

**ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA DALAM
MENCAPAI TARGET PENERIMAAN DANA ZAKAT
(Studi Pada LAZ Dompot Dhuafa Cabang Jawa Timur)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu
Ilmu Syari'ah dan Ekonomi Islam



Oleh:
Kuni Zakiyah Amin
NIM. C04210117

PERPUSTAKAAN UIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS E.2014 092 51	No. REG : E.2014/ES/092 ASAL BUKU : TANGGAL :

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi Ekonomi Syari'ah
Surabaya

2014

PERNYATAAN KEASLIAN



Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kuni Zakiyah Amin
NIM : C04210117
Fakultas/Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam/ Ekonomi
Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Penghimpunan Dana
dalam Mencapai Target Penerimaan Dana
Zakat (Studi pada LAZ Dompot Dhuafa
Cabang Jatim)

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 02 Juni 2014

Saya yang menyatakan,




Kuni Zakiyah Amin

NIM. C04210117

PENGESAHAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Skripsi yang ditulis oleh Kuni Zakiyah Amin NIM C04210117 telah diujikan pada tanggal 18 Juni 2014 dan dinyatakan sah.

Surabaya, 12 September 2014

Dekan,



Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip. SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Kuni Zakiyah Amin NIM. C04210117 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 02 Juni 2014

Pembimbing,



Dr. Idris, M.Ag

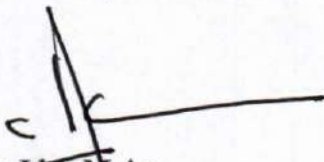
NIP. 196701021992031001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Kuni Zakiyah Amin NIM. C04210117 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel pada hari Rabu, 18 Juni 2014, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Jurusan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Ketua,



Dr. Idri, M.Ag.

NIP.196701021992031001

Sekretaris,



Moh. Hatta, MHI.

NIP. 197110262007011012

Penguji I,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., SS., MEL.

NIP.197005142000031001

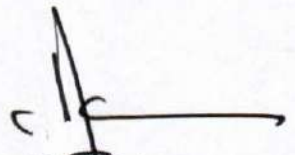
Penguji II,



Hj. Nurlailah, SE., MM.

NIP.196205222000032001

Pembimbing,



Dr. Idri, M.Ag.

NIP.196701021992031001

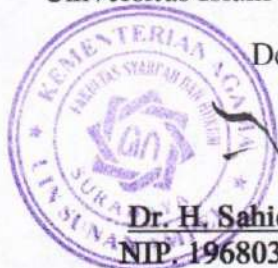
Surabaya, 04 Juli 2014

Mengesahkan,

Fakultas Syariah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Sahid H.M., M.Ag.

NIP. 196803091996031000



ABSTRAK

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan: Bagaimanakah strategi penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat? Apa saja faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat?

Untuk menjawab permasalahan diatas secara menyeluruh, dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Proses analisis bersifat induktif, yaitu mengumpulkan informasi-informasi khusus menjadi satu kesatuan dengan jalan mengumpulkan data, menyusun dan mengklasifikasikannya dan menganalisa strategi penghimpunan dana zakat dalam mencapai target penerimaan dana zakat Dompot Dhuafa Jatim serta factor pendukung dan penghambatnya.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi penghimpunan dana (*fundraising*) Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat menggunakan 3 komponen strategi khusus yaitu: strategi komunikasi, layanan dan event. Serta dua metode yang digunakan yaitu: *Above the Line* dan *Bellow the Line* serangan udara dan serangan darat. Sedangkan upaya untuk memaksimalkan potensi zakat Dompot Dhuafa Jatim yaitu dengan membentuk kerelawanan (DD volunteer), menjalin kemitraan serta melaksanakan event.

Saran bagi lembaga Dompot Dhuafa Jatim untuk lebih meningkatkan program kerjanya serta SDM pengelola supaya mencapai target ZIS secara optimal dan mampu melebihi batas yang ditentukan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

DAFTAR ISI

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TRANSLITERASI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Hasil Penelitian	9
F. Kajian Pustaka	10
G. Definisi Operasional	11
H. Metode Penelitian	14
I. Sistematika Pembahasan	19
 BAB II STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT	 21
A. Konsep Zakat	21
1. Pengertian Zakat	21
2. Landasan Hukum Zakat	22
3. Syarat-syarat Wajib Zakat	24
4. Sasaran Zakat	25
5. Hikmah dan Manfaat Zakat	27

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

B. Konsep Penghimpunan Dana	29
1. Pengertian Penghimpunan Dana (<i>fundraising</i>)	29
2. Tujuan Penghimpunan Dana (<i>fundraising</i>)	30
3. Ruang Lingkup <i>fundraising</i>	32
C. Strategi Penghimpunan Dana Zakat	34
1. Pengertian Strategi	34
2. Tahapan Strategi	37
3. Konsep Strategi Penghimpunan Dana Zakat	39
 BAB III	
PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT DI DOMPET DHUAFA JATIM.....	43
A. Gambaran Umum LAZ Dompot Dhuafa	43
1. Sejarah	43
2. Legalitas	44
3. Visi, Misi dan Tujuan Dompot Dhuafa Jatim	45
4. Struktur Organisasi Dompot Dhuafa Jatim	47
B. Proses Penghimpunan Dana Zakat di Dompot Dhuafa Jatim.....	53
1. Strategi	53
2. Metode	56
3. Program.....	57
4. Perkembangan.....	61
 BAB IV	
ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT DOMPET DHUAFA JATIM	66
A. Strategi Penghimpunan Dana Zakat dalam Mencapai Target Penerimaan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim.....	67
1. Komunikasi	65
2. Layanan	68
3. Event	69
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Penghimpunan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim.....	73
1. Faktor Pendukung Penghimpunan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim.....	73

2. Faktor Penghambat Penghimpunan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim	74
---	----

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

DAFTAR TABEL

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabel	Halaman
3.1 Rekening Zakat, Infak dan Sedekah	55
3.2 Hasil penghimpunan dana ZIS DD Jatim (2009-2013)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Peningkatan penghimpunan dana ZIS DD Jatim (2009-2013)	63
3.2 Peningkatan Jumlah Donatur Baru Setiap Tahunnya	64

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



A. Latar Belakang Masalah

Ketidakstabilan perekonomian di Indonesia saat ini menyebabkan masyarakat Indonesia hidup di bawah garis kemiskinan, karena kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat belum tercapai semaksimal mungkin, walaupun saat ini jumlah masyarakat miskin mengalami penurunan. Pada bulan Maret 2012 penduduk miskin di Indonesia mencapai 29,13 juta orang (11,96%) berkurang 0,89 juta orang (0,53 %), dibandingkan dengan penduduk miskin pada Maret 2011 yang sebesar 30,02 juta orang (12,49%).¹

Ada berbagai cara untuk mengurangi kemiskinan, antara lain yaitu melalui zakat, infak dan sedekah. Salah satu ajaran Islam yang harus ditangani dengan serius yaitu penanggulangan kemiskinan dengan mengoptimalkan zakat, infak, sedekah. Sebagaimana yang telah dicontohkan oleh baginda Rasulullah Saw, bahwasanya Nabi mengajarkan kepada kita tentang berzakat untuk menghindari sifat pelit (bakhil), oleh karena itu disarankan mengeluarkan 2,5% zakat yang dikenakan dari semua barang komersil dan industri, setiap pedagang eceran dan industrilisasi (ada manajemennya) diwajibkan membayar 2,5% dari

¹ Badan Pusat Statistik “Jumlah Penduduk Miskin Indonesia” <http://www.bps.go.id/news=940> diakses pada 15 Maret 2014.

seluruh nilai total barangnya ke Badan atau Lembaga Zakat.² Tidak hanya itu, melainkan emas dan perak juga wajib dikeluarkan zakatnya asalkan sudah mencapai nisab dan mencapai satu tahun.

Zakat adalah ibadah *māliyyah ijtīmā'iyah* yang memiliki posisi yang sangat penting, strategis dan menentukan, baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat. Zakat juga merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, karena Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula.³

Sesuai dengan firman Allah SWT pada surat Al-Baqarah ayat 43 dan surat At-Taubah ayat 103 menyebutkan:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat dan rukuklah bersama orang-orang yang rukuk (Q.S. Al-Baqarah: 43).⁴

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

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui (Q.S. At-Taubah:103)⁵

Kewajiban untuk zakat, dilakukan untuk dapat mengurangi tingkat kemiskinan yang berada di sekeliling kita saat ini, terutama bagi

² Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam jilid 1*, Cetakan ke-2, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prina Yasa, 2002), 266

³ Didin Haliquddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern Jakarta: Gema Insani Press, 2002*, 7

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Mizan Media Utama, 2011), 8

⁵ Ibid., 204

umat Islam, ini merupakan salah satu bukti bahwa sesungguhnya zakat belum berkembang yang dapat dilihat dari kondisi masyarakat Islam yang padat dan miskin.

Pengelolaan zakat di Indonesia telah diatur berdasarkan undang-undang No.38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, dan Keputusan Menteri Agama (KMA) No.581 tahun 1999 tentang pelaksanaan undang-undang No. 38 tahun 1999, dan keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 tahun 2000 tentang pedoman teknis pengelolaan zakat.⁶ Undang-undang tersebut telah mendorong upaya pembentukan lembaga pengelola zakat yang amanah, kuat dan dipercaya oleh masyarakat, meskipun dalam peraturan-peraturan tersebut masih banyak kekurangan yang sangat mendasar, misalnya tidak dijatuhkan sanksi bagi *Muzakki* yang tidak mau berzakat.

Namun, UU No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat tersebut sudah tidak sesuai dengan perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat sehingga perlu diganti. Kemudian keluar Undang-undang terbaru tentang pengelolaan zakat yaitu pada UU No. 23 Tahun 2011. Dalam undang-undang tersebut bermaksud bahwa pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.

Pengelolaan zakat harus berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas

⁶ M. Ariel Mufraini. *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan*. (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2008). 43

sehingga dapat meningkatkan afektifitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat. Bertepatan pada 10 Oktober 2001, Dampet Dhuafa Republika dikukuhkan untuk pertama kalinya oleh pemerintah sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan merupakan institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat.

Sistem pengelolaan zakat di Indonesia tidak hanya dibatasi pada pemberdayaan dana zakat saja, melainkan juga pada penghimpunan dana (*fundraising*) zakat. Oleh karena itu peran pengumpulan atau penghimpunan zakat harus semaksimal mungkin dalam mengelolanya agar perolehan dana zakat lebih optimal. Dengan pengelolaan yang baik, zakat yang merupakan sumber dana potensial dapat dimanfaatkan untuk memajukan kesejahteraan umum bagi seluruh masyarakat.⁷ Dengan begitu, kemiskinan yang ada di Indonesia akan berkurang.

Di Indonesia organisasi pengelola zakat terbagi menjadi dua jenis, yaitu: Badan Amil Zakat (BAZ) adalah organisasi yang dibentuk oleh pemerintah, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah organisasi pengelolaan zakat yang dibentuk sepenuhnya atas prakarsa masyarakat dan merupakan badan hukum sendiri, serta dikukuhkan oleh pemerintah.⁸

Kegiatan penghimpunan dana (*fundraising*) diawali dari sumber dana yang jelas dan telah mempunyai target sumber dana yang potensial dan terjadwalkan dalam proses pencapaiannya. Kegiatan *fundraising* mempunyai peranan yang sangat penting bagi perkembangan suatu

⁷ M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak*, (Jakarta: Kencana, 2006), 127

⁸ Umrotul Hasanah, *Manajemen Zakat Modern*, (Malang: UIN Maliki Pres, 2010), 69

lembaga dalam rangka pengumpulan dana zakat, infak dan sedekah dalam upaya pencapaian target penerimaan dana ZIS terbut

Penetapan target juga dirumuskan tiap tahunnya secara sistematis menuju target perubahan signifikan yang tercapai sepenuhnya setelah berproses terlebih dahulu. Dengan demikian agar program mencapai target yang ditetapkan, maka kegiatan penggalangan sumber dana/daya yang dilaksanakan perlu direncanakan secara matang.

