitian adalah memiliki total data yang konsisten dari suatu penelitian yang dapat dijelaskan (menerangkan, menjelaskan) karena populasi dipandang sebagai objek, misalnya ketua bidang pengumpulan BAZNAS Provinsi Jawa Timur, keuangan BAZNAS Provinsi Jawa Timur, ASN (Aparatur SIPIL Negara), sedangkan penelitian kualitatif bersifat understanding (memahami) terhadap fenomena atau gejala sosial, karena bersifat masyarakat sebagai subjek, misalnya tempat penelitian yang akan merujuk

pada satu tempat yang ada BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi dari pihak lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Dengan hasil wawancara terhadap pegawai kantor BAZNAS Provinsi Jawa Timur, maka data tersebut akan di Implementasikan kemudian mendapatkan hasil yang sesuai dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti, yang mana dengan peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan di tanyakan pada karyawan BAZNAS tersebut sesuai dengan topik pembahasan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi fundraising yang digunakan BAZNAS dalam meningkatkan perolehan dana ZIS dikalangan Aparatur Sipil Negara di BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT.

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yakni :

1. Observasi

Salah satu metode penelitian kualitatif adalah metode observasi. Metode ini kuat secara metodologis dan merupakan salah satu varian dari metode pengumpulan data. Dalam observasi, ada empat jenis pengamatan: partisipasi penuh, partisipasi sebagai pengamat, partisipasi sebagai pengamat, dan partisipasi penuh (Hasanah 2017). Dalam teknik observasi maka peneliti mengumpulkan data langsung dari lapangan serta

melakukan pencatatan hal yang terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan dengan keterkaitan antara data yang di butukan dalam analisis strategi fundraising dalam meningkatkan perolehan dana ZIS dikalangan ASN pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara dalam penelitian kualitatif berbeda dari wawancara dengan karyawan ataumahasiswa baru. Penelitian menggunakan wawancara kualitatif untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya tentang masalah yang akan diteliti (Rachmawati 2007).

Penelitian ini melakukan wawancara tatap muka dengan karyawan atau pegawai. Pada lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Timur mengenai penelitian analisis strategi fundraising dalam meningkatkan perolehan dana ZIS dikalangan Aparatur Sipil Negara pada lembaga perhimpunan zakat BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Adapun yang akan diwawancarai adalah pada bagian staf keuangan, staf penerimaan Zakat. Wawancara yang dilakukan dengan staf keuangan guna untuk mngetahui pencatatan atau perekapan data keuangan pada lembaga BAZNAS jumlah Zakat yang telah masuk.

3. Dokumentasi

Dengan menggunakan teknik dokumentasi, peneliti dapat mengumpulkan data dengan bukti bahwa mereka telah melakukan observasi dan

wawancara. Ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan dengan yang diuraikan oleh peneliti adalah asli dan akurat tanpa unsur-unsur yang dibuat-buat atau direayasa. Sumber informasi dapat berupa foto dan data arsip, serta buku-buku yang berisi pendapat dan teori-teori yang relevan dengan masalah penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah salah satu proses yang digunakan untuk mengolah data menjadi sebuah informasi baru. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki teknik analisis data yang menggunakan analisis kualitatif, yaitu dalam sebuah penelitian tidak ditemukan dalam bentuk statistika atau dalam bentuk angka.

Dalam penelitian ini memiliki empat tahapan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif antara lain yakni :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yakni dengan upaya mencari serta menyusun data dengan secara akurat sehingga menjadi terstruktur melalui sebuah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, sehingga guna untuk meningkatkan pengetahuan serta pemahaman peneliti.

2. Reduksi Data

Reduksi data dalam penelitian ini yakni sebuah pengolahan serta menyederhanakan data yang telah diperoleh menjadi sedemikian rupa

sehingga memperoleh sebuah informasi yang mana akan memiliki sebuah makna serta memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

3. Penyajian Data

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga memiliki tahapan sebuah penyajian data. Penyajian data yang dilakukan oleh peneliti yakni suatu kegiatan pada saat sekumpulan data disusun secara sistematis serta dapat dengan mudah dipahami. Sehingga hasil dari penelitian dapat memiliki sebuah kesimpulan yang jelas dan mudah untuk dipahami.

4. Kesimpulan dan Verifikasi

Dalam sebuah kesimpulan dan verifikasi data merupakan suatu tahapan akhir dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif yang dapat dilakukan dengan melihat hasil sebuah reduksi data dan tetap mengacu pada tujuan analisis yang hendak dicapai dalam sebuah penelitian. Tahap ini memiliki tujuannya untuk mencari sebuah makna data yang telah dikumpulkan serta telah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari sebuah permasalahan yang ada.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur

Pengelolaan zakat di Indonesia sebenarnya sudah dilaksanakan sejak zaman penjajahan Belanda, di mana pemungutan zakat diatur melalui keputusan pemerintah Belanda tentang peradilan agama atau kepenghuluan (priesteraad). Kemudian perhatian pemerintah pada pengelolaan zakat baru menguat pada masa orde baru. Pada tanggal 15 Juli 1968 Pemerintah melalui Menteri Agama mengeluarkan peraturan Nomor 4 dan Nomor 5 tahun 1968 tentang pembentukan Badan Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah (BAZIS) dan tentang pembentukan Baitul Maal (Balai Harta Kekayaan) di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten. Peraturan pemerintah yang diawali dengan kunjungan 11 ulama nasional kepada Presiden Soeharto bahwasannya apabila zakat dikelola dengan benar dan terkoordinir secara baik, akan mampu menjadi suatu sumber dana pembangunan yang potensial bagi negara. Dari hasil kunjungan ulama ini, Presiden lalu mengeluarkan perintah melalui surat edaran No. B113/ PRES/11/1968 dan ditindak lanjuti oleh Menteri Agama untuk menyusun suatu peraturan untuk mengatur pengelolaan zakat di Indonesia. Hal ini diikuti pula dengan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat dalam mendukung pengelolaan zakat di daerah masing-masing..

Merujuk dengan adanya surat edaran dari Presiden, maka pemerintah

Provinsi Jawa Timur membentuk suatu organisasi pengelola zakat tingkat provinsi. Badan Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah (BAZIS) Provinsi Jawa Timur dalam tahap konsolidasi organisasi, baru terbentuk melalui surat Keputusan Gubernur Jawa Timur No. Wm.02.05/BA.03.2/0556/1992 pada tanggal 13 Februari 1992 dan telah dikukuhkan oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Timur pada tanggal 3 Juli 1992 bersamaan dengan peringatan tahun baru Hijriyah 1 Muharram 1413 H yang bertempat di Islamic Centre Surabaya. Pengukuhan tersebut menjadi awal mula Badan Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah (BAZIS) Provinsi Jawa Timur beroperasi dalam pengumpulan, pengelolaan, dan pendayagunaan zakat, infaq, dan shadaqah dari para muzakki. Keberadaan BAZIS belum mampu mengangkat permasalahan zakat di Jawa Timur, kemudian setelah lahirnya UU no 38 tahun 1999 terbentuklah Badan Amil Zakat melalui Surat Keputusan Gubernur No. 188/68/KPTS/013/2001. Dengan mengusung semangat tersebut, Badan Amil Zakat Jawa Timur hadir sebagai solusi dengan satu harapan menjadikan Indonesia lebih sejahtera.

Sejak era reformasi kendala yang menjadi penghalang bagi lembaga pengelola zakat secara perlahan mulai terbuka dengan lahirnya Undang-undang nomor 38 Tahun 1999 yang diperbarui dengan undang-undang nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Sesuai dengan pasal undang-undang tersebut, bahwa pemerintah berfungsi sebagai regulator, motivator, koordinator dan fasilitator. Pengelolaan zakat dilakukan oleh badan yang dibentuk pemerintah (BAZNAS) dan lembaga yang didirikan oleh masyarakat (LAZ). Dengan lahirnya undang-undang ini, pemerintah dalam hal ini Departemen Agama melakukan

berbagai upaya dalam rangka memberikan dorongan dan fasilitas agar pengelolaan zakat yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dapat berjalan secara profesional, amanah, dan transparan, sehingga tujuan pengelolaan zakat bagi kemaslahatan dan kemakmuran umat dapat tercapai.