Lembaga Amil Zakat (LAZ) pada umumnya memulai kegiatannya dari fungsi perencanaan dalam pengelolaan dana zakat. Hal ini bisa diketahui antara lain dari adanya target-target penghimpunan dan penyaluran dana zakat serta daftar *muzakki* dan *mustahiq*. Target-target tersebut disusun sesuai dengan realitas obyektif yang menggambarkan kebutuhan-kebutuhan yang dihadapi kaum dhuafa yang memerlukan bantuan/pertolongan dari dana zakat. Dalam penghimpunan dana zakat LAZ menempuh berbagai cara/strategi agar bisa tercapai target yang telah ditentukan dalam penghimpunan dana zakat, antara lain dengan pemanfaatan sejumlah produk perbankan dan fasilitas transfer, pungutan langsung dari karyawan oleh wakil yang ditunjuk perusahaan, melalui iklan media massa, membuka gerai penampungan zakat, pengembangan program kemitraan, melalui korespodensi dan lewat kontak kepanitiaan.⁹

LAZ Dompot Dhuafa dalam penghimpunan dana zakat meluncurkan beberapa strategi antara lain dengan melakukan kampanye

⁹ Ibid., 194

media, membuat berita, memasang iklan, direct fundraising (*direct mail, telefundraising, pertemuan langsung, kerjasama program, fundraising event*)¹⁰

Dompot Dhuafa merupakan lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan maupun lembaga. Dana ZIS Dompot Dhuafa terhimpun dan disalurkan dalam beragam bentuk antara lain, program sosial, pendidikan, kesehatan, pelayanan dhuafa, penanganan bencana dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Dengan adanya lembaga zakat Dompot Dhuafa tersebut, dapat membantu masyarakat menyalurkan dananya baik zakat, sedekah, infak dan wakaf menjadi lebih tepat sasaran. Hal ini pula yang telah dilakukan Dompot Dhuafa. Meski pada Ramadhan lalu di Indonesia tengah dihebohkan dengan kenaikan BBM, menyusul pula dengan kenaikan harga barang-barang pokok dipasaran, namun Dompot Dhuafa terbukti berhasil menghimpun dana zakat sebesar Rp. 64 Milyar pada bulan Ramadhan 1434 H. Jumlah tersebut merupakan gabungan dari dana zakat, infak, sedekah dan wakaf (ZISWAF). Jumlah dana tersebut mengalami kenaikan 7,5 persen dibandingkan penerimaan saat Ramadhan tahun lalu yang sebesar Rp.59 Milyar. Oleh karena itu, penghimpunan dana zakat pada

¹⁰Strategi Fundraising Zakat. <https://www.dompotdhuafa.org/strategi-fundraising-zakat/> diakses pada 28 April 2014

bulan Ramadhan tersebut merupakan 40% pencapaian target penghimpunan setiap tahun. Melihat kenaikan perolehan dana zakat saat Ramadhan 1434 H, diperkirakan pada akhir Desember 2013 Dompot Dhuafa menargetkan akan menghimpun dana hingga Rp. 220 Milyar yang merupakan gabungan dari dana zakat, infak, sedekah dan wakaf (ZISWAF).¹¹

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis kemudian tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Strategi Penghimpunan Dana dalam Mencapai Target Penerimaan Dana Zakat (Studi pada LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur)”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka akan timbul beberapa identifikasi masalah sebagai berikut.

1. Strategi penghimpunan dana yang digunakan Dompot Dhuafa Jatim dalam pengumpulan dana zakat.
2. Program penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim untuk memperoleh target donator baru.
3. Tahapan penghimpunan dana Dompot Dhuafa dalam hal memperoleh dana zakat.
4. Strategi penghimpunan dana Dompot Dhuafa untuk mencapai target penerimaan dana zakat.

¹¹ <http://www.dompotdhuafa.org/alami-kenaikan-75-ramadhan-1434-h-dompot-dhuafa-himpun-zakat-rp-64-m/> diakses pada 14 Maret 2014

5. Faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana zakat

Dompot Dhuafa Jatim

Agar penelitian ini dapat terarah sesuai tujuan penelitian nantinya dan permasalahan yang dibahas tidak melebar, maka penelitian ini akan dibatasi permasalahannya dalam ruang lingkup mengenai faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim, strategi penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat, serta dibatasi hanya pada lembaga amil zakat Dompot Dhuafa Jatim.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka untuk mempermudah pembahasan masalah penulis merumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari penulisan ini adalah:

1. Untuk menjelaskan dan mengetahui strategi penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat.

2. Untuk menjelaskan dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penerimaan dana zakat.

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis
 - a. Diharapkan berguna bagi pengembangan LAZ Dompot Dhuafa Jatim, memperkuat dan menyempurnakan teori-teori yang ada.
 - b. Diharapkan mampu menambah wawasan serta pengetahuan mengenai strategi penghimpunan dana zakat bagi program studi ekonomi syariah pada khususnya.
2. Dari segi praktisi
 - a. Diharapkan agar masyarakat mengetahui strategi penghimpunan dana zakat sehingga dapat meningkatkan partisipasinya dalam menyalurkan zakat kepada LAZ Dompot Dhuafa Jatim.
 - b. Diharapkan mampu berguna bagi pelaku-pelaku pengelola zakat agar sesuai dengan visi misinya.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta menambah khazanah ilmu pengetahuan mengenai

strategi penghimpunan dana bagi program studi ekonomi syariah

pada khususnya

F. Kajian Pustaka

Kajian terhadap masalah analisis strategi penghimpunan dana dalam mencapai target penerimaan dana zakat pada LAZ Dompot Dhuafa Jatim ini juga pernah dilakukan oleh peneliti lain dengan jenis penelitian dan objek yang berbeda. Untuk menghindari penelitian dengan objek yang sama, maka diperlukan kajian terdahulu. Adapun kajian yang telah dianalisis antara lain sebagai berikut:

1. Nurlaelatul Afifah "*Strategi Fundraising Program Pemberdayaan Ekonomi (Senyum Mandiri) pada Rumah Zakat*" Jurusan Muamalat

(Ekonomi Islam), Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif

Hidayatullah Jakarta 2011.

Penelitian ini membahas bahwa dalam menghimpun dana untuk menjalankan programnya menggunakan dua model *fundraising* yaitu: *Direct Marketing* dan *Indirect Marketing*. Dengan menggunakan dua model *fundraising* tersebut, rumah zakat mampu membuktikan bahwa jumlah penerimaan manfaat dari program pemberdayaan ekonomi dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.¹²

¹² Nurlaelatul Afifah, *Strategi Fundraising Program Pemberdayaan Ekonomi (Senyum Mandiri) pada Rumah Zakat*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011

Letak perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah penelitian ini menjelaskan tentang strategi *fundraising* program pemberdayaan ekonomi (senyum mandiri) pada Rumah Zakat, sedangkan penulis menjelaskan tentang strategi penghimpunan dana dalam mencapai target penerimaan dana zakat, serta faktor pendukung dan penghambatnya pada Dompot Dhuafa Jatim.

2. Ahmad Zaki *"Efektifitas Iklan Zakat Emang Ajib Dompot Dhuafa Republika Tahun 1430 H Dalam Proses Fundraising"* Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2010. Penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan tema zakat emang ajib "ajib manfaatnya-ajib berkahnya" merupakan model kampanye yang unik, sehingga mampu mendorong masyarakat untuk memahami bahwa kewajiban zakat harus ditunaikan oleh umat Islam. Oleh karena itu, dengan menggunakan tema yang menarik tersebut pengumpulan dana zakat, infak, sedekah dan wakaf senantiasa naik pada tiap tahunnya, sehingga dapat dikatakan bahwa program iklan tersebut berjalan efektif.¹³

Letak perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah penelitian ini menjelaskan tentang efektifitas iklan zakat emang ajib, sedangkan penulis menjelaskan tentang strategi penghimpunan dana dalam

¹³ Ahmad Zaki *Efektifitas Iklan Zakat Emang Ajib Dompot Dhuafa Republika Tahun 1430 H Dalam Proses Fundraising*. Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010

mencapai target penerimaan dana zakat, serta faktor pendukung dan penghambatnya pada Dompot Dhuafa Latin

G. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami penelitian ini, maka peneliti perlu menguraikan makna dari masing-masing istilah yang ada dalam judul penelitian, antara lain yaitu:

1. Analisis

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Analisis adalah Pemecahan persoalan yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya.¹⁴ Analisis dapat pula diartikan sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Analisis ini digunakan untuk menelaah dari data yang diperoleh tentang strategi penghimpunan dana dalam mencapai target penerimaan dana zakat serta faktor pendukung dan penghambatnya pada LAZ Dompot Dhuafa Latin.

2. Strategi Penghimpunan Dana

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan

¹⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cetakan ke-3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 43

utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.¹⁵

Strategi merupakan satu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kondisi internal perusahaan dengan situasi lingkungan eksternal agar tujuan perusahaan tercapai.¹⁶

Strategi dapat pula diartikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (*strategy is a accomplishing an organization's goal's*). Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.

Sedangkan penghimpunan dana (*fundraising*) adalah suatu kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan.¹⁷

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi penghimpunan dana adalah rencana kegiatan yang telah dirancang oleh lembaga untuk mencapai suatu target penerimaan dana yang telah ditentukan. Namun, jika suatu organisasi tanpa adanya strategi maka tidak akan berjalan semaksimal mungkin.

¹⁵ Lawrence R. Jauch dan William F. Gluck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 1998).12

¹⁶ Napa J. Awat, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Liberty, 1989). 20

¹⁷ Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012). 27

3. Zakat

Zakat adalah sebagian harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap orang muslim sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam Al-Quran dan Hadist kemudian diberikan kepada yang berhak menerimanya.

4. Target penerimaan Dana Zakat

Target penerimaan dana zakat yaitu sasaran yang telah ditetapkan untuk dicapai. Serta upaya suatu lembaga agar mencapai hasil yang maksimal sesuai visi misi yang telah ditentukan untuk mencapai target penerimaan dana zakat tersebut.

5. LAZ Dompot Dhuafa Jatim

Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa Jatim adalah organisasi nirlaba yang berkhidmah memberdayakan masyarakat miskin melalui pengelolaan dana sosial masyarakat zakat, infak, sedekah dan wakaf (ZISWA) serta dana lain yang halal dan sesuai hukum, baik perorangan, lembaga maupun perusahaan. Dompot Dhuafa Jatim terletak di Jl. Ngagel Jaya Selatan Ruko RMI Blok B-32 Surabaya.

H. Metode Penelitian

1. Data yang dikumpulkan

- a. Data tentang strategi penghimpunan dana zakat serta faktor pendukung dan penghambat dalam mencapai target penerimaan dana zakat pada LAZ Dompot Dhuafa Jatim.
- b. Data tentang profil dan sejarah LAZ Dompot Dhuafa Jatim, tugas pokok dan fungsi, struktur kepengurusan Dompot Dhuafa Jatim.

2. Sumber Data

Data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data-data yang berhubungan dengan strategi penghimpunan dana (fundraising) Dompot Dhuafa Jatim.

a. Data Primer

Data primer, yaitu subyek penelitian yang bersifat utama dan penting yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung.¹⁸ Sejumlah informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

- 1) Diperoleh dari data dokumentasi baik buku-buku atau brosur yang dikeluarkan oleh Dompot Dhuafa Jatim.
- 2) Hasil wawancara dengan direktur atau staf Dompot Dhuafa Jatim.

¹⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cetakan VIII, 2007), 91.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur atau dokumen-dokumen yang bersifat membantu dan menunjang dalam melengkapi dan memperkuat data primer. Data yang terkait dengan dokumen-dokumen dalam hal ini yaitu, dokumen yang dikumpulkan dari data yang diperoleh dari pihak LAZ Dompot Dhuafa Jatim dan hasil penelitiannya terhadap strategi penghimpunan dana zakat serta faktor pendukung dan penghambat dalam mencapai target penerimaan dana zakat. Sedangkan data pendukung dari literatur yaitu, mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori-teori serta buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Antara lain meliputi:

- 1) Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, Jakarta: Kementrian Agama RI, 2012.
- 2) Lawrence R. Jauch dan William F. Gluck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga, 1998
- 3) M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak*, Jakarta: Kencana, 2006
- 4) Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002
- 5) Umrotul Hasanah, *Manajemen Zakat Modern*, Malang: UIN Maliki Pres, 2010.
- 6) Napa J. Awat, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Liberty, 1989.

- 7) M Arief Mufraini, *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- 8) Saifuddin Azwar, *metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cetakan VIII, 2007.
- 9) Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007.
- 10) M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.
- 11) Ismail Nawawi, *Metoda Penelitian Kualitatif*, Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2012.
- 12) Ruslan Rosady, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- 13) Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam jilid* , Cetakan ke-2, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 2002.
- 14) Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-14, Bandung: Alfabeta, 2011.
- 15) Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka, 2005.

3. Teknik Pengumpulan Data

Secara lebih detail teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yaitu, pengamatan terhadap suatu obyek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk

memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian, secara langsung adalah terjun ke lapangan terlibat seluruh panca indra¹⁹

Untuk mendapatkan data yang konkrit, maka peneliti mengadakan pengamatan langsung pada LAZ Dompot Dhuafa Jatim

b. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung dengan responden. Pencarian data dengan teknik ini dapat di lakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.²⁰ Wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan pengumpulan data yang telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.²¹

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan wawancara langsung pada staf Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa khususnya pada divisi fundraising untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam pengumpulan data

¹⁹ Ismail Nawawi, *Metoda Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), 186

²⁰ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 151

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-14, (Bandung: Alfabeta, 2011), 138.

terkait tentang strategi penghimpunan dana dalam meningkatkan

dana zakat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu, teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.²² Penggalan data ini dengan cara menelaah dokumen-dokumen yang berhubungan dengan strategi penghimpunan dana LAZ Dompot Dhuafa Jatim.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, analisis data dilakukan secara bersamaan dengan pengumpulan data. Proses analisis bersifat induktif, yaitu mengumpulkan informasi-informasi khusus menjadi satu kesatuan dengan jalan pengumpulan data, menyusun dan mengklasifikasi dan menganalisa mengenai strategi penghimpunan dana dalam mencapai target penerimaan dana zakat.

Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode kualitatif, yang memerlukan data untuk menggambarkan suatu fenomena yang alamiah, sehingga benar salahnya sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Penelitian deskriptif disebut juga penelitian ilmiah karena semua data yang diambil merupakan fenomena apa adanya.

²² M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87

I. Sistematika Pembahasan

Bab Pertama adalah bab yang berisi tentang latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua membahas tentang landasan teori serta teori-teori yang akan dipakai dalam bab ini yaitu teori penghimpunan dana (*fundraising*) dalam mencapai target penerimaan dana zakat.

Bab tiga membahas tentang deskripsi data yang berkenaan dengan variable yang diteliti secara objektif. Antara lain: deskripsi LAZ Dompot Dhuafa Jatim, sejarah singkat, tugas pokok dan fungsi, serta struktur kepengurusan LAZ Dompot Dhuafa Jatim, data mengenai strategi penghimpunan dana zakat serta faktor pendukung dan penghambat dalam mencapai target penerimaan dana zakat.

Bab empat membahas tentang analisis data, merupakan analisis penulis terhadap temuan hasil penelitian, antara lain memuat tentang analisis strategi penghimpunan dana zakat dalam mencapai target penerimaan dana zakat pada LAZ Dompot Dhuafa Jatim serta faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana zakat Dompot Dhuafa Jatim.

Sedangkan bab lima membahas tentang penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang merupakan upaya memahami jawaban-jawaban atas rumusan masalah yang ada.

BAB II
STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT

A. Konsep Zakat

1. Pengertian Zakat

Secara etimologis (bahasa), zakat berasal dari bahasa Arab *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik, dan bertambah. Sedangkan secara terminologis (istilah) di dalam fikih, zakat adalah sebutan atau nama bagi sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah Swt supaya diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (*mustahiq*) oleh orang-orang yang wajib mengeluarkan zakat (*muzakki*)²³

Zakat ibarat benteng yang melindungi harta dari penyakit dengki dan iri hati, dan zakat ibarat pupuk yang dapat menyuburkan harta untuk berkembang dan tumbuh. Hubungan dengan Allah telah terjalin dengan ibadah shalat dan hubungan dengan sesama manusia telah terikat dengan infak dan zakat. Hubungan vertikal dan horizontal perlu dijaga dengan baik. Hubungan ke atas dipelihara, sebagai tanda bersyukur dan berterima kasih, dan hubungan dengan sesama dijaga sebagai tanda setia kawan, berbagi rahmat dan nikmat.²⁴

Adapun menurut istilah, zakat adalah suatu bentuk ibadah kepada Allah Swt dengan cara mengeluarkan kadar harta tertentu yang wajib

²³ Umrotul Hasanah, *Manajemen Zakat Modern*, (Malang: UIN Maliki Pres, 2010), 34

²⁴ M. Ali Hasan, *Masail Fiqhiyah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 2

dikeluarkan menurut syariat Islam dan diberikan kepada golongan atau pihak tertentu.²⁵

Ada keterkaitan erat antara makna zakat secara bahasa dan istilah, yaitu bahwa setiap harta yang sudah dikeluarkan zakatnya akan menjadi suci, bersih, baik, berkah, tumbuh dan berkembang. Dalam konteks penggunaannya, selain untuk kekayaan, tumbuh dan suci itu disifatkan untuk jiwa orang yang menunaikan zakat. Dengan demikian, sesudah mengeluarkan zakat seseorang telah suci dirinya dari penyakit kikir dan tamak, hartanya juga telah bersih, karena tidak ada lagi hak orang lain pada hartanya itu.

Perintah Allah Swt untuk melaksanakan zakat tersebut seringkali beriringan dengan perintah pelaksanaan shalat. Hal ini menunjukkan betapa penting peran zakat dalam kehidupan umat Islam. Seperti yang telah disebutkan dalam Qs. *An-Nur* ayat 56:

وَأَقِمْوَا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاطِيعُوا الرُّسُلَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: Dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat, dan taatlah kepada rasul, supaya kamu diberi rahmat. (Qs. *An-Nur*:56)

2. Landasan Hukum Zakat

Zakat merupakan konsep ajaran Islam yang berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah bahwa harta kekayaan yang dimiliki seseorang adalah amanah dari Allah dan berfungsi sosial. Dasar hukum zakat terdapat dalam Al-Quran dan Hadis antara lain:

²⁵ Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Ustmani, *Fatwa-fatwa Zakat*, (Jakarta: Darussunnah Pres, 2008), 2

a. Al-Qur'an Surat *Al-Baqarah* ayat 110

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا بِالْأَنفُسِكُمْ مِنْ شَيْءٍ يَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ

إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Alah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan. (Qs. Al-Baqarah:110)²⁶

b. Al-Qur'an Surat *Al-Hajj* ayat 78

وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ ۚ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ ۚ مِلَّةَ أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ ۚ هُوَ سَمَّاكُمُ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلُ وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ ۚ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاعْتَصِمُوا بِاللَّهِ هُوَ مَوْلَاكُمْ فَنِعْمَ الْمَوْلَىٰ وَنِعْمَ النَّصِيرُ

Artinya: Dan berjihadlah kamu pada jalan Allah dengan jihad yang sebenarnya! Dia telah memilih kamu dan Dia sekali-kali tidak menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan. (Ikutilah) agama orang tuamu Ibrahim. Dia (Allah) telah menamai kamu sekalian orang-orang muslim dari dahulu, dan (begitu pula) dalam (Al Quran) ini, supaya Rasul itu menjadi saksi atas dirimu dan supaya kamu semua menjadi saksi atas segenap manusia, maka dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berpeganglah kamu pada tali Allah. Dia adalah Pelindungmu, maka Dialah sebaik-baik Pelindung dan sebaik-baik Penolong. (Qs. Al- Hajj:78)²⁷

c. Al-Qur'an Surat *At- Taubah* ayat 103

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

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 17

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 341

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (Qs. At-Taubah:103)²⁸

d. Al-Qur'an Surat *Ali 'Imran* ayat 18

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Artinya: Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang menegakkan keadilan. Para Malaikat dan orang-orang yang berilmu (juga menyatakan yang demikian itu). Tak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (Qs. Ali 'Imran:18)²⁹

e. Hadis tentang zakat

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: (أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ مُعَاذًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ إِلَى الْيَمَنِ (فَذَكَرَ الْحَدِيثَ) وَفِيهِ: (أَنَّ اللَّهَ قَدْ اقْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً فِي أَمْوَالِهِمْ، تُوْخَذُ مِنْ أَغْنِيَائِهِمْ، فَتُرَدُّ فِي فُقَرَائِهِمْ (متفق عليه، والنقط للبخاري

Dari Ibnu Abbas r. bahwa Nabi Shallallaahu 'alaihi wa Sallam mengutus Mu'adz ke negeri Yaman, ia meneruskan hadits itu dan didalamnya (beliau bersabda): "Sesungguhnya Allah telah mewajibkan mereka zakat dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya di antara mereka dan dibagikan kepada orang-orang fakir di antara mereka. (Muttafaq Alaihi dan lafadznya menurut Bukhari).³⁰

3. Syarat-syarat Wajib Zakat

Syarat-syarat wajib zakat itu diantaranya adalah:³¹

- a. Islam
- b. Merdeka

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 203

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 52

³⁰ Dikutip dari Kitab *Bulughul Maram*, Hadis 621

³¹ Abdul Al-Hamid Mahmud Al-ba'ly, *Ekonomi Zakat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 6

c. *Baligh* dan berakal

d. Harta yang dimiliki sudah mencapai *nisab* dan mempunyai nilai lebih dari *nisab* tersebut jika dihitung, kecuali pada zakat binatang.

e. Kepemilikan penuh, Mazhab Maliki berpendapat bahwa yang dimaksud dengan harta yang dimiliki secara penuh ialah harta yang dimiliki secara asli dan hak pengeluarnya berada ditangan pemiliknya.³²

f. Telah melewati *haul* (satu tahun), kecuali zakat pada tanaman. Tahun yang dihitung adalah tahun *qomariyah*, bukan tahun *syamsiyah*.

Pendapat ini telah disepakati oleh para *tabi'in* dan *fuqaha*.

4. Sasaran Zakat

Ada delapan kelompok (*ashnaf*) orang yang dinyatakan berhak menerima zakat (*mustahiq*). Sebagaimana firman Allah dalam surat *At-Taubah* ayat 60 sebagai berikut:

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۖ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. (Qs. *At-Taubah*: 60)³³

³² Wahbah Al-Zuhayli, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, cetakan ke-7 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 102

³³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 192

Delapan *ashnaf* tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Fakir; yang dimaksud fakir dalam persoalan zakat ialah orang yang tidak mempunyai barang yang berharga, kekayaan dan usaha sehingga dia sangat perlu ditolong keperluannya.
- b. Miskin; yang dimaksud miskin dalam persoalan zakat ialah orang yang mempunyai barang yang berharga atau pekerjaan yang dapat menutup sebagian hajatnya akan tetapi tidak mencukupinya, seperti orang yang memerlukan sepuluh dirham tapi hanya memiliki tujuh dirham saja.
- c. *Muallaf*, yang dimaksud muallaf disini ada 4 macam yaitu:
 - 1) *Muallaf* muslim ialah orang yang sudah masuk islam tetapi niatnya atau imannya masih lemah, maka diperkuat dengan member zakat.
 - 2) Orang yang telah masuk Islam dan niatnya cukup kuat, dia diberi zakat dengan harapan kawan-kawannya akan tertarik masuk islam.
 - 3) *Muallaf* yang dapat membendung kejahatan orang kaum kafir disampingnya.
 - 4) *Muallaf* yang dapat membendung kejahatan orang yang membangkang membayar zakat.

d. *Riqab*, yang dimaksud *riqab* ialah budak belian yang diberi

kebebasan, usaha mengumpulkan kejayaan agar dapat

menembus dirinya untuk merdeka.

e. *Gharim*, yang dimaksud *gharim* ialah orang yang terlilit

hutang dan tidak bisa keluar dari lilitan hutangnya kecuali dengan bantuan zakat

f. *Sabilillah*, yang dimaksud *sabilillah* ialah jalan yang dapat

menyampaikan sesuatu karena ridho Allah baik berupa ilmu maupun amal.

g. *Ibnusabil*, yang dimaksud *ibnusabil* ialah orang yang

mengadakan perjalanan dari negara dimana dikeluarkan zakat atau melewati negara itu.³⁴

5. Hikmah dan Manfaat Zakat

Setiap kewajiban yang diperintahkan Allah Swt, termasuk adanya

kewajiban berzakat, pasti memiliki hikmah dan manfaat. Didin Hafiduddin mengemukakan beberapa peran dan hikmah zakat, yaitu:

a. Zakat sebagai perwujudan iman kepada Allah SWT, mensyukuri nikmat-Nya, menumbuhkan rasa kepedulian yang tinggi, menghilangkan sifat kikir dan rakus, sekaligus mengembangkan dan mensucikan harta yang dimiliki.

b. Zakat merupakan sarana untuk menolong dan membina mustahiq terutama ke arah kehidupan yang lebih sejahtera. Zakat sesungguhnya

³⁴ Umrotul Hasanah, *Manajemen Zakat Modern*. (Malang: UIN Maliki Pres. 2010), 41-42

tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif yang

bersifat sesat melainkan juga memberikan kecukupan kepada

mustahiq dengan cara menghilangkan/ memperkecil penyebab kemiskinan.