Maksud dan Tujuan Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam penunaian dan pelayanan ibadah zakat. Meningkatkan fungsi dan peran pranata keagamaan (zakat) dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial. Meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

Landasan Hukum Al-Qur'an dan Al-Hadits Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Keputusan Menteri Agama RI No. 373 Tahun 2003 tentang Pelaksanaan Undang – undang No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat. Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji Nomor D/291 tahun 2000 tentang pedoman teknis pengelolaan zakat. Instruksi Gubernur No. 1 Tahun 2009 tentang Optimalisasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) pada Unit Kerja Provinsi Jawa Timur.

Adapun aspek Legalitas BAZNAS Provinsi Jawa Timur merupakan Lembaga formal yang berwenang menghimpun dan mendistribusikan Zakat, Infak, sedekah dan Dana sosial keagamaan lainnya berdasarkan:

1. Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2011 dan Penjelasan UUno.23 tahun 2011.
2. Peraturan Pemerintah RI Nomor 14 Tahun 2014.
3. Instruksi Presiden RI Nomor 3 Tahun 2014.

4. Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 01 Tahun 2014.
5. Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 02 Tahun 2014.
6. Keputusan Presiden RI Nomor 8 Tahun 2001 tentang Badan Amil Zakat Nasional.
7. Keputusan Menteri Agama Nomor 118 Tahun 2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi
8. Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor DJ.II/568 Tahun 2014.
9. Peraturan BAZNAS No. 01 Tahun 2014 tentang Pengajuan Pertimbangan Pimpinan BAZNAS.
10. Peraturan BAZNAS No. 02 Tahun 2014 tentang Pemberian Rekomendasi Pembentukan LAZ.
11. Peraturan BAZNAS No. 03 Tahun 2014 tentang Organisasi BAZNAS provinsi dan BAZNAS kabupaten kota.
12. Peraturan BAZNAS No. 04 Tahun 2014–Pedoman Penyusunan RKAT BAZNAS.
13. Surat Keputusan No. 66 Tahun 2015 tentang Pengangkatan Anggota BAZNAS 2015 – 2020.
14. Peraturan Pemerintah RI Nomor 60 Tahun 2010.
15. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-33/PJ/2011.

4.1.2 Visi dan Misi Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur

Visi

Menjadi Lembaga Pengelola Zakat, Infaq, Shodaqoh yang Amanah dan Profesional.

Misi

1. Mengoptimalkan Pengumpulan Zakat, infaq dan shadaqah dengan selalu melakukan inovasi dalam memberikan penerangan dan Pencerahan kepada Umat.
2. Memaksimalkan Penyaluran dan Pendistribusian Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah menuju Kesejahteraan Umat serta selalu berupaya Memberdayakan mustahik Zakat menjadi Muzakki.
3. Selalu Menjunjung Tinggi dan Berpedoman pada Syari'at Islam dalam Mengimplementasikan Pengumpulan dan Pendistribusian Zakat, Infaq dan Shadaqah.

4.1.3 Struktur Kepengurusan Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur

Ketua:

Drs. H. Moh. Roziqi, MM.

Wakil Ketua I (Bidang Pengumpulan):

Prof. Dr. Ali Maschan Moesa, M.Si.

Wakil Ketua II (Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan):

Drs. H. Ahsanul Haq, M.Pd.I.

Wakil Ketua III (Bagian Perencanaan dan Pelaporan):

Dr. KH. Muhammad Zakki, M.Si.

Wakil Ketua IV (Bagian Administrasi, SDM dan Umum):

Dr. H. Husnul Khuluq, Drs., MM.

4.1.4 Logo Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur



Gambar 4: Logo BASNAZ Jawa Timur

4.1.5 Program Struktur Kepengurusan Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur

1. Melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat provinsi;
2. Melakukan koordinasi dengan kantor wilayah kementerian agama dan instansi terkait di tingkat provinsi dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat; dan
3. Melaporkan dan mempertanggungjawabkan Pengelolaan Zakat, infak dan sedekah, serta dana sosial keagamaan lainnya kepada BAZNAS dan gubernur.

4.1.6 Program-Program Lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur

Berdasarkan hasil dari wawancara, bahwa Baznas Jatim memiliki berbagai program pendistribusian, diantaranya :

1. Program Jatim Makmur

Program ini memiliki fokus dalam membantu bagi usaha mikro (UMKM) di wilayah Jawa Timur melalui jalur ekonomi. Yakni meliputi beberapa kegiatan :

- a. Bantuan Alat Kerja Diberikan berupa kompressor, rompong dan alat kerja lain yang diperlukan. Bantuan ini diperuntukkan bagi para dhuafa yang masih mampu berusaha, guna menambah penghasilannya.
- b. Bantuan Modal Usaha Diberikan berupa bantuan usaha bagi usaha Ultra Mikro. Selain untuk mendorong percepatan usahanya, bantuan diberikan sebagai ‘bantalan ekonomi’ pada saat menghadapi pandemi, sehingga tidakjatuh ke jurang keterpurukan yang lebih dalam.
- c. Pelatihan ketrampilan Para dhuafa potensial, diberikan bekal ketrampilan membuat olahan makanan yang siap saji. Sehingga diharapkan mereka dapat membuka usaha tambahan.
- d. Bantuan usaha kelompok Salah satu model bantuan berupa induk ternak kambing bagikelompok tani jamaah masjid di daerah pinggiran/pedesaan. Dalam pelaksanaannya, Baznas memberikan bantuan permodalan disertai pendampingan usaha serta pembinaan mental keagamaan secara berkelompok. Bantuan indukan kambing ini selanjutnya digulirkan diantara anggota kelompok setelah masa tertentu. Program ini melibatkan pihak

ketiga sebagai mitra penyaluran dan pembinaan.

2. Jatim Cerdas

Program pendistribusian di bidang pendidikan diutamakan pada pemberian beasiswa dan bantuan perlengkapan sekolah. Pada awalnya, program ini ditujukan kepada siswa SD, SLTP, dan SLTA. Namun pada tahun 2006, seiring dengan bantuan BOS bagi siswa SD dan SLTP dari pemerintah, BAZNAS Jatim lebih berkonsentrasi pada SLTA/MA/Diniyah Ulya dan mahasiswa. Namun demikian, secara lebih selektif, BAZNAS Jatim juga tetap memberikan bantuan sarana pendidikan bagi yatim pra SLTA.

3. Jatim Sehat

Program kesehatan yang di fokuskan untuk memberikan pelayanan kesehatan bagi para dhuafa, terbagi atas dua macam kegiatan yakni yang bersifat reaktif-insidental dan proaktif-elektif. Program insidental diarahkan dalam bentuk pengobatan massal yang tersebar di berbagai daerah miskin dan rawan penyakit. Sedangkan program elektif diaplikasikan dalam bentuk pembukaan pos pelayanan kesehatan di wilayah pemukiman dhuafa di ketintang, menanggal, keputran, dan medokan semampir.

4. Jatim Peduli

Program sosial merupakan kegiatan karitas yang difokuskan untuk membantu fakir dan miskin yang terkena musibah. Program ini bersifat santunan berupa bantuan konsumtif. Dibagi menjadi dua model : insidental dan berkelanjutan. Santunan insidental diarahkan dalam bentuk renovasi rumah dan bantuan bencana alam yang tersebar diberbagai daerah terkena

bencana sedangkan santunan berkelanjutan diaplikasikan dalam bentuk bantuan fakir setiap bulan.

5. Jatim Taqwa

Program diarahkan untuk penguatan keimanan dhuafa dan juga untuk mensosialisasikan zakat di masyarakat. Bentuk dari program ini adalah pengiriman dai ke masyarakat baik ceramah untuk khutbah Jumat atau safari Ramadhan di tiap instansi-instansi dan perusahaan.