- c. Zakat sebagai pilar amal bersama (*jama'i*) antara kelompok agniya yang berkecukupan dengan para mujahid yang waktunya sepenuhnya untuk berjuang di jalan Allah sehingga tidak memiliki waktu yang cukup untuk berusaha bagi kepentingan nafkah diri dan keluarganya.
- d. Zakat merupakan salah satu bentuk konkrit jaminan sosial yang disyariatkan oleh ajaran Islam bagi para *mustahiq*.
- e. Zakat merupakan salah satu sumber dana pembangunan sarana dan prasarana yang harus dimiliki umat Islam, seperti sarana pendidikan, kesehatan, sosial-ekonomi, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia muslim.
- f. Zakat dapat memasyarakatkan etika bisnis yang benar. Hal ini karena zakat berarti mengeluarkan bagian dari hak orang lain dari harta yang diusahakan dengan baik dan benar.
- g. Zakat merupakan salah satu instrumen pemerataan pendapatan. Melalui zakat, terjadi transfer kekayaan dari *muzakki* yang memiliki kelebihan harta kepada *mustahiq* yang kekurangan harta.
- h. Dorongan ajaran Islam yang begitu kuat untuk berzakat, berinfaq, dan bershadaqah menunjukkan bahwa Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan berusaha agar mampu memenuhi kebutuhan hidup

diri dan keluarganya, serta berlomba- lomba menjadi *muzakki* dan *munfik*.³⁵

B. Konsep Penghimpunan Dana

1. Pengertian Penghimpunan (*Fundraising*)

Dalam kamus Inggris-Indonesia *fundraising* diartikan sebagai pengumpulan dana atau penghimpunan dana, sedangkan dalam kamus besar Indonesia, yang dimaksud dengan pengumpulan dana atau penghimpunan dana adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, menghimpun, penyerahan.³⁶

Penghimpunan dana (*fundraising*) dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.³⁷ *Fundraising* (penghimpunan dana) dapat pula diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.³⁸

³⁵ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 10-15

³⁶ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 12

³⁷ Hendra Sutisna, *Fundraising Database*, (Jakarta: Piramedia, 2006), 1

³⁸ April Purwanto, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Sukses, 2009), 12

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi penghimpunan dana (*fundraising*) adalah rencana sebuah proses mempengaruhi masyarakat atau calon donator agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proses mempengaruhi disini yaitu meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu. Dalam kerangka *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donator, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari penghimpunan dana (*fundraising*) di suatu lembaga, maka dibutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.

2. Tujuan Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

Adapun tujuan *fundraising* menurut Juwaini adalah sebagai berikut:

- a. Tujuan menghimpun dana adalah sebagai tujuan yang paling mendasar. Tujuan inilah yang paling pertama dan utama dalam pengelolaan lembaga dan ini pula yang menyebabkan mengapa dalam pengelolaan *fundraising* harus dilakukan.

- b. Tujuan kedua adalah menambah calon donator atau menambah populasi donator. Lembaga yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donaturnya.
- c. Meningkatkan atau membangun citra lembaga, bahwa aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), baik secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga.
- d. Menghimpun relasi dan pendukung, kadangkala ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Mereka punya kesan positif dan bersimpati terhadap lembaga tersebut. Akan tetapi, pada saat itu mereka tidak mempunyai kemampuan untuk memberikan sesuatu kepada lembaga tersebut karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini harus diperhitungkan dalam aktifitas *fundraising*, meskipun mereka tidak mempunyai donasi, mereka akan berusaha melakukan dan berbuat apa saja untuk mendukung lembaga dan akan fanatik terhadap lembaga. Dengan adanya kelompok ini, sebuah lembaga telah memiliki jaringan informal yang sangat menguntungkan dalam aktifitas *fundraising*.
- e. Tujuan kelima yaitu meningkatkan kepuasan donatur, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang.

meskipun dalam pelaksanaan kegiatan secara teknis dilakukan sehari-hari. Mengapa kepuasan donatur itu penting? Karena kepuasan donatur akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diberikan kepada lembaga. Mereka akan mendonasikan dananya kepada lembaga secara berulang-ulang, bahkan menginformasikan kepuasannya terhadap lembaga secara positif kepada orang lain. Dengan demikian, secara otomatis kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.³⁹



3. Ruang Lingkup *Fundraising*

Pada dasarnya *fundraising* tidak identik hanya dengan uang semata, ruang lingkupnya begitu luas dan mendalam, untuk memahaminya terlebih dahulu dibutuhkan pemahaman tentang substansi dari pada *fundraising* tersebut.

Adapun substansi *fundraising* menurut Miftahul Huda dapat diringkaskan dalam tiga hal, yaitu:

a. Motivasi

Motivasi diartikan sebagai serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan dan alasan-alasan yang mendorong, calon donatur untuk mengeluarkan sebagian hartanya.

³⁹ Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, (Jakarta: PIRAMEDIA, 2005), 5-7

b. Program

Substansi *fundraising* berupa program yaitu kegiatan dari implementasi visi dan misi lembaga yang jelas sehingga masyarakat mampu tergerak untuk melakukan zakat, infak dan sedekah.

c. Metode

Substansi *fundraising* berupa metode diartikan sebagai pola, bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat donatur/*muzakki*.

Metode ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu: metode langsung (*direct fundraising*) adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung. Sedangkan metode tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti contohnya: *image campaign*, penyelenggara event, menjalin relasi, melalui referensi, mediasi para tokoh, dan lain-lain.⁴⁰

⁴⁰ Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 36-37

C. Strategi Penghimpunan Dana Zakat

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategia*" yang berarti seni atau ilmu menjadi jenderal. Makna strategi tersebut, tidak lepas dari sejarah pemakaian istilah strategi sebagai istilah yang digunakan di ranah militer. Menurut Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani "*strategos*", yang berasal dari kata "*stratos*" yang berarti militer dan "*Ag*" yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai "*generalship*" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Tidaklah mengherankan jika pada awalnya strategi ini populer dalam dunia militer, sedang perkembangannya di dunia usaha dalam dekade 50-an dapat digunakan sebagai pijakan.⁴¹ Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia kata strategi berarti 1) ilmu siasat perang 2) siasat, tipu akal muslihat untuk mencapai suatu maksud. Atau dengan kata lain, strategi juga berarti cara atau taktik.⁴² Strategi di definisikan sebagai kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah dari suatu organisasi⁴³

⁴¹Setiawan Hari Purnomo & Zulkieflimansyah, t.tth. *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*. (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia), 8.

⁴²JS Badudu, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hal. 1357.

⁴³ Benjamin B. Tregoe dan John W. Zimmerman. *Strategi manajemen*, terj. R. A. Rivai, (Jakarta: Erlangga, 1980), 15

Giffin, sebagaimana dikutip oleh Tisnawati dan Kurniawan Saefullah mendefinisikan strategi sebagai rencana komperhensif untuk mencapai tujuan organisasi (*strategy is a accomplishing an organization's goal's*). Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi srategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi di maksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan di bandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.⁴⁴

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.⁴⁵

Seiring perkembangan pesat media, lembaga harus mampu memanfaatkan setiap media yang ada untuk mengembangkan komunikasi dengan donatur, *muzakki*, atau masyarakat. Komunikasi adalah hal yang paling utama yang harus dimiliki oleh lembaga amil zakat untuk melakukan aktivitas fundraising. Komunikasi pemasaran merupakan

⁴⁴ Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2005), 132

⁴⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cetakan ke-22 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 32

usaha untuk menyampaikan pesan kepada public terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk dipasar.⁴⁶

Meskipun istilah strategi yang dikemukakan oleh para ahli di atas mempunyai arti yang bermacam-macam, namun esensinya tidak jauh berbeda. Secara singkat dapat dikatakan bahwa strategi merupakan sikap lembaga dalam menghadapi lingkungan atau keadaan sekelilingnya agar tujuan lembaga dapat tercapai. Seandainya suatu lembaga berusaha tanpa strategi, mungkin saja bisa sukses, akan tetapi kesuksesan itu bisa dikatakan sebagai sukses yang kebetulan. Sasaran bisa saja tercapai tanpa strategi, tapi belum pasti efisien. Namun, strategi saja tidak cukup, dibutuhkan pengaturan atau manajemen yang memungkinkan perusahaan atau lembaga mencapai tujuan. Manajemen strategilah yang lebih tepat supaya strategi-strategi perusahaan atau lembaga dapat terlaksana dengan baik.

Manajemen strategi adalah perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan/atau jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan

⁴⁶ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 267

pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi.⁴⁷

Pendekatan strategi pada hakekatnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Memusatkan perhatian pada kekuatan atau power
- b. Memusatkan pada analisa dinamik, gerak dan analisa aksi
- c. Memusatkan pada tujuan yang ingin dicapai serta gerak untuk mencapai tujuan tersebut.
- d. Memperhatikan faktor waktu dan lingkungan.
- e. Berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konsep, kemudian mengadakan analisa mengenai kemungkinan-kemungkinan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka menuju tujuan itu sendiri.⁴⁸

2. Tahapan Strategi

Fred R. David menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

a. Perumusan Strategi

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah merumuskan strategi, yang didalamnya mencakup kegiatan pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi untuk

⁴⁷ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik*, cetakan ke-2 (Gajah Mada University, 2003), 149-152

⁴⁸ Ali Moestopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: CSIS, 1978), 8-9

dilaksanakan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

b. Implementasi Strategi

Langkah kedua setelah merumuskan strategi adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi.

c. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dari strategi ini adalah evaluasi strategi, evaluasi strategi ini diperlukan karena menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai. Ada tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi yaitu:

- 1) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi.
- 2) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan).
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.⁴⁹

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁴⁹ Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002),30

3. Konsep Strategi Penghimpunan Dana Zakat

Penggalangan dana zakat juga merupakan kegiatan yang sangat penting bagi pengelola zakat dalam upaya mendukung jalannya program dan menjalankan roda operasional agar pengelola tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan dari organisasi pengelola zakat. Setiap organisasi nirlaba dalam melaksanakan penghimpunan/ penggalangan dana memiliki berbagai cara dan strategi dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang optimal. Oleh karena itu aktivitas *fundraising* dalam sebuah lembaga harus dikembangkan, baik dalam konteks awal perencanaan maupun pengawasan oleh pengelola lembaga dengan berbagai perspektif manajemen modern yang ada. Ada beberapa rumpun manajemen yang perlu diramu untuk mengembangkan *fundraising* dalam sebuah lembaga, yaitu: manajemen pemasaran dan manajemen produksi/ operasi.⁵⁰

Manajemen pemasaran bukanlah diperuntukkan bagi perusahaan bisnis semata dan tidak pula hanya mengenai menjual semata, namun untuk penggalangan/penghimpunan dana di suatu lembaga perlu kemampuan pemasaran dan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip pemasaran juga. Sedangkan manajemen produksi/operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (faktor produksi: lembaga, modal, teknologi, peralatan dan lainnya)

⁵⁰ Miftahul Huda. *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*. (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 25

dalam proses transformasi dari *input* menjadi produk lembaga seperti program organisasi.⁵¹

Selain perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengevaluasian untuk lebih mengoptimalkan strategi penghimpunan dana, maka sebelumnya perlu mengetahui unsur-unsur dalam kegiatan *fundraising*, yaitu:

a. Analisis kebutuhan

Kepercayaan dan pelayanan yang berkualitas merupakan kebutuhan donatur dan *muzakki* yang harus dipenuhi oleh LAZ yang berisi tentang kesesuaian dengan syariah, laporan dan pertanggungjawaban yang dibutuhkan oleh donatur dan *muzakki*.

b. Segmentasi

Segmentasi dalam pengelolaan zakat yang dimaksud adalah donatur dan *muzakki*, yang berperan sebagai upaya *fundraising* dalam mempermudah LAZ untuk menentukan langkah-langkah kebijakan strategi yang akan datang.

c. Identifikasi profil donatur

Profil calon donatur difungsikan untuk mengetahui lebih awal identitas calon donatur itu sendiri. Identifikasi calon donatur berfungsi dalam membantu menentukan target dan sasaran.