4.2 Data Penelitian

4.2.1 Implementasi Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infak, Sedekah, BAZNAS Provinsi Jawa Timur

Implementasi yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur merupakan tahap proses realisasi dari sebuah formulasi strategi yang telah dibuat oleh lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Dalam tahap yang dilakukan ini akan menentukan sebuah hasil dari formulasi strategi yang mana akan menjadi sebuah tolak ukur dalam kesuksesan strategi pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Implementasi dari strategi *fundraising* yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur dalam optimalisasi perhimpunan atau pengumpulan dana ZIS selama masa pandemi yakni dengan beberapa strategi, diantaranya :

1. Strategi mengembangkan program-program untuk masyarakat

Program-program untuk masyarakat yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur ada beberapa Program yakni program bidang pendidikan, program dalam bidang kesehatan, program dalam bidang kemanusiaan, program dalam bidang ekonomi, dan program dalam bidang dakwah advokasi. Dalam

program-program tersebut guna untuk menyejahterakan, membantu, dan sangat bermanfaat untuk masyarakat Provinsi Jawa Timur. Program dalam bidang pendidikan salah satunya yakni memberikan bantuan berupa beasiswa kepada siswa SD, SMP, SMA, Mahasiswa perguruan tinggi, pada bidang kesehatan salah satunya yakni BAZNAS Provinsi Jawa Timur menyediakan layanan Ambulance gratis untuk masyarakat, pada bidang ekonomi BAZNAS Provinsi Jawa Timur membuat program yakni bantuan rombongan, Z-Chicken, pembibitan ternak kambing secara berkelompok, dsb. Selanjutnya yakni ada program dakwah advokasi yakni dengan pembinaan kepada anak yatim piyatu dan dhuafa', pembimbingan guru TPQ dan lain-lainnya.

2. Strategi memanfaatkan media sosial sebagai perhimpunan ZIS

Pemanfaatan media sosial dalam penghimpunan dana ZIS yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur juga menjadi salah satu strategi *fundraising* yang dilakukan terutama pada saat masa pandemi *COVID-19* lalu. Pada pasalnya saat pandemi diwajibkan masyarakat untuk menjaga jarak antara satu dengan yang lainnya sekurang-kurangnya satu meter, dan untuk mematuhi protokol kesehatan sebagaimana yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk mengatur masyarakat terutama masyarakat Provinsi Jawa Timur sehingga dapat mengurangi penyebaran *Virus COVID-19* yang ada dimasyarakat.

Dengan hal tersebut maka dapat memanfaatkan media sosial atau media *Digital* dapat dijadikan sebagai sarana untuk menghimpun dana ZIS, yakni dengan media *Instagram, Facebook, Whatsapp, Website, Transfer, Aplikasi Zakat Online BAZNAS*. Terutama pada *Transfer* dapat dengan mudah

menggunakan *M-Banking* sehingga masyarakat memiliki kemudahan dalam menunaikan atau membayar ZIS melalui *online*. Kemudahan yang lainnya dari strategi *fundraising* dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki oleh BAZNAS yakni dapat mengetahui informasi tentang perhimpunan dana ZIS secara *online* dengan melalui *Instagam*, *Facebook*, dan *Website* yang telah dimiliki oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur. BAZNAS Provinsi Jawa Timur juga memiliki aplikasi Zakat Online BAZNAS yang mana aplikasi ini berfungsi sebagai pencatatan persuratan ataupun pengajuan permohonan secara *online* dan *realtime* yang masuk ke BAZNAS Provinsi Jawa Timur

3. Strategi promosi untuk meningkatkan perolehan dana ZIS

BAZNAS Provinsi Jawa Timur juga melakukan promosi guna untuk menarik minat masyarakat agar menunaikan dana ZIS kepada lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Promosi dilakukan dengan membuat baliho atau poster yang dipromosikan dengan menempelkan pada papan pamflet di jalan agar masyarakat dapat mengetahui dengan mudah yang didalamnya terdapat keterangan perolehan atau pemasukan dana ZIS dari para donatur dan muzakki, penyaluran atau pendistribusian dana ZIS kepada masyarakat, program yang dimiliki oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

4. Strategi membangun kerjasama dengan pemerintah Provinsi Jawa Timur

Strategi yang dilakukan BAZNAS Provinsi Jawa Timur salah satunya yakni menjalin kerjasama dengan pihak pemerintah Provinsi Jawa Timur, dan lainnya.

Sebagai bentuk aktualisasi dalam merealisasikan program-program yang dimiliki oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur, karena pemerintah dan BAZNAS Provinsi Jawa Timur memiliki tujuan yang sama yakni menuntaskan kemiskinan yang ada di Provinsi Jawa Timur dengan memberdayakan masyarakatnya agar masyarakat yang kurang mampu dalam memenuhi kebutuhan hidup menjadi lebih membaik dari pada sebelumnya sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Dengan begitu masyarakat yang dulunya menjadi mustahik berubah menjadi muzakki.

Berkaitan dengan hal tersebut BAZNAS bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Jawa Timur untuk melaksanakan program-program yang dimiliki oleh BAZNAS guna untuk menyejahterakan umat dengan memberikan program yang didukung oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur seperti membantu perekonomian, subsidisembako, melakukan program lumbung pangan padi, jagung, melon yang dilakukan ke beberapa daerah yang ada di Provinsi Jawa Timur.

Sesuai data yang didapatkan melalui wawancara kepada karyawan staff bidang pengumpulan BAZNAS Provinsi Jawa Timur mengenai strategi *fundraising* yang dilakukan BAZNAS untuk memperoleh perhimpunan atau pemasukan dana ZIS.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Strategi Fundraising Yang Dilakukan BAZNAS Provinsi Jawa Timur Dalam Meningkatkan Perolehan Dana ZIS Dikalangan Aparatur Sipil Negara Di BAZNAS Prov Jatim

Zakat merupakan salah satu potensi besar untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat, termasuk di Jawa Timur. Sebagai lembaga pemerintah non struktural yang dibentuk untuk optimalisasi potensi ZIS di Jawa Timur, BAZNAS Provinsi Jawa Timur memiliki Strategi fundraising tersendiri dalam menjalankan lembaganya. Melalui strategi ini diharapkan dapat meningkatkan perolehan zakat dari tahun ke tahun secara signifikan.

Pasalnya angka potensi masih tertinggal jauh dari realita hasil perolehan. Khusus di lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Timur yang memiliki lebih dari 45 ribu ASN, tahun 2022, baru 25% yang telah menunaikan zakat. Mengingat capaian ini telah meningkat dibanding tahun-tahun sebelumnya. Namun masih harus terus dilakukan pengkajian sebagai upaya peningkatannya ke depan.

Pada kenyataannya, salah satu aspek penting dalam penghimpunan zakat adalah kesadaran para ASN dalam menunaikan zakat ketika mencapai nishabnya. Baznas Jatim telah melakukan banyak hal dalam menggarap masalah ini. Baik secara offline maupun online.

Bapak Benny Nur Miftahul Ulum selaku kepala pelaksana bagian pengumpulan pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur mengatakan terkait strategi yang dilakukan oleh BAZNAS dalam melakukan strategi fundraising bahwa :

“Jika melihat pada bentuknya strategi fundraising yang kami gunakan itu

dilakukan dengan cara instruktif dan persuasif. Instruktif untuk memberikan daya pengaruh pada medan ASN yang struktural khususnya. Sedangkan persuasif digunakan untuk menarik minat pada mitra zakat, terutama yang non-ASN karena tak bisa kami dekati menggunakan pola yang pertama tadi. Sedangkan menurut pola komunikasi kami juga menyediakan melalui dua pelayanan, yaitu direct dan indirect. Direct sebagai bentuk pola komunikasi secara langsung diantara pihak muzakki dan pengelola zakat melalui layanan di kantor kami. Sedang indirect sebagai layanan online yang mempermudah para muzakki yang tidak memiliki waktu langsung dalam melakukan transaksi maupun konsultasi zakat. Dan yang terakhir ada berdasarkan pada sasaran zakat yang hendak kami libatkan dalam setiap program kami. Ini juga kami bagi dua. Yaitu intensifikasi sebagai cara defensif dengan mempertahankan muzakki lama dan ekstentifikasi dengan cara yang ekspansif untuk mendapatkan muzakki yang baru tiap tahunnya. Hal ini digunakan dalam rangka menaikkan prosentase pengelolaan zakat dengan mempertahankan kepercayaan dan membangunnya dalam waktu yang bersamaan.” (Benny, 10 Mei 2023)

Apabila dijabarkan secara umum, strategi *fundraising* yang digunakan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur, melalui media offline dan online.