⁵¹ Ibid., 27

d. Positioning

Positioning sering dijelaskan sebagai strategi untuk memengaruhi dan menguasai benak donatur dan masyarakat umum melalui produk-produk yang ditawarkan. Dengan kata lain *positioning* juga diartikan sebagai upaya untuk membangun dan mendapatkan kepercayaan dari para donatur dan masyarakat umum.

e. Produk

Lembaga seyogyanya mempunyai satu atau beberapa produk program yang ditawarkan kepada para calon donatur. Produk ini mengacu kepada peruntukan program yang dilakukan. Jumlah donasi atau aset yang disumbangkan dimaksudkan berapa jumlah donasi atau aset yang didonasikan sesuai dengan program apa yang dikembangkan oleh lembaga.

f. Promosi

Promosi dari lembaga kepada calon donatur digunakan untuk menginformasikan kepada donatur mengenai produk atau program yang ditawarkan. Promosi ini juga untuk meyakinkan kepada mereka untuk bersimpati dan mendukung terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

g. Maintenance

Maintenance adalah upaya lembaga untuk senantiasa menjalin hubungan dengan donatur dan *muzakki*, tidak ada maksud lain yang

diharapkan dalam menjalin hubungan kecuali adanya loyalitas dalam rangka meningkatkan perkembangan lembaga.⁵²

Dengan demikian, Strategi pemasaran penghimpunan dana ZIS adalah sebuah cara yang dilakukan setiap lembaga amil zakat dalam menghimpun dana ZIS dengan mempromosikan, mendistribusikan, dan memberi pelayanan kepada *muzakki* agar *muzakki* merasa ingin menyalurkan hartanya melalui lembaga zakat tersebut.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁵² Ibid., 37-39

BAB III

PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT DI DOMPET DHUAFATIM

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Gambaran Umum LAZ Dompot Dhuafa

1. Sejarah

Dompot Dhuafa adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan/ lembaga).

Kelahirannya berawal dari empati kolektif komunitas jurnalis yang banyak berinteraksi dengan masyarakat miskin, sekaligus kerap jumpa dengan kaum kaya. Digagaslah manajemen galang kebersamaan dengan siapapun yang peduli kepada nasib dhuafa. Empat orang wartawan tersebut yaitu; Parni Hadi, Haidar bagir, S. Sinansari Ecip, dan Eri Sudewo berpadu sebagai Dewan Pendiri lembaga independen Dompot Dhuafa Republika. Sejak kelahiran Harian Umum Republika awal 1993, wartawannya aktif mengumpulkan zakat 2,5% dari penghasilan. Dana tersebut disalurkan langsung kepada dhuafa yang kerap dijumpai dalam tugas.⁵³

Maka sejak itulah dengan melalui pertimbangan professional Dompot Dhuafa diformalkan sebagai lembaga pada tanggal 4 September

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁵³ <http://www.ddjatim.org/sejarah/> diakses pada 08 Mei 2014.

1994. Sejak itu, Erie Sudewo ditunjuk mengawal Yayasan Dompot Dhuafa dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana Ziswari dalam wujud aneka program kemanusiaan, antara lain untuk kebutuhan kedaruratan, bantuan ekonomi, kesehatan, dan pendidikan bagi kalangan dhuafa.

Profesionalitas Dompot Dhuafa kian terasah, seiring meluasnya program kepedulian dari yang semula hanya bersifat lokal menjadi nasional, bahkan internasional. Tidak hanya berkhidmat pada bantuan dana bagi kalangan tak berpunya dalam bentuk tunai, Dompot Dhuafa juga mengembangkan bentuk program yang lebih luas seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan bantuan bencana.

2. Legalitas

Legalitas pada sebuah lembaga merupakan hal yang paling penting, karena ini menyangkut akuntabilitas dan legal-formal dalam menjalankan aktifitas oprasional kelembagaan. Oleh karena itu, legalitas Dompot Dhuafa perlu dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pada 10 Oktober 2001, Dompot Dhuafa Republika dikukuhkan untuk pertama kalinya oleh pemerintah sebagai Lembaga Zakat Nasional (Lembaga Amil Zakat) oleh Departemen Agama RI. Pembentukan Yayasan dilakukan di hadapan Notaris H. Abu Yusuf, SH tanggal 14 September 1994.
- b. Persetujuan operasi diumumkan dalam Berita Negara RI No. 163/A.YAY.HKM/1996/PNJAKSEL. Berdasarkan Undang-undang RI Nomor 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, Dompot Dhuafa

merupakan institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat.

Dan diperbarui oleh dijen Administrasi Hukum No. C-HF.01.09-88, tertanggal 21 September 2004.

- c. Surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 439 Tanggal 8 Oktober 2001 tentang pengukuhan dompet dhuafa republika sebagai Lembaga Amil Zakat tingkat Nasional.⁵⁴

Dompot Dhuafa saat ini telah memiliki jaringan pelayanan di 21 provinsi di Indonesia dan 5 di mancanegara (Hongkong, Jepang, Amerika Serikat, Australia dan Korea Selatan). Seiring dengan berkembangnya organisasi dan padatnya aktifitas, maka Dompot Dhuafa Republika membuka cabang di Surabaya yang berdiri pada 28 Februari 2009 dengan nama Dompot Dhuafa Jawa Timur yang saat ini beralamat di Jl. Ngagel Jaya Selatan, RMI Blok B-32. Inti aktifitasnya adalah mengoptimalkan pemanfaatan dana ZIS melalui program-program pemberdayaan untuk menanggulangi berbagai *problem social* di wilayah Jawa Timur.⁵⁵

3. Visi, Misi dan Tujuan Dompot Dhuafa

a. Visi:

Visi adalah suatu pandangan jauh kedepan atau tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah lembaga atau perusahaan dengan melalui perencanaan-perencanaan yang mengarah kepada pertumbuhan dan perkembangan suatu lembaga dengan melalui berbagai program yang mendukung terhadap kelangsungan tujuan yang sudah ditetapkan.

⁵⁴ Tenatang kami, di <http://www.ddjatim.org/sejarah/> diakses pada 08 Mei 2014.

⁵⁵ Abdur Rofi', *Wawancara*. Surabaya, 19 Mei 2014

Adapun visi Dompot Dhuafa adalah: Terwujudnya masyarakat berdaya yang bertumpu pada sumber daya lokal melalui sistem yang berkeadilan.

b. Misi:

Misi adalah pernyataan yang berkaitan tentang apa yang harus dikerjakan oleh suatu lembaga dalam mencapai visinya. Misi lembaga merupakan maksud khas dan mendasar untuk mengidentifikasi ruang lingkup lembaga dalam hal produk dan pasar. Misi juga merupakan perwujudan dari filsafah para pembuat keputusan strategik lembaga yang mencerminkan konsep diri lembaga, serta menunjukkan bidang-bidang produk dan jasa yang bisa memuaskan para pelanggan.⁵⁶

Adapun misi yang dikonsep oleh Dompot Dhuafa untuk mensinergikan kinerja atau program terhadap visinya sebagaimana berikut:

- 1) Membangun nilai kemanusiaan dan kemandirian
- 2) Meningkatkan partisipasi derma masyarakat dan dukungan sumber daya untuk pemberdayaan
- 3) Mendorong sinergi program dan jaringan organisasi pemberdayaan masyarakat global
- 4) Menumbuhkembangkan dan mendayagunaan aset masyarakat melalui ekonomi berkeadilan

⁵⁶ Hani Handoko, *manajemen Edisi ke-2*, (Yogyakarta: BPFE, 2012), 108.

- 5) Mengembangkan zakat sebagai alternatif dalam pengentasan

digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id

c. Tujuan:

- 1) Mendorong voluntarism dan tumbuhnya kepemimpinan masyarakat sebagai agent of change.
- 2) Terwujudnya perubahan sosial melalui advokasi multi-stakeholder untuk terciptanya kesejahteraan.
- 3) Menjadi lembaga penggalangan sumber daya masyarakat yang terpercaya.
- 4) Mengoptimalkan penggalangan sumber daya masyarakat.
- 5) Menjadi World Class Organization berbasis ZISWAF
- 6) Terbentuknya jaringan klaster mandiri untuk mengentaskan kemiskinan.
- 7) Menjadi lembaga expert dan rujukan dalam kebijakan pengentasan kemiskinan Indonesia.
- 8) Mengembangkan industri dan usaha yang berbasis redistribusi aset serta mewujudkan jaringan bisnis yang sehat dan ethic.⁵⁷



digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id

4. Struktur Organisasi Dompot Dhuafa Jatim

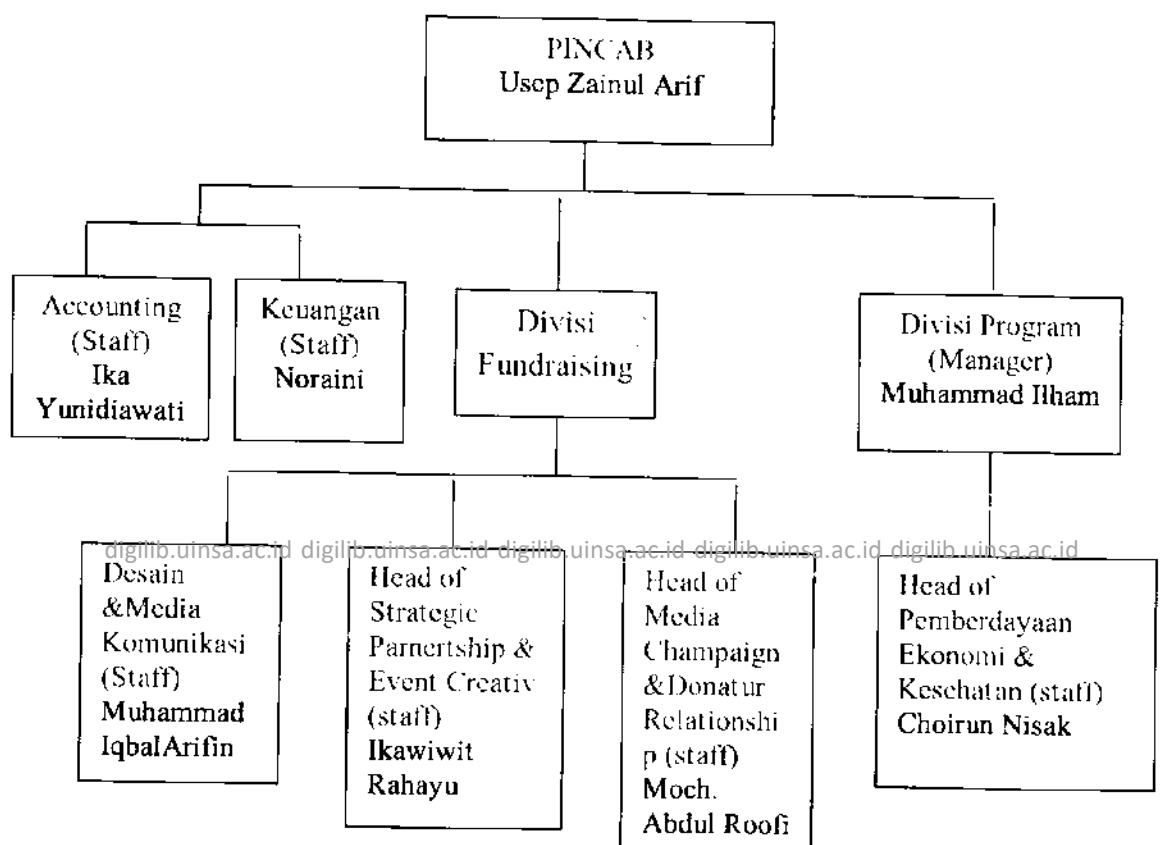
Struktur organisasi dapat diartikan sebagai pembagian kerja dari suatu instansi atau perusahaan dengan maksud untuk mencapai tujuan yang efektif. Dengan adanya struktur organisasi tersebut dapat dilihat bagaimana fungsi kerja atau hubungan kerja serta sampai sejauh mana

digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id digilib.uinsu.ac.id

⁵⁷ Tentang Kami di <http://www.ddjatim.org/visi-misi/> diakses pada 08 Mei 2014

tanggung jawab serta wewenang setiap paratururan organisasi yang
 bertanggung jawab.

Di bawah ini Struktur Dompok Dhuafa Jawa Timur



Sumber: Dokumentasi Dompok Dhuafa Jatim, 2014.