1. Via Online

Dalam upaya *fundraising* ZIS, BAZNAS Provinsi Jawa Timur telah memanfaatkan media sosial menjadi salah satu media pengumpulan ZIS melalui digital yang dapat memudahkan para masyarakat yang akan menunaikan atau membayar ZIS melalui media sosial atau platform digital.

“atau juga ada yang melalui sistem terpotong otomatis melalui bank secara langsung atau *payroll*, dan juga dapat melalui transfer.” (Benny, 10 Mei 2023)

Media online yang dimiliki oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur sangat bermanfaat bagi para masyarakat, karena mempermudah mereka dalam memilih

dua pilihan yakni secara online ataupun offline dalam menunaikan ZIS. Mereka bisa melakukan dimanapun dan kapanpun.

- **Istagram dan Facebook**

Media yang digunakan dalam perhimpunan atau mengumpulkan dana ZIS yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur dari para muzakki salah satunya yakni melalui media Instagram dan Facebook.

Dengan adanya media tersebut maka BAZNAS dapat menyampaikan informasi secara aktif terkait program-program apa saja yang dilakukan dan program apa saja yang telah terealisasi oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur, selain hal tersebut terdapat pula penyampaian secara transparan, yaitu berapa banyak donasi yang sudah diterima oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur dan berapa banyak pula pendistribusian ZIS kepada para mustahik.

Seperti yang telah diterangkan oleh Pak Mahrus, salah satu staf bidang pengumpulan BAZNAS Provinsi Jawa Timur, mengenai penerapan media online, yakni :

“Setelah melakukan pembayaran secara online maka para muzakki akan memperoleh informasi bahwa nominal zakat yang mereka keluarkan sudah diterima”.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Roby Cahyadi selaku Bagian pemasukan keuangan BAZNAS Provinsi Jawa Timur mengatakan bahwa:

“Pemberian informasi tersebut merupakan sebuah bentuk pertanggungjawaban awal dengan memberikan informasi yang memang seharusnya mereka terima. Selain itu pemberian nontifikasi melalui handphone tersebut sebagai sebuah ungkapan terimakasih banyak kepada para donator yang

telah memberikan kepercayaan atas pengelolaan zakat kepada Badan Amil Zakat Jawa Timur. Dengan begitu pemberian informasi disini sangat penting bagi kami dan bagi pihak donatur sebagai salah satu bentuk pelayanan terbaik yang kami berikan dalam mengoptimalkan zakat”. (Roby, 31Maret 2023)

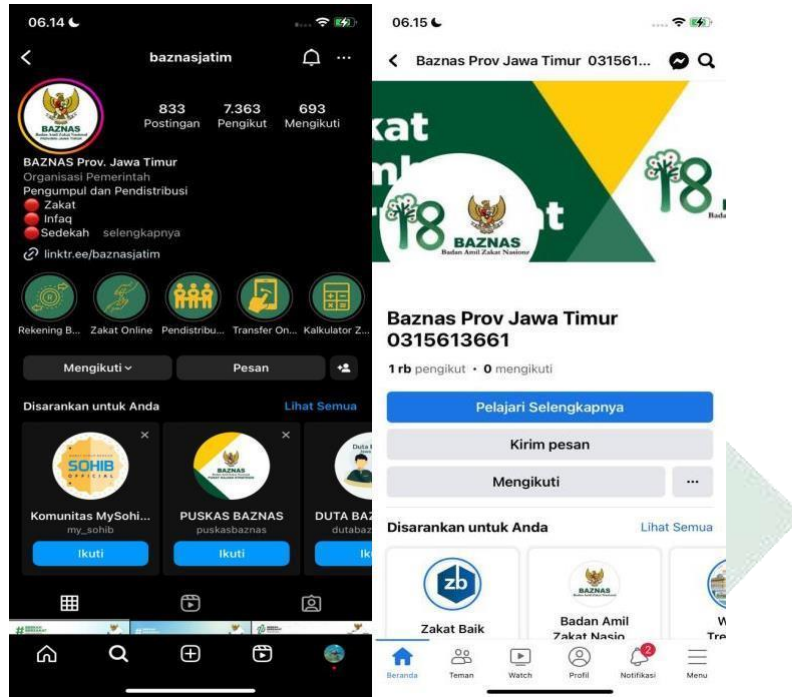
Dan juga sebagaimana apa yang telah dijelaskan juga oleh Bapak Benny Nur Miftahul Ulum selaku Kepala Bidang Pengumpulan Baznas Provinsi Jawa Timur dalam wawancaranya menegaskan bahwa :

“Selain memberikan bukti bayar berupa Bukti Setor Zakat (BSZ), kami memberikan nontifikasi pembayaran zakat yang sudah diterima, melalui saluran SMS. Hal itu dilakukan sebagai bentuk terima kasih kepada donatur yang telah berzakat. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk pelayanan dari baznas yang memang harus diterapkan di mana saja.” (Benny, 30 Maret 2023)

Dengan demikian maka para muzakki atau donatur dapat mengetahui bahwa donasi yang telah mereka berikan kepada BAZNAS Provinsi Jawa Timur telah disalurkan dengan baik dan juga amanah. Sehingga dapat memberikan hal yang positif bagi masyarakat sekitar karena dapat meningkatkan kepercayaan para muzakki yang berdonasi. Untuk media sosial instagram masyarakat juga dapat mengunjungi akun dengan nama akun instagram (@baznasjatim) sedangkan untuk facebook yaitu (@BaznasProvJatim)

Gambar 4.2

Profil Dari Akun Media Sosial Instagram dan Facebook



BAZNAS Provinsi Jawa Timur

Sumber : Akun *instagram* dan akun *facebook* BAZNAS Provinsi Jawa Timur

- **Whatsapp**

Media sosial WhatsApp sudah populer di seluruh Indonesia, dan masyarakat di Provinsi Jawa Timur adalah salah satunya. Karena WhatsApp juga digunakan untuk menyampaikan informasi kepada muzaki bahwa donasi telah diterima oleh lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur, banyak masyarakat yang menggunakannya. Isi pesan yang dikirim melalui WhatsApp termasuk mendoakan, mengkonfirmasi bahwa donasi telah masuk, dan memberikan kemampuan untuk mengunduh bukti setor ZIS melalui link yang tersedia.

- **Website**

Salah satu terobosan Baznas di masa pandemi yakni hadirnya DigitalOffice

Baznas berbasis web, yang memberikan berbagai kemudahan bagi publik dalam mengakses berbagai informasi dan layanan Baznas. Mulai dari layanan umum hingga layanan Hitung dan Bayar zakat Mudah, kapan saja dari mana saja, melalui link pembayaran zakat online yang disediakan. Terobosan ini ternyata efektif juga menjawab tantangan di masa pandemi ditahun 2020 lalu yang mana sebagai alat perhimpunan ZIS untuk membantu masyarakat memberikan zakat, infak, dan sedekah. Di mana saat itu diterapkan pembatasan interaksi sosial/PPKM, yang menjadikan pola penggalangan dana zakat secara offline sangat susah dijalankan.

Selain itu, website BAZNAS Provinsi Jawa Timur juga berisi informasi tentang lembaga tersebut, termasuk profilnya, program-program yang dilaksanakan, laporan keuangan tahunan yang diuraikan secara menyeluruh, dan berita dan informasi terbaru lainnya.

Situs Web resmi BAZNAS Provinsi Jawa Timur ada 2, yakni :

www.baznasjatim.com dan <https://jatim.baznas.go.id>

Melalui Situs web ini masyarakat dengan mudah dapat mengetahui semua aspek tentang lembaga, program dan kegiatan BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

Gambar 4.3

Website Resmi yang Dimiliki BAZNAS Provinsi Jawa Timur



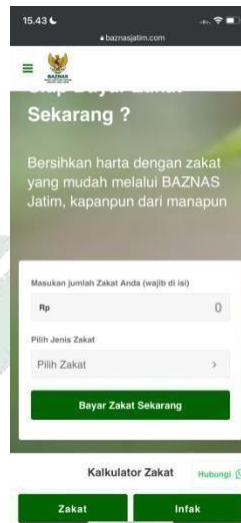
Sumber : website <https://baznasjatim.com/>

- Hitung dan Bayar Zakat Online

Mendukung tagline Hitung dan Bayar Zakat Mudah, Kapanpun dari manapun, maka Baznas Jatim melengkapi Difgital Office nya dengan aplikasi kalkulator zakat dan link pembayaran zakat secara online., aplikasi kalkulator zakat merupakan sebuah aplikasi praktis yang sangat membantu masyarakat dalam menghitung kewajiban zakatnya. Selanjutnya publik pengguna hanya tinggal klik untuk melanjutkan ke berbagai pilihan moda pembayaran zakat, dari Transfer, QRIS,E-Wallet, dsb.