Secara garis besar uraian tanggungjawab, tugas pokok, dan hubungan kerja masing-masing bagian dalam organisasi Yayasan Dompot Dhuafa Jatim akan diuraikan sebagai berikut:

a. Manager Dompot Dhuafa Jatim

1) Tanggung Jawab

- a) Bertanggungjawab terhadap perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring evaluasi serta pengendalian lembaga secara keseluruhan.
- b) Bertanggungjawab terhadap berjalannya seluruh aktivitas divisi
- c) Bertanggungjawab kepada seluruh unsur yayasan.

2) Tugas

- a) Melakukan institutional building dengan internalisasi visi, misi, tujuan, prinsip, dan budaya dasar lembaga kepada seluruh lini
- b) Mengesahkan anggaran serta rencana kegiatan.
- c) Melaksanakan seluruh kebijakan dan ketentuan umum serta dan prosedur yang berlaku di lembaga.
- d) Membuat keputusan-keputusan yang berkaitan dengan manajemen lembaga.
- e) Menjalankan fungsi perencanaan dan pengawasan atas seluruh aktivitas lembaga

f) Melaksanakan koordinasi dengan seluruh bagian aktivitas

l lembaga.

g) Menyusun dan melaporkan kegiatan lembaga kepada unsur yayasan, dan pihak-pihak yang berkepentingan.

b. Bagian Penghimpunan (*Fundraising*) terdiri dari:

1) Desain & Media Komunikasi

Tugas:

- a) Target penghimpunan ZIS
- b) Pencapaian donatur baru, retail, outlet, dan corporate
- c) Memaksimalkan pemanfaatan media (sosial media)
- d) Desain grafis tiap tema
- e) Pengadaan buletin terbit tepat waktu

2) Strategi *Partnership & Even Kreatif*

Tugas:

- a) Target penghimpunan ZIS
- b) Pencapaian donatur baru, retail, outlet, dan corporate
- c) Memaksimalkan pemanfaatan media (cetak, elektronik dan sosial media)
- d) Event kreatif
 - 1) Kerjasama skala wilayah provinsi
 - 2) Kerjasama event komunitas hobi
 - 3) Kerjasama pengajian kantor
 - 4) *Car free day*

5) Terlaksananya MoU kerjasama, CSR dan *outlet*

3) **Media Campaign & Donatur Relationship**

Tugas:

- a) Target penghimpunan ZIS
- b) Pencapaian donatur baru, retail, outlet, dan corporate
- c) Memaksimalkan pemanfaatan media luar ruang
- d) Even kreatif untuk layanan donatur
- e) Melayani donatur baik komunikasi ataupun keluhan donatur
- f) Program penambahan kelengkapan data donatur baru dan data prospek.⁵⁸

c. Manager Program

1) **Tanggung jawab**

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- a) Bertanggung jawab atas seluruh penyaluran dana-dana zakat (ZISWAF) kepada masyarakat.
- b) Bertanggung jawab atas seluruh aktivitas pendayagunaan yang telah berjalan.
- c) Bertanggung jawab atas terlaksananya program pendayagunaan yang telah diputuskan.

2) **Uraian Tugas**

- a) Membuat rencana keuangan dan anggaran tahunan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁵⁸ Dokumentasi Dompot Dhuafa Jatim, 2013

b) Membuat konsep dan perencanaan program

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

c) .Mengkoordinasikan seluruh staff pendayagunaan untuk menjalankan seluruh kegiatan program

d) Melakukan kontrol dan pengawasan atas tugas, tanggung jawab, dan wewenang supervisor dan lain-lain.

e) Memberikan informasi perkembangan kegiatan pendayagunaan secara berkala kepada direktur Dompot Dhuafa Jawa Timur

f) Mengevaluasi seluruh kegiatan program

d. Keuangan

1) Bertanggung Jawab

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

a) Bertanggung jawab terhadap perencanaan, pelaksanaan, pencatatan, dan pelaporan keuangan.

b) Bertanggung jawab terhadap aktivitas transaksi keuangan.

c) Bertanggung jawab terhadap penyusunan dan penyajian laporan keuangan.

2) Uraian Tugas

a) Mencatat semua transaksi keuangan lembaga kedalam jurnal harian.

b) Menyimpan dan mengarsipkan dokumen transaksi dan file-file penting yang berkaitan dengan transaksi keuangan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

c) Melakukan posting ke buku besar dan menyusun neraca

saldo⁵⁹

B. Proses Penghimpunan Dana Zakat di Dompot Dhuafa Jatim

1. Strategi

Ketika melakukan sosialisasi dan edukasi zakat, Dompot Dhuafa menggunakan 3 komponen strategi yang dilakukan, yaitu:

a. Komunikasi

Komunikasi adalah hal yang paling utama dalam kegiatan *fundraising*, dengan komunikasi lahirlah kampanye-kampanye terkait isu-isu tertentu dimana setiap tahunnya ada kampanye yang diangkat dan setiap tahun berganti-ganti. Program kampanye dilakukan dengan berbagai kegiatan yang tujuannya adalah member informasi langsung dan mengajak donatur untuk berdonasi, selain itu untuk menumbuhkan kesadaran berzakat bagi warga kota surabaya yang wajib berzakat dan isu-isu tersebut yang menjadi pendorong lahirnya program-program pemberdayaan di Dompot Dhuafa, dan itu merupakan bagian dari komunikasi Dompot Dhuafa kepada masyarakat untuk mengenalkan apa itu zakat, apa itu infak, apa itu sedekah dan lain-lain.

Kerjasama promo *charity* juga merupakan aktifitas komunikasi promo Dompot Dhuafa Jatim bersama suatu program untuk menghasilkan respon donasi bagi sebuah kegiatan *charity* tertentu.

⁵⁹ Dokumentasi Dompot Dhuafa Jatim, 2013

Salah satu kegiatan ini berupa kerjasama kampanye *charity* dengan lembaga atau perusahaan lain.

b. Layanan

Dompot Dhuafa Jatim memberikan kemudahan kepada donatur dalam berdonasi dengan menyediakan berbagai layanan. Dengan adanya layanan ini akan menarik minat donatur untuk berdonasi dan ini berarti akan menambah dana yang masuk ke Dompot Dhuafa Jatim. Kemudahan layanan tersebut antara lain:

1) Pelayanan Jemput Zakat

Pelayanan jemput zakat ini berfungsi untuk memberikan kemudahan kepada donatur yang ingin berdonasi di Dompot Dhuafa Jatim, dengan syarat minimal berdonasi sebesar Rp. 500.000,-.

Wilayah yang dijangkau dalam layanan jemput zakat ini masih sekitar Surabaya, Sidoarjo dan Gresik. Dengan menghubungi (031) 502 3290/ (031) 502 6347.

2) Pembayaran Melalui Rekening

Rekening yang disediakan oleh Dompot Dhuafa Jatim berjumlah tujuh rekening, tiga rekening untuk zakat dan empat rekening untuk infak dan sedekah. Pemisahan rekening dilakukan karena antara zakat dan infak & sedekah berbeda jenis dan ketentuannya. Zakat dihukumi wajib dan wajib dikeluarkan bila telah mencapai satu nisab, sedangkan infak dan sedekah hukumnya sunnah karena pemberian secara sukarela dan semata-mata hanya mengharap

ridho Allah. Adapun rekening yang digunakan untuk zakat, infak

dan sedekah adalah sebagai berikut:

Tabel. 3.1
Rekening Zakat, Infak dan Sedekah

Zakat	Infak/ Sedekah
Mandiri: 142 000 766 666 1	Mandiri: 142 000 733 344 5
BCA: 064 047 211 1	BCA: 064 070 222 2
Jatim Syariah: 601 100 110 0	Jatim Syariah: 601 100 110 0
	BNI Syariah: 555 444 336

Sumber: Dokumentasi Dompot Dhuafa Jatim, 2014

3) Layanan Konsultasi Zakat

Konsultasi zakat adalah fasilitas yang difungsikan dalam bentuk tanya jawab yang dilakukan dengan cara *online* atau *offline*.

4) Kalkulator Zakat

Kalkulator zakat merupakan fasilitas untuk membantu para donatur untuk menghitung besar zakat yang akan dikeluarkan.

5) Donasi Melalui SMS/Internet Banking.

Fasilitas akan mulai digunakan pada bulan Agustus mendatang ini.

c. Event

Ketika melakukan strategi *fundraising* ada sosialisasi dan edukasi tentang apa itu zakat, infaq, dan sedekah, Kecendrungan orang

berdonasi ingin tahu dulu programnya apa, dan lembaganya apa.

Event fundraising adalah event biasa yang diselenggarakan dengan

maksud sosial, seperti Golf Peduli, Sepeda Santai, Umroh Sosial, dan lain sebagainya yang dilaksanakan dengan maksud memanfaatkan keuntungan *event* untuk program sosial.⁶⁰

2. Metode

Metode yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jatim dalam menjalankan aktifitas penghimpunan dana ZIS adalah dengan menggunakan 2 metode yaitu metode *Above the Line* dan *Bellow the Line*.⁶¹

a. *Above the Line*

Yaitu komunikasi melalui media massa sebagai sarana mempromosikan *brand* atau merk berbasis media elektronik, Atau biasa disebut dengan serangan udara. Seperti TV, Radio, Koran, Media Sosial.

b. *Bellow the Line*

Yaitu teknik periklanan yang lebih spesifik dalam memasarkan produk atau layanannya yang dapat berupa aktivitas yang berhubungan atau berinteraksi secara langsung dengan donatur atau biasa disebut dengan melalui serangan darat, seperti contohnya:

- 1) Kanvasing merupakan kegiatan marketing yang dilakukan setiap lembaga secara *door to door* bertemu langsung dengan donatur atau masyarakat.

⁶⁰ Usep Zainul Arif (Manajer), *Wawancara*, Surabaya, 12 Mei 2014

⁶¹ Usep Zainul Arif (Manajer), *Wawancara*, Surabaya, 12 Mei 2014

2) Sebar Brosur

3) *Telemarketing* adalah bentuk *direct marketing* yang efektif

terutama untuk donasi berulang dan mampu memberikan kesan dan interaktif.

4) *Directmail* adalah pengiriman surat penawaran yang ditujukan langsung kepada para calon donatur melalui email, mobail mail sms, faxmail dan BBM.

5) Membuka Konter

Membuka konter adalah cara komunikasi yang cukup baik untuk dilakukan, dan sasaran berada di titik pusat perbelanjaan dan perkantoran dalam rangka untuk melakukan komunikasi sosialisasi dan edukasi, disamping melakukan seminar dan diskusi publik.

3. Program

Penghimpunan dana yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jatim adalah dengan memaksimalkan kinerja dari segi program-program yang berhubungan dengan *fundraising*. Dana yang telah diperoleh difungsikan untuk program penyaluran dan penghimpunan. Penyaluran diberikan kepada *mustahiq* sedangkan penghimpunan digunakan untuk membiayai program - program *fundraising* yang ada di Dompot Dhuafa Jatim sendiri. Program-program tersebut meliputi:⁶²

⁶² Company Profile Dompot Dhuafa Jatim, 2014

a. Ekonomi

Program pemberdayaan ekonomi pada Dompot Dhuafa Jatim

antara lain adalah Lembaga pertanian sehat (LPS). Kampoeng Ternak, dan Masyarakat Mandiri. Lembaga Pertanian Sehat (LPS) yang merupakan lembaga yang diharapkan para petani menjadi lebih produktif dalam mengelola sumber daya pertanian, yang kini telah tersebar di berbagai wilayah dengan jumlah penerima manfaat mencapai 1.651 KK atau 5.901 jiwa.