Gambar 4. 4

Kalkulator Zakat BAZNAS Provinsi Jawa Timur



Sumber : website <https://baznasjatim.com/zakat>

- **Transfer**

Iklan atau pamflet yang di distribusikan melalui media sosial biasanya berisi nomor rekening BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Dengan adanya media transfer, BAZNAS dapat menyediakan berbagai nomor rekening yang tersedia untuk digunakan oleh muzakki yang berdonasi dalam memberikan dana ZIS zakat, infak, dan sedekah melalui media transfer. Sehingga masyarakat dapat melakukan donasi dengan mudah dimanapun menggunakan M-Banking. Ataupun dapat menggunakan mesin ATM yang mereka miliki. BAZNAS Provinsi Jawa Timur memiliki nomor rekening sebagai berikut:

tentu harus dilayani dengan baik. kita juga melakukan penyebaran poster-poster, sticker, spanduk atau baliho di beberapa titik yang strategis sehingga masyarakat dapat mengetahui pengumpulan-pengumpulan atau bisa melakukan pengumpulan atau penunaian zakat melalui BAZNAS Jatim. Saat Ramadhan kita juga membuka beberapa konter layanan zakat. Di sana masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi terkait pengelolaan zakat hingga layanan hitung dan bayar zakat secara tunai/transfer”

Terkait manfaat media offline, beliau juga mengungkapkan :

“Media offline merupakan salah satu strategi BAZNAS Provinsi Jawa Timur juga dalam pembayaran zakat, kita juga memasang poster yang ditempatkan di beberapa titik yang strategis, agar dapat dilihat oleh masyarakat, terutama saat bulan Ramadhan, sehingga dapat memudahkan informasi mengenai zakat pada masyarakat. Dan juga tentu kita memberikan informasi mengenai pentasyarufan apa saja yang sudah dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Sehingga hal tersebut sangat ada keterkaitannya dengan kepercayaan masyarakat kepada BAZNAS Provinsi Jawa Timur.” (Benny, 30 Maret 2023).

Media offline dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur sehubungan dengan apa yang dijelaskan oleh pegawai BAZNAS pada bagian pengumpulan ZIS media offline :

- **Pelayanan langsung.**

Pelayanan langsung yang diberikan oleh lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur dapat dilakukan ketika memberikan atau mendonasikan dana zakat, infak, serta sedekanya dengan mendatangi langsung kantor Lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Ketika muzakki atau donatur datang ke kantor BAZNAS Provinsi Jawa Timur akan bertemu dengan staf atau petugas yang akan menjelaskan beberapa hal terkait muzakki yang ingin mendonasikan ZISnya secara langsung

dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh muzakki.

- **Layanan Konsultasi dan Jemput zakat**

Baznas Provinsi Jawa Timur juga menyiapkan tenaga khusus guna melayani kebutuhan masyarakat dalam hal berkonsultasi dan jemput zakat, yang bisa dilakukan di rumah atau kantor muzakki.

Masyarakat yang hendak memerlukan konsultasi penghitungan atau pengambilan zakat, cukup menghubungi nomor kantor Baznas Jatim guna membuat janji atau mengundang petugas dari layanan tersebut.

- **Membentuk UPZ**

Media *offline* yang dilakukan selain pelayanan langsung yang diberikan oleh staf BAZNAS, ada juga yakni bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Jawa Timur, perusahaan atau masjid. Sebuah usaha yang dilakukan bersama untuk mencapai tujuan bersama. Seperti hal yang telah diungkapkan atau dijelaskan oleh Bapak Mahrus selaku staf atau karyawan BAZNAS pada bagian pengumpulan dana ZIS BAZNAS Provinsi Jawa Timur yakni :

“program-program yang dijalankan oleh pemerintah yakni menuntaskan kemiskinan, berkaitan dengan visi dari BAZNAS sendiri yakni untuk menyejahterakan umat, yang mana seseorang yang dulunya menerima zakat atau mustahik dapat menjadi pemberi atau pendonasi zakat yakni menjadi muzakki, apabila seseorang tersebut telah mampu memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak maka wajib menunaikan zakat dan tidak berhak menerima zakat kembali. Dalam keterkaitan tersebut BAZNAS turut membantu pemerintah Provinsi Jawa Timur untuk menuntaskan kemiskinan.”

Sehingga dalam melakukan kerjasama ini sangatlah membantu kinerja yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Berkaitan dengan hal tersebut maka BAZNAS tidak perlu mendatangi langsung pendonor atau muzakki. Selain hal tersebut ada kantor atau sebuah instansi yang belum melakukan kerjasama pada biasanya para muzakki ada yang melalui via *transfer*, atau datang langsung ke kantor BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

- **Konter pelayanan Zakat**

Media layanan ini diselenggarakan terutama saat bulan Ramadhan. Konter layanan zakat dibuka di berbagai lokasi layanan publik pemerintah : RS, Terminal, dsb. Juga di beberapa Mall di Surabaya.

- **Buletin Zakatuna**

Awalnya media Zakatuna berupa edisi cetak. Media offline ini berupa majalah bulanan yang berisi tentang berbagai kegiatan dan informasi tentang penyaluran zakat. Media ini dibagikan kepada seluruh muzakki/donatur Baznas Jatim. Namun semenjak pandemi, media ini diganti dengan versi pdf.

- **Spanduk, Poster atau Baliho**

Memasang poster atau baliho hal ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui informasi yang diberikan BAZNAS dalam poster dan baliho tersebut terdapat jumlah nominal dana perolehan atau perhimpunan ZIS yang telah dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mahrus selaku staf bidang pengumpulan BAZNAS Provinsi Jawa Timur yakni :

“melakukan penyebaran poster-poster atau baliho di beberapa titik yang strategis sehingga masyarakat dapat mengetahui pengumpulan- pengumpulan atau bisa melakukan pengumpulan atau penunaian zakat pada BAZNAS. Selain penampilan penghimpunan kita juga menampilkan data pentasyarufan-pentasyarufan yang telah dilakukan oleh BAZNAS supaya masyarakat lebih mengenal BAZNAS, dan hal tersebut berkaitan dengan kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS.”

Sehubungan dengan hal tersebut maka diharapkan bahwa masyarakat dapat mengetahui tentang berapa prolehan dana ZIS yang dikumpulkan dan dana yang telah disalurkan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dari masyarakat Jawa Timur.

- **Sosialisasi dan dakwah zakat**

Dengan melakukan sosialisasi dan dakwah zakat, maka dapat membangun kesadaran masyarakat terutama pada para ASN tentang pentingnya menunaikan ZIS, terutama pada penunaian zakat bagi harta atau pendapatan yang telah mencapai nisab dengan ketentuan yang telah ditetapkan baik dari agama maupun pemerintah. Maka melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum maupun para ASN yang ada di Provinsi Jawa Timur dapat membentuk kesadaran publik sebagai upaya meningkatkan perolehan atau penghimpunan dana ZIS pada lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

- **Memberi pelayanan via mitra/UPZ.**

Bagi masyarakat yang belum sepenuhnya memahami penggunaan media *online* maka dapat mendatangi kantor lembaga atau unit UPZ yang telah disediakan atau bekerjasama dengan lembaga BAZNAS dan masyarakat atau pendonor

dapat dengan mudah memberikan dana ZIS. Sehingga mempermudah untuk meningkatkan penghimpunan dana ZIS dari masyarakat.