Tidak hanya itu, LPS mengembangkan pemberdayaan petani sehat dengan memberikan subsidi pupuk, saprotan dan teknologi tepat dan ramah lingkungan yang sangat mendukung lahan pertanian. Upaya ini menjadi menarik karena hasil yang dipetik kalangan petani semakin baik dari hari ke hari dan lahan yang dipakai semakin sehat dan subur berkat pertanian sehat. Kemudian program kampoeng ternak (Kater) berfungsi sebagai pemberdayaan dan pendampingan intensif pada peternak dan pengembangan bibit ternak lokal serta pembangunan jaringan pasar. Selain itu, program masyarakat mandiri berfungsi sebagai pemutus tingkat kemiskinan baik di urban maupun rural dengan pendekatan ekonomi, dan merupakan pemberdayaan masyarakat berbasis kewirausahaan sosial secara terintegrasi dan berkelanjutan.

b. Pendidikan

Dalam bidang pendidikan, terdapat program yang bernama Peduli Anak Indonesia. Program ini bertujuan untuk peningkatan kualitas pendidikan masyarakat dhuafa, antara lain adalah: sekolah menengah berasrama, bebas biaya dan akseleratif hanya 5 tahun dari SMP-SMA (*Smart Ekselensia* Indonesia). Program pendidikan dan pelatihan untuk menciptakan guru-guru berkarakter (Sekolah Guru Indonesia). Peningkatan kualitas sekolah beserta perangkatnya melalui pelatihan SDM dan pendampingan manajemen sekolah (Makmal Pendidikan). Menciptakan tenaga kerja baru yang terampil dan memiliki dua jenis pelatihan yaitu pelatihan kewirausahaan dan pelatihan keterampilan teknis (Institut Kemandirian).⁶³

c. Kesehatan

Dalam bidang kesehatan, terdapat program yang memberikan pelayanan kesehatan gratis berbentuk layanan kesehatan cuma-cuma. Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC) merupakan lembaga non profit jejaring Dompot Dhuafa khusus di bidang kesehatan yang melayani kaum dhuafa secara paripurna melalui pengelolaan dana sosial masyarakat (ZISWAF- Zakat, Infak, Sedekah dan wakaf) dan dana sosial perusahaan. LKC memberikan pelayanan kesehatan secara cuma-cuma kepada peserta (member) yang telah terverifikasi. Di mana setiap calon penerima manfaat mendaftar ke LKC dan kemudian

⁶³ Ibid, 10

disurvey oleh tim survey. Jika lulus dari member maka akan diberikan kartu peserta dengan adanya kartu peserta, penerima manfaat berhak mendapatkan pelayanan kesehatan yang berlaku satu tahun. Dalam meningkatkan kualitas layanan kesehatan kepada kaum dhuafa, Dompot Dhuafa Republika berinisiasi membangun Rumah Sehat Terpadu (RST). Dari sinilah diharapkan lahir model layanan kesehatan yang dibiayai seluruhnya dari dana zakat, infak/sedekah serta wakaf.

d. Relief

Dalam program ini fokus dalam melayani *mustahiq* (orang yang berhak menerima zakat) yang mengeluhkan kesulitan, dan berfungsi memberikan santunan kepada masyarakat dhuafa yang membutuhkan bantuan dan mendesak. Program yang terdapat dalam bidang ini antara lain:

- 1) Lembaga Pelayanan Masyarakat (LPM) adalah lembaga yang menjadi ujung tombak Dompot Dhuafa dalam melayani para *mustahik* secara langsung untuk menyelesaikan permasalahan kaum dhuafa yang mendesak.
- 2) *Disaster Management Center* (DMC) adalah aktifitas Dompot Dhuafa dalam bidang penanggulangan bencana berbasis informasi dan keahlian.

3) *Migrant Institute* adalah lembaga yang menaruh perhatian pada bidang advokasi, pengembangan serta peningkatan kemandirian buruh migran, baik di dalam maupun luar negeri.

4. Perkembangan

Potensi zakat yang dimiliki umat islam cukup besar, andaikan zakat itu mampu terkumpul dengan baik, maka dan yang diperoleh cukuplah besar. Indonesia seyogyanya dalam mengoptimalkan zakat sudah cukup berkembang sampai saat ini. Hal ini bisa dilihat dengan banyaknya lembaga amal zakat yang sudah terbentuk.

Potensi zakat Nasional tahun 2013 mencapai Rp. 217 triliun yang terdiri atas zakat maal, zakat perusahaan, zakat atau tabungan deposito perbankan syariah. Namun, potensi zakat yang bisa terserap menurut Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) baru mencapai Rp. 2,73 triliun atau hanya sekitar satu persen saja. Meski potensi zakat tersebut belum bisa mencapai optimal, yang pasti, jumlah perolehan zakat yang terkumpul setiap tahunnya selalu ada peningkatan. Menurut Didin Hafidhuddin (Ketua Umum BAZNAS) mengungkapkan, pengumpulan dan pelaporan zakat nasional itu sesuai dengan Undang-undang zakat terbaru yaitu UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Undang-undang tersebut mengatur mekanisme pelaporan zakat nasional secara terintegrasi Baznas.⁶⁴

⁶⁴ Rizki Gudasari, "BAZNAS: Potensi Zakat Indonesia Capai Rp. 217 Triliun", dalam <http://news.liputan6.com/read/648347/baznas-potensi-zakat-indonesia-capai-rp-217-triliun>, di akses pada 03 Juli 2014.

Dengan demikian, supaya Baznas dapat mencapai potensi tersebut, Baznas perlu sosialisasi dan edukasi zakat lebih lanjut, dengan mempersiapkan mekanisme sinergi dan koordinasi, agar penghimpunan zakat berjalan optimal. Di samping itu, setiap Lembaga Amil Zakat maupun Badan Amil Zakat harus mampu meningkatkan penghimpunan dana zakat setiap tahunnya.

Dompot Dhuafa menjadi salah satu dari sekian ragam lembaga yang ada di tengah masyarakat melengkapi peran negara yang belum optimal. Dompot Dhuafa telah melakukan langkah-langkah konkrit dalam bentuk program di bidang pendidikan, kesehatan, sosial, pemberdayaan ekonomi, kebencanaan, dan sebagainya.

Dimulai sejak tahun 2009 berdirinya Dompot Dhuafa cabang Jatim, kini Dompot Dhuafa Jatim bisa dikatakan sudah berjalan sesuai yang diinginkan. Hal ini terbukti dengan meningkatnya penghimpunan dana ZIS dari tahun ke tahun serta bertambahnya jumlah para donatur baru setiap tahunnya, namun untuk penentuan target penghimpunan dana ZIS baru dimulai pada tahun 2012.

Pada Ramadhan 2012 Dompot Dhuafa Jatim terbukti menghimpun dana melebihi dari target yang telah ditentukan. Target Ramadhan 2012 untuk Dompot Dhuafa Jatim saja sebesar 234.000.000 dan dana yang berhasil terhimpun sebesar 400.000.000. Namun untuk tahun 2013, target tahunan sebesar 1M belum bisa melebihi target yang telah ditentukan. Dengan rincian target, Rp. 500.000.000 zakat dan Rp. 500.000.000

infak/sedekah. Perolehan hasil penghimpunan keseluruhan dana ZIS pada tahun 2013 hanya sebesar Rp. 887.272.293 yang sudah 80% hampir mencapai target yang telah ditentukan.

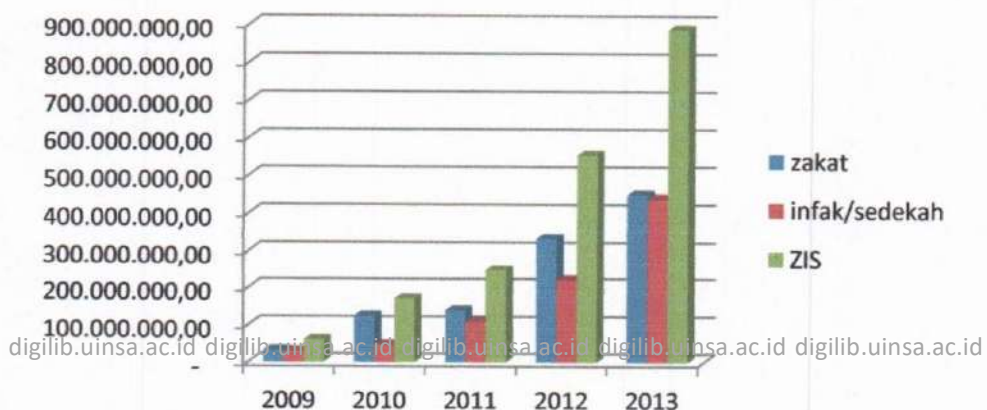
Terhitung sejak awal berdirinya Dompot Dhuafa Jatim terkumpulnya dana ZIS berturut-turut Rp. 61.052.402 (2009), Rp. 171.598.075 (2010), Rp. 249.350.710 (2011), Rp. 554.405.461 (2012), Rp. 887.272.293 (2013). Hasil perhitungan tersebut diperoleh melalui SANDRA (Sistem Administrasi *Fundraising*). Sedangkan rincian untuk perolehan dana zakat, infak/sedekah bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Hasil penghimpunan dana ZIS DD Jatim (2009-2013)

No.	Tahun	Zakat	Infak/Sedekah	ZIS
1	2009	31.786.952	29.265.450	61.052.402
2	2010	124.777.575	46.820.500	171.598.075
3	2011	139.826.060	109.524.650	249.350.710
4	2012	333.080.410	221.325.051	554.405.461
5	2013	449.010.947	438.261.346	887.272.293

Sumber: Dokumentasi SANDRA Dompot Dhuafa Jatim (2009-2013).

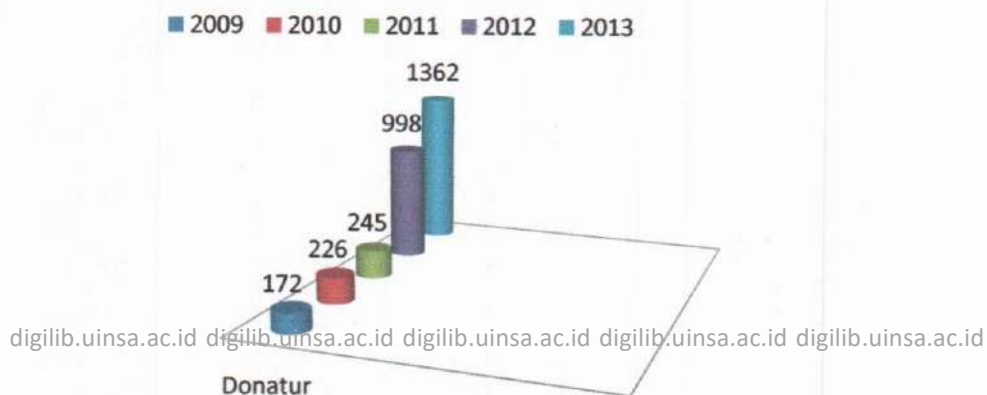
Gambar 3.1
Peningkatan penghimpunan dana ZIS DD Jatim (2009-2013)



Sumber: Dokumentasi SANDRA Dompot Dhuafa Jatim (2009-2013).

Perkembangan peningkatan tidak hanya pada penghimpunan dana ZIS saja, melainkan pada donatur juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Seperti yang terlihat pada grafik dibawah ini, bahwa dari tahun ketahun jumlah donatur baru setiap tahunnya semakin meningkat. Sehingga sampai saat ini pun per April 2014 jumlah keseluruhan donatur Dompot Dhuafa Jatim sebanyak 3.033 Donatur.⁶⁵

Gambar 3.2
Peningkatan Jumlah Donatur baru setiap tahun



Sumber: Dokumentasi Dompot Dhuafa Jatim

Dengan semakin meningkatnya jumlah donatur Dompot Dhuafa Jatim, maka semakin mudahlah penghimpunan dana ZIS untuk mencapai target penerimaan dana zakat setiap tahunnya.

Upaya penghimpunan dan pendayagunaan pun terus menerus dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jatim, hal ini dilakukan supaya masyarakat benar-benar dapat merasakan kehadiran LAZ Dompot Dhuafa

⁶⁵ Abdur Rofi', (Devisi *Fundraising*), Wawancara, Surabaya, 14 Mei 2014

Jatim. Dengan ini Dompot Dhuafa Jatim untuk meningkatkan *performance*-nya yaitu dengan melakukan peningkatan terhadap manajemennya baik dalam strategi maupun sistem fundraisingnya.

Tak mau ketinggalan, teknologi informasi pun dijamah, hal ini dimaksudkan agar masyarakat dapat mengakses informasi LAZ Dompot Dhuafa Jatim dengan mudah, baik yang berkaitan dengan informasi pengumpulan ZIS maupun pendistribusiannya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB IV

ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT DOMPET DHUFAFA JATIM

A. Strategi Penghimpunan Dana Zakat dalam Mencapai Target Penerimaan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim

Penghimpunan dana (*fundraising*) adalah suatu kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan. Dengan begitu strategi penghimpunan (*fundraising*) dapat diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat atau calon donator agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan.⁶⁶

Dalam setiap lembaga pasti ada target yang harus dicapai dalam waktu satu tahun ke depan. Begitu pula dengan Dompot Dhuafa Jatim juga menentukan target penerimaan dana ZIS setiap tahunnya. Dompot Dhuafa Jatim dalam mencapai target penghimpunan dana (*fundraising*) zakat tersebut, setidaknya ada 3 komponen strategi yang telah digunakan oleh Dompot Dhuafa Jatim. Yaitu. Komunikasi. Layanan dan Event.