- **Jemput Zakat.**

Strategi perhimpunan untuk meningkatkan perolehan dana ZIS salah satunya ada jemput zakat. Strategi jemput zakat ini dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur juga guna untuk mempermudah masyarakat yang ingin menunaikan dana ZIS namun kendala jarak yang jauh maka BAZNAS menyediakan strategi jemput zakat untuk masyarakat yang akan menunaikan atau memberikan dana ZIS pada lembaga BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

- **Membentuk UPZ di lembaga pemerintah dan swasta.**

Sehubungan dengan terget muzakki dari BAZNAS adalah para ASN, maka dengan membentuk UPZ atau unit pengumpulan zakat pada lembaga pemerintah dan swasta dapat menjadi strategi yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan perolehan dana ZIS pada BAZNAS karena UPZ yang ada pada lembaga pemerintah tersebut dapat secara langsung mengetahui paa ASN yang harus wajib menunaikan zakat, sehingga lebih optimal dalam menghimpun dana ZIS pada lembaga BAZNAS.

- **Membuka rekening pada beberapa bank.**

Strategi dengan membuka rekening dari beberapa bank untuk meningkatkan perolehan dana ZIS maka para muzakki atau pendonatur dapat dengan mudah mentransfer dana ZIS melalui nomor rekening yang telah disediakan resmi oleh lembaga BAZNAS dengan memanfaatkan *mobile banking* yang dimiliki oleh

muzakki atau pendonatur.

- **Menjalin hubungan baik dengan para donatur/muzakki.**

Menjalin hubungan baik atau komunikasi yang baik dengan para muzakki maka dapat menjadi salah satu hal yang dapat meningkatkan perolehan dana ZIS karena apabila lembaga menjalin hubungan baik dengan para muzakki atau pendonatur maka akan mendapatkan kepercayaan dari para muzakki dan pendonatur dan daltersebut dapat mendapatkan kepuasan dari para muzakki sehingga memiliki keinginan lagi untuk menunaikan dana ZIS pada lembaga BAZNAS. Maka dapat meningkatkan perolehan dana ZIS pada lembaga.

4.3.2 Analisis SWOT terhadap Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Perolehan Dana ZIS pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Timur

Setiap Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ) biasanya memiliki strategi penggalangan dana yang diterapkan, serta cara menghimpun atau untuk memperoleh dana ZIS. Ini dapat dicapai melalui pengembangan dan pelaksanaan strategi sehingga mencapai tahap pembuktian, yaitu pelaksanaan strategi.

Namun, pada dasarnya, strategi untuk mengumpulkan dana ZIS bersifat progresif dan memiliki tujuan untuk mengumpulkannya. Dalam proses pengumpulan dana, strategi dibuat untuk mencapai tujuan yang akan datang. Dengan demikian, tahap akhir mengenai strategi penggalangan dana adalah evaluasi. Pada tahap ini, kita dapat mengetahui secara detail tentang bagaimana BAZNAS Provinsi Jawa Timur menjalankan strategi penggalangan dana. Dengan

menggunakan data yang telah kita peroleh, kita dapat mengetahui apakah strategi penggalangan dana untuk memperoleh dana ZIS dilaksanakan dengan baik atau tidak. Pada tahap ini, kita akan mengetahui apakah permasalahan yang dihadapi BAZNAS di Provinsi Jawa Timur dan mencari solusi untuk setiap masalah tersebut. Dengan evaluasi yang dilakukan pada BAZNAS, diharapkan bahwa rencana penggalangan dana akan lebih baik dan lebih baik dari sebelumnya.

1. Analisis SWOT Strategi *Fundraising* pada BAZNAS Prov. Jawa Timur

Analisis SWOT adalah alat yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara menyeluruh saat membuat strategi untuk organisasi, perusahaan, atau lembaga. Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan karyawan BAZNAS Provinsi Jawa Timur, analisis SWOT pada strategi *fundraising* dalam meningkatkan perolehan dana ZIS yakni sebagai berikut :

a. *Strength* (kekuatan)

- 1) Adanya Instruksi Gubernur No. 1/2021 tentang optimalisasi ZIS di lingkungan ASN di lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Timur
- 2) Mempunyai program kerja unggulan yang beda dengan lembaga lain, diantaranya : program Satu Keluarga Satu Sarjana (SKSS).
- 3) Bekerjasama dengan pihak lain (corporate) dalam melaksanakan program,
- 4) Optimalisasi digital *fundraising*.

b. *Weakness* (kelemahan)

- 1) Respon yang terkesan lambat terhadap proposal/permohonan masyarakat,

akibat panjangnya rentang pengambilan keputusan dalam manajemen.

- 2) Sistem SIMBA sangat penting dalam penyelenggaraan layanan Muzakki berupa penerbitan Bukti Setor Zakat (BSZ) dan Notifikasi SMS.
- 3) Belum adanya SDM yang khusus menekuni digital fundraising.

c. Opportunity (peluang)

- 1) Mayoritas masyarakat Provinsi Jawa Timur Beragama Islam,
- 2) Perkembangan teknologi *digital* yang terus berkembang,
- 3) Jangkauan muzakki yang masih sangat luas,
- 4) Memiliki target muzakki baru yakni dari para pengguna medsos,

d. Threat (ancaman)

- 1) Dampak pandemi yang mempengaruhi pendapatan masyarakat,
- 2) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat,
- 3) Banyak organisasi ilegal yang mengatasnamakan lembaga,

2. Analisis SWOT Berdasarkan IFAS dan EFAS

Analisis matriks IFAS dan EFAS adalah langkah selanjutnya dalam analisis SWOT yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Ini mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang telah dijelaskan oleh narasumber dalam wawancara sebelumnya. Menurut Rangkuti (2006:18)(Rangkuti, 1998). Analisis matriks IFAS dan EFAS dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keadaan internal dan eksternal perusahaan. Nilai matriks ini dapat digunakan untuk menunjukkan posisi lembaga pada diagram SWOT.

b. Hasil Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Strategi Faktor-faktor strategi internal pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur telah diidentifikasi, maka selanjutnya dapat dirumuskan strategi internal yakni peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur:

Tabel 4.4
Matriks EFAS Opportunity (Peluang)

NO	VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPSI DARI INDIKATOR
1	Politik (Nasional)	Instruksi Presiden No. 3/2014	Adanya Instruksi Presiden No. 3/2014 tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat di Kementerian/ Lembaga, Sekretariat Jenderal Lembaga Negara, Sekretariat Jenderal Komisi Negara, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah Melalui Badan Amil Zakat Nasional.
2	Politik (Lokal)	Instruksi Gubernur No. 1/2021	Adanya Instruksi Gubernur No. 1/2021 tentang Optimalisasi Pengumpulan zakat ASN di Lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Timur

NO	ASPEK	INDIKATOR
1	Weaknesses (W) Kelemahan	Weaknesses (W) <ul style="list-style-type: none"> - Respon yang terkesan lambat terhadap proposal/permohonan masyarakat, akibat panjangnya rentang pengambilan keputusan dalam manajemen. - Sentralisasi system SIMBA menjadi kelemahan, terutama saat terjadi gangguan. Hal ini akan menjadikan penyelenggaraan layanan Muzakki berupa penerbitan Bukti Setor Zakat (BSZ) dan Notifikasi SMS terhambat. - Belum adanya SDM yang khusus menekuni digital fundraising.
NO	ASPEK	INDIKATOR
1	Oppurtunities (O) peluang	Oppurtunities (O) <ul style="list-style-type: none"> - Adanya Instruksi Presiden No. 3/2014 tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat di Kementerian/ Lembaga, Sekretariat Jenderal Lembaga Negara, Sekretariat Jenderal Komisi Negara, pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah Melalui Badan Amil Zakat Nasional. - Adanya Instruksi Gubernur No. 1/2021 tentang Optimalisasi Pengumpulan zakat ASN di Lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Timur. - Kembali ramainya aktivitas ekonomi menunjukkan kembali bangkitnya perekonomian masyarakat Jawa Timur pasca pandemi - Jangkauan calon muzakki ASN Provinsi yang masih sangat banyak, mencapai 45 ribu jiwa.

		<ul style="list-style-type: none"> - Kantor Baznas Jatim yang berada di Islamic Centre Surabaya, menjadikan sangat mudah dijangkau oleh para calon muzakki
NO	ASPEK	INDIKATOR
1	Threats (T) ancaman	Threats (T) <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat. - Banyak organisasi illegal yang mengatasnamakan lembaga, ikut menggalang ZIS dari masyarakat. - Adanya lembaga zakat yang lain di Provinsi Jawa Timur, yang mencapai 40 lembaga
NO	ASPEK	INDIKATOR
1	SO (strength opportunity)	SO (mengggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang) <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan sosialisasi Instruksi Gubernur kepada ASN di lingkungan pemerintah Provinsi Jawa Timur. - Meningkatkan publikasi program unggulan yakni SKSS melalui berbagai saluran offline maupun online. - Optimalisasi digital fundraising yang dapat mendapatkan muzakki baru dari social media
NO	ASPEK	INDIKATOR
1	WO (weakness opportunity)	WO (ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang) <ul style="list-style-type: none"> - Membuat system otomatis dalam melayani muzakki yang telah berzakat, sehingga tidak menunggu lama. - Baznas provinsi Jawa Timur memiliki program system simba atau layanan bukti setor zakat secara mandiri, yang mana masih belum maksimal, yang mana dengan adanya

		<p>teknologi digital dapat membantu system samba (BSZ). ini berjalan dengan baik.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyeleksi SDM khusus yang dapat memahami digital fundraising, dan memiliki sebuah target yakni mencari muzakki baru yang faham mengenai digital fundraising yakni dari para pengguna medsos.
NO	ASPEK	INDIKATOR
1	ST (strength trheats)	<p>ST (ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan intensitas ke profesionalan lembaga dalam manajemen perencanaan anggaran. - Meningkatkan daya unggul lembaga yang lebih dari lembaga lain. - Memaksimalkan pelatihan pendidikan untuk program SKSS. - Memaksimalkan program kerjasama dengan perusahaan. Agar semakin faham mengenai wajibnya zakat.
NO	ASPEK	INDIKATOR
1	WT (Weakness trheats)	<p>WT (ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menetapkan program yang berkualitas terutama di bidang pendidikan dan ekonomi. - Memperbaiki program SIMBA (BSZ) untuk masyarakat agar pelayanan semakin baik. Karna kurangnya pemahaman mengenai teknologi perlu untuk memberikan penjelasan mengenai teknologi.

Melihat hasil analisis penelitian strategi yang menggunakan matriks SWOT dalam memadukan komponen kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman lembaga, dimana analisis faktor internal lembaga memberikan gambaran umum mengenai kekuatan dan kelemahan lembaga, sedangkan faktor eksternal yang dilakukan memberikan gambaran umum mengenai komponen peluang dan ancaman lembaga. Sehingga hasil data yang disajikan diperoleh berdasarkan strategi lembaga yang memiliki kebijakan-kebijakan tertentu dengan keterkaitan strategi SO (menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), Strategi WO (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), Strategi ST (menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman), dan Strategi WT (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman).

Matriks ini dapat menghasilkan empat set strategi alternatif yang dapat diambil oleh pimpinan dalam menghadapi kemungkinan yang semakin kompetitif. Setelah mengolah data yang disajikan pada tabel matrik SWOT, diketahui bahwa strategi yang diterapkan oleh BAZNAS Provinsi Jawa Timur tentang strategi fundraising terhadap peningkatan dana zis pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur menggunakan strategi *Strenght-Opportunities* (SO), dimana kekuatan yang dimiliki lembaga dapat memiliki keunggulan bersaing (*core adfentage*) dengan memanfaatkan peluang yang ada jika dibandingkan dengan lembaga-lembaga sejenis. Sehingga implementasi dari strategi mengacu pada hasil matriks SWOT dengan alternatif SO adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan sosialisasi Instruksi Gubernur kepada ASN di lingkungan pemerintah Provinsi Jawa Timur.
2. Meningkatkan publikasi program unggulan yakni SKSS melalui berbagai saluran offline maupun online.
3. Meningkatkan kerjasama dengan berbagai instansi/perusahaan guna menjangkau muzakki yang lebih luas.

Dalam konsep mengenai penentuan strategi menurut Fred R. David, Strategi SO (Strength-Opportunity) diketahui strategi yang menggunakan sumber kekuatan pada internal lembaga untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar lembaga. Pada umumnya, lembaga berusaha menjalankan strategi-strategi WO, ST, atau WT untuk menerapkan strategi SO. Menilik penelitian yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dina Fanny Firila dalam judul “Strategi Peningkatan Pendidik Dengan Analisis SWOT di SDIT Bina Insani Semarang”, berdasarkan temuan tersebut diketahui lembaga tersebut akan berpeluang kuat dalam memenangkan persaingan jika selalu menumbuhkan dan meningkatkan penyusunan resentra untuk kemajuan maksimal.

Oleh karena itu, penentuan strategi fundraising terhadap peningkatan zis dikalangan ASN harus didasarkan pada analisis lingkungan internal maupun eksternal lembaga melalui analisis keunggulan dan kelemahan, serta analisis peluang dari kesempatan dan tantangan yang dihadapi lembaga pada lingkungannya.

Hasil dari penerapan strategi fundraising dalam peningkatan perolehan dana ZIS terus mengalami peningkatan dalam perolehan dana ZIS pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Perolehan dana ZIS pada tahun 2022 bulan januari sebesar Rp. 925,329,731, Perolehan dana ZIS pada bulan february sebesar Rp. 1,076,828,854, mengalami kenaikan 15,7%, Perolehan dana ZIS pada bulan maret sebesar Rp. 1,058,374,092, mengalami

kenaikan 15.4%, Perolehan dana ZIS pada bulan april sebesar Rp.1,533,389,237, mengalami kenaikan 22.4%. di bulan mei Rp.1,447,437,405 Peningkatan strategi fundraising pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur terus dilakukan, sehingga hasil dari evaluasi tersebut memberikan pengaruh besar pada perolehan dana ZIS pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur.

Maka oleh sebab itu dapat disimpulkan, bahwa strategi *fundraising* dalam meningkatkan perolehan dana ZIS masa pandemi pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Timur terlaksana dengan baik serta secara efektif untuk dilanjutkan dan ditingkatkan pada tahun yang akan datang. Supaya perolehan dana ZIS tahun berikutnya juga mengalami peningkatan



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

` BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi *fudraising* terdapat dari peneliti mengenai hasil analisisnya oleh Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur dikalangan ASN dilakukan dengan beberapa cara. Pertama, Pemilihan Sasaran Wajib Zakat. Kedua, Metode Pembayaran Zakat. Ketiga, Pengelolaan Zakat. Target utamadalam penarikan wajib zakat ditujukan pada Aparatur Sipil Negara Pada aspek metode pembayaran Badan Amil Zakat Jawa Timur menyediakan metode pembayaran secara online maupun offline dengan tujuan menjadi wadah yang dapat memayungi dua jalan sekaligus.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap peningkatan ZIS dikalangan Aparatur Sipil Negara, menunjukkan adanya sejumlah faktor, yakni dari internal maupun eksternal. Kondisi BAZNAS Provinsi Jawa Timur berada di kuadran I dan dapat menggunakan alternatif yaitu pada strategi SO yang mendukung pertumbuhan agresif. Hal ini menunjukkan bahwa strength dan opportunity (SO) Meningkatkan sosialisasi Instruksi Gubernur kepada ASN di lingkungan pemerintah Provinsi Jawa Timur, serta meningkatkan publikasi program unggulan yakni SKSS melalui berbagai saluran offline maupun online.

5.2 Saran

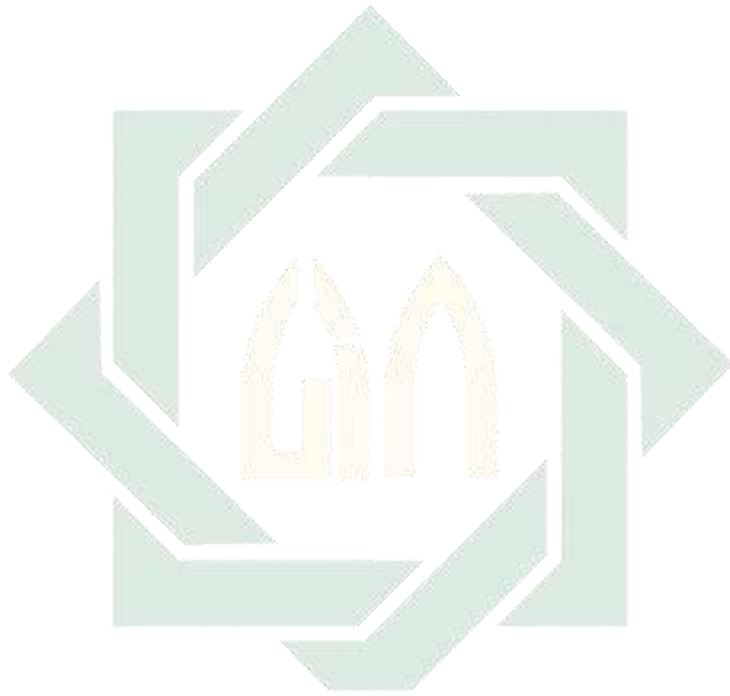
Melihat kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan pada BAZNAS Provinsi Jawa Timur, adalah sebagai berikut :

1. Bagi pengurus Badan Amil Zakat Provinsi Jawa Timur, dalam strategi fundraising zakat perlu ditingkatkan intensitasnya, terutama sosialisasi kewajiban zakat dikalangan ASN. Sehingga semakin banyak yang mengetahui kewajibannya dalam berzakat.
2. Baznas Jatim juga perlu memperbanyak sarana pembayaran zakat, baik online maupun offline. Sehingga masyarakat khususnya ASN lebih mudah dalam melaksanakan kewajiban zakatnya.
3. Bagi para muzakki, khususnya pada kalangan Aparatur Sipil Negara. Hendaknya menjalankan amanat Instruksi gubernur no 1 tahun 2021 tentang optimalisasi zakat. Dengan begitu optimalisasi zakat dalam hal penghimpunan dan pengelolaan dapat tercapai. Selain itu penting kiranya untuk membangkitkan kesadaran akan manfaat pengelolaan yang terintegrasi guna mencapai pada sasaran(mustahiq) dengan tepa

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, A. (2016). Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo. *Kodifikasia*, 10(1), 1–27.
- Abidin, H., & dkk. (2009). *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Serta Strategi Penggalangannya*.
- Alifa, Islah, and Irvan Normansyah. 2020. “The Influence of Sharia Compliance, Good Corporate Governance and Competence of Amil Zakat on Management of Zakat Funds (Case Study at Baznas (BAZIS) DKI Jakarta)”.
- Ali Ridlo. (2014). *ZAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 7(1), 139.
- Anwar aan zainul, Rohmawati Evi, A. M. (2019). *Strategi fundraising zakat profesi pada organisasi pengelola zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara*. Volume. 2, 119–126.
- Apriliani, F., Wibowo, H., Mulyana, N., & Adiansah, W. (2021). INOVASI SOSIAL STRATEGI FUNDRAISING SEKOLAH RELAWAN. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkrk.v3i2.35166>
- Atik, A. (2016). *ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING TERHADAP PENINGKATAN PENGELOLAAN ZIS PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT KABUPATEN PONOROGO*. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=581742&val=7254&title=Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=581742&val=7254&title=Analisis%20Strategi%20Fundraising%20Terhadap%20Peningkatan%20Pengelolaan%20Zis%20Pada%20Lembaga%20Amil%20Zakat%20Kabupaten%20Ponorogo)
- <https://www.republika.co.id/>. (2018). *Capaian Zakat 20 persen Tertinggi dalam 5 Tahun Terakhir*. Kamis 04 Jan 2018 20:56 WIB. <https://www.republika.co.id/berita/p21apk396/capaian-zakat-20-persen-tertinggi-dalam-5-tahun-terakhir>
- <https://www.republika.co.id/>. (2022). *Serahkan Izin Operasional, Kemenag Harap LAZ CT Arsa Tingkatkan Capaian Zakat Nasional*. Jumat 26 Aug 2022 21:36 WIB.

<https://www.republika.co.id/berita/rh881f380/serahkan-izin->



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

operasional-kemenag-harap-laz-ct-arsa-tingkatkan-capaian-zakat-nasional

<https://www.suarasurabaya.net/>. (2022). *Capaian Zakat Masyarakat Jawa Timur Masih Rendah*. Rabu, 13 April 2022 | 06:41 WIB.

<https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2022/capaian-zakat-masyarakat-jawa-timur-masih-rendah/>

Irnawati, R. (2009). *MUZAKKI DAN KRITERIANYA DALAM TINJAUAN FIKIH ZAKAT. Vol. I.*

Miftahul ulum, B. N. (2009). *MODEL ALTERNATIF MANAJEMEN FUNDRAISING ZAKAT, INFAQ, SHADAQOH UNTUK MENINGKATKAN PENGUMPULAN PADA BADAN AMIL ZAKAT*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Muzayanah, M. (2020). Pemahaman Terhadap Tanggungjawab, Hak Dan Kewajiban Pegawai Terhadap U.U. No 5 Tahun 2014 Tentang Aparatur Sipil Negara. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 6(1), 228. <https://doi.org/10.23887/jkh.v6i1.23488>

Nadhari, K. A. (2013). *Economic Jurnal ekonomi dan Hukum Islam. Vol. 3 No.(2088–6365, 2477–5576).*

National zakat statistics 2019 / 1. (2019).

Norton, M. (2002). *Menggalang Dana*. Yayasan Obor Indonesia.

Outlook Zakat Indonesia 2022. (n.d.). Puskas Baznas RI. <https://drive.google.com/file/d/1Ej2VLcq7WMkTMafBQ52bWJsdWbdhkX8U/view>

Rahman, A., & Bakri, R. (2019). Penataan Pengelolaan Aparatur Sipil Negara (ASN) melalui Dynamic Governance. *Jurnal Konstituen*, 1(1), 1–22. <https://doi.org/10.33701/jk.v1i1.309>

Rais, I. (2009). Muzakki dan kriterianya dalam tinjauan fikih zakat. *Muzakki Dan Kriterianya Dalam Tinjauan Fikih Zakat, 1*(Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu

- Ekonomi (Syariah), 1.
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/2456>
- Riadian, K., Syariah, P. P., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Raden, N., & Said, M. A. S. (2023). *ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN DANA (ZIS) SELAMA PANDEMIC COVID-19*. 19.
- Rohmah, N. L. (2021). *Implementasi strategi fundraising dan pendistribusian sedekah sedino sewu di UPZIS NU-CARE LAZISNU Ranting Wotan* [UIN Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/50426/3/Nur> Lailatur Rohmah_B04217030.pdf
- Salkiawati, R., Lubis, H., & Yusuf, M. (2019). SISTEM INFORMASI MANAJEMEN ZAKAT MENGGUNAKAN METODE PROTOTIPE PADA MASJID AGUNG AL BARKAH. *Jurnal Rekayasa Informasi*, 8. <https://ejournal.istn.ac.id/index.php/rekayasainformasi/article/view/364>
- Siregar, S., & Kholid, H. (2019). ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT MELALUI PLATFORM E-COMMERCE. *Jurnal Al-Mizan*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.33511/almizan.v3n2.74-91>
- Sugi, T. (2022). *Pengaruh inovasi pengumpulan Zakat Infak Sedekah (ZIS) terhadap minat Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk menjadi Muzakki-Munfiq di Baznas melalui kepercayaan sebagai variabel Intervening: Study pada Baznas Kabupaten Cilacap*. 1–20.
- Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, I. I. (2022). Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM*, 8 NO 1. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4346>
- Syahrullah, M. A. (2018). STRATEGI FUNDRAISING DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MUZAKKI PADA BADAN AMIL

ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) PUSAT. In *Bitkom Research* (Vol. 63, Issue 2).

Tanjung, H., & Coryna, I. (2015). Formulasi Strategi Penghimpunan Zakat oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). *Al-Muzaraah*, 3, 158–179.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jam.3.2.158-179>

Triton, P. (2007). *Manajemen strategis : terapan perusahaan dan bisnis*. Tugu Publisher.
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/213211/manajemen-strategis-terapan-perusahaan-dan-bisnis>

Young, J. (2007). *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirlaba*. PT. InaPublikatama.
https://perpustakaan.mahkamahagung.go.id/slims/pusat/index.php?p=show_detail&id=1623&keywords=

Yuliar, A. (2021). ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI ERA DIGITALISASI. *Filantropi Manajemen Zakat Wakaf*, 2 no 2.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v2i1.3222>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A