⁶⁶ April Purwanto. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*. (Yogyakarta: Sukses, 2009). 12

1. Komunikasi

Pada umumnya komunikasi terdiri atas dua jenis, yaitu komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi vertikal terdiri atas komunikasi ke bawah dan keatas. Komunikasi ke bawah berasal dari manajemen puncak mengalir ke bawah, melalui jejaring hierarki manajemen hingga ke staff paling bawah. Biasanya berupa pengarahan, intruksi atau saran dan nasihat. Sedangkan komunikasi ke atas merupakan informasi dari bawah ke atas, biasanya dalam bentuk laporan keuangan, permintaan keputusan atau usulan.

Komunikasi horizontal sifatnya lebih familier ketimbang vertikal. Ada dua wilayah cakupan komunikasi horizontal yaitu, komunikasi antara anggota dalam satu bidang atau kelompok kerja, dan komunikasi antara kelompok, antar bidang atau antar departemen. Komunikasi horizontal punya arti penting, bahkan terkadang bisa jadi penyeimbang tak sehatnya komunikasi vertikal. Atau melalui komunikasi horizontal, klarifikasi suatu masalah dapat diselesaikan.⁶⁷

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang tidak hanya pada ketersampaian pesan kepada publik, namun juga berkaitan dengan citra lembaga. Karena setiap lembaga harus dapat membangun komunikasi yang dialogis dengan masyarakat baik secara pemberi maupun sebagai penerima, hal ini dimaksudkan agar mereka dapat menaruh kepercayaan terhadap suatu lembaga.

⁶⁷ Erie Sudewo, *Manajemen ZIS*, (Jakarta: IMZ, 2012), 252-253

Perkembangan yang dialami oleh Dompot Dhuafa Jatim juga tidak terlepas dari adanya komunikasi yang baik dengan masyarakat, karena jika kurangnya komunikasi akan memperlambat perkembangan, dengan begitu adanya komunikasi sangat erat kaitanya dengan perkembangan yang akan dialami oleh suatu lembaga amil zakat.

Strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jatim adalah dengan melakukan kampanye-kampanye yang setiap tahunnya tema yang diangkat berganti-ganti sesuai dengan isu tertentu. dengan begitu tujuan dari kampanye tersebut adalah memberi informasi langsung dan mengajak donatur untuk berdonasi, dan menumbuhkan kesadaran berzakat pada warga kota Jatim yang sudah wajib mengeluarkan zakatnya.

2. Layanan

Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁶⁸ Selain komunikasi, layanan juga merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jatim dalam proses penghimpunan dana ZIS. Dengan adanya layanan ini akan dapat menarik minat donatur untuk berdonasi. Dalam hal ini terkait tentang informasi kepada donatur, kemudahan komunikasi, tempat pelayanan, kecepatan dan kemudahan pembayaran.

Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada donatur adalah salah satu hal yang sangat penting bagi sebuah lembaga nirlaba,

⁶⁸ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2001). 172

karena dengan pelayanan yang baik dan memuaskan, maka akan memberikan kesan positif kepada donatur sehingga akan mengulangnya kembali untuk membayarkan zakatnya.

Dengan demikian, kepercayaan dan pelayanan yang berkualitas merupakan kebutuhan donatur dan *muzakki* yang harus dipenuhi oleh LAZ. Sedangkan efektifitas layanan yang dilakukan Dompot Dhuafa Jatim ialah dengan memberi kemudahan yang semudah-mudahnya agar donatur atau *muzakki* mudah membayar zakatnya di Dompot Dhuafa Jatim, dengan begitu tidak ada alasan bagi *muzakki* untuk susah membayar zakatnya. Kemudahan layanan yang diberikan Dompot Dhuafa Jatim antara lain: layanan jemput zakat, pembayaran melalui rekening, layanan konsultasi zakat, kalkulator zakat dan lain sebagainya.

3. Event

Disamping komunikasi dan layanan, event *fundraising* adalah event yang biasa diselenggarakan dengan maksud memanfaatkan keuntungan event untuk program sosial. Dalam rangka mengoptimalkan potensi ZIS mengadakan kerjasama secara teknis dengan perusahaan dilakukan agar penghimpunan ZIS lebih optimal.

Sedangkan event yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jatim adalah seperti menjalin kerjasama dengan lembaga lain, konser amal, pengajian kantor, golf peduli dan lain sebagainya.

Disamping menggunakan tiga komponen strategi diatas, terdapat pula metode-metode yang digunakan oleh setiap lembaga zakat untuk membantu penghimpunan dana ZIS.

Pada umumnya sebuah lembaga amil zakat melakukan dua model metode penghimpunan (*fundraising*) yaitu: metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*).

1. Metode *fundraising* langsung adalah metode yang menggunakan teknik teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk *fundraising* dimana proses interaksi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung) dilakukan. Sebagai contoh dari metode ini adalah: direct mail, direct advertising, telemarketing, dan presentasi langsung.
2. Metode *fundraising* tidak langsung adalah suatu metode yang menggunakan teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini biasanya dilakukan dengan cara promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, sebagai contohnya adalah image campaign dan penyelenggara event.⁶⁹

Sedangkan Dompot Dhuafa Jatim menggunakan dua model metode yaitu: *Above the line* dan *bellow the line*.

⁶⁹ Direktorat Pemberdayaan Zakat Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI 2009, *Manajemen Pengelolaan Zakat*, 69-69.

1. *Above the line*, yaitu komunikasi melalui media massa sebagai sarana mempromosikan *brand* atau merk berbasis media elektronik. Atau biasa disebut dengan serangan udara. Seperti TV, Radio, Koran, Media Sosial.
2. *Bellow the line*, yaitu teknik periklanan yang lebih spesifik dalam memasarkan produk atau layanannya yang dapat berupa aktivitas yang berhubungan atau berinteraksi secara langsung dengan donatur atau biasa disebut dengan melalui serangan darat, seperti contohnya:
 - a. Kanvasing merupakan kegiatan marketing yang dilakukan setiap lembaga secara door to door/ bertemu langsung dengan donatur atau masyarakat.
 - b. Sebar Brosur
 - c. *Telemarketing* adalah bentuk *direct marketing* yang efektif terutama untuk donasi berulang dan mampu memberikan kesan dan interaktif.
 - d. *Directmail* adalah pengiriman surat penawaran yang ditujukan langsung kepada para calon donatur melalui email, mobail mail sms, faxmail dan BBM.
 - e. Membuka konter adalah cara komunikasi yang cukup baik untuk dilakukan, dan sasaran berada di titik pusat perbelanjaan dan perkantoran dalam rangka untuk melakukan komunikasi sosialisasi dan edukasi, disamping melakukan seminar dan diskusi publik.

Mengenai dua model metode yang telah dijelaskan di atas, pada dasarnya adalah sama, hanya berbeda pada penyebutan nama saja. Dalam Dompot Dhuafa Jatim menggunakan kata *Above the line* dan *Bellow the Line*. Akan tetapi pada dasarnya sama dengan *Direct Fundraising* dan *Indirect Fundraising*.

Kedua metode tersebut sebagai penunjang dalam kegiatan penghimpunan dana. Karena tanpa adanya metode yang tepat maka keberlangsungan strategi *fundraising* dalam mencapai target penghimpunan dana ZIS tidak dapat berjalan dengan baik. Dengan metode ini juga dapat meningkatkan jumlah donatur atau penghimpunan donatur baru. Besarnya penghimpunan dana ZIS itu di tentukan oleh nasional berbasis trend penghimpunan tingkat nasional dimana setelah nasional menentukan kemudian di infokan pada setiap lembaga zakat.

Pada Ramadhan 2012 Dompot Dhuafa Jatim menargetkan dapat mengumpulkan dana ZIS sebesar Rp. 234.000.000, namun hasilnya melebihi target sampai Rp. 400.000.00. Selain itu efektifitas dari strategi penghimpunan dana dapat dilihat dari peningkatan dana ZIS yang terhimpun dari waktu ke waktu.

Namun untuk tahun 2013, target tahunan sebesar 1M belum bisa melebihi target yang telah ditentukan. Perolehan hasil penghimpunan keseluruhan dana ZIS pada tahun 2013 hanya sebesar Rp. 887.272.293 yang sudah 80% hampir mencapai target yang telah ditentukan.

Dengan demikian walaupun penghimpunan dana ZIS pada Dompot Dhuafa Jatim setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun untuk mencapai target yang ditentukan belum bisa dikatakan efektif. Oleh karena itu, Dompot Dhuafa Jatim harus lebih meningkatkan lagi strategi-strategi penghimpunan dana ZIS. Karena dengan dijalankannya penghimpunan (*fundraising*) yang bagus, maka program-program yang dijalankanpun berjalan dengan baik, karena suatu lembaga tanpa adanya dana, program tidak akan berjalan semaksimal mungkin. Begitu juga *Fundraising* yang dilakukan dalam suatu lembaga sangat mempengaruhi naik turunnya perolehan dana yang di targetkan.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Penghimpunan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim

Mudah dan sulitnya dalam pencapaian suatu tujuan penghimpunan dana zakat pada Dompot Dhuafa Jatim tidak terlepas dari faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penghimpunan dana (*fundraising*). Adapun faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana zakat tersebut adalah:

1. Faktor Pendukung Penghimpunan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim

Faktor pendukung merupakan salah satu penyebab agar supaya penghimpunan dana berjalan dengan lancar dan dapat mencapai target penerimaan dana zakat sesuai yang telah ditentukan. Faktor pendukung tersebut antara lain:

- a. Profesionalitas lembaga sejenis semakin berkembang dan mendorong gerakan zakat di daerah.
- b. Teknologi semakin canggih dan maraknya media massa maupun *social network* sehingga memberikan kemudahan kepada kalangan masyarakat untuk lebih mengetahui lembaga zakat.
- c. Dengan adanya dukungan dari pemerintah dan partisipasi masyarakat dalam melakukan aksi sosial semakin tinggi. Misalnya menganjurkan seluruh Pegawai Negeri dilingkungan pemerintah yang telah mencapai nisab untuk membayar zakatnya di LAZ.
- d. Semakin baiknya manajemen kerelawan (DD Volunteer).
- e. Untuk menambah kepercayaan masyarakat terhadap Dompot Dhuafa Jatim, maka Dompot Dhuafa Jatim banyak melaksanakan event-event dimana dalam event tersebut Dompot Dhuafa Jatim melakukan kerjasama dengan perusahaan lain.

Keunggulan-keunggulan di atas tersebut yang menjadi peluang bagi Dompot Dhuafa Jatim untuk dapat menghimpun dana ZIS sesuai target yang telah ditetapkan.

2. Faktor Penghambat Penghimpunan Dana Zakat Dompot Dhuafa Jatim

Untuk mencapai tujuan sebuah lembaga pasti ada hambatan yang akan ditemuinya, tak terkecuali dengan Dompot Dhuafa Jatim setidaknya ada tiga faktor yang menjadi kelemahan penghimpunan dana pada Dompot Dhuafa Jatim. Tiga faktor tersebut adalah

- a. Sumber Daya Manusia (SDM) baik kualitas maupun kuantitas. Adapun faktor kualitas seperti pengetahuan masyarakat Jatim yang masih minim karena kurang gencarnya sosialisai Dompot Dhuafa Jatim sehingga masyarakat belum begitu faham apa itu penghimpunan (*fundraising*) dan Dompot Dhuafa, sehingga persepsi masyarakat terhadap lembaga Dompot Dhuafa Jatim sebagai lembaga peminta-minta serta budaya masyarakat tentang berzakat yang masih suka membayarkan zakat, infak atau sedekahnya langsung kepada *mustahik*. Sedangkan faktor kuantitasnya terkait dengan kurangnya jumlah tenaga dilapangan dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*nya. Kuantitas sumber daya manusia tanpa disertai dengan kualitas yang baik akan menjadi kurang efisien. Untuk mengatasi kendala tersebut, Dompot Dhuafa Jatim perlu meningkatkan SDM karyawan dengan cara memberikan pelatihan yang diadakan oleh DD Jatim serta sharing antar karyawan terkait dengan kesulitan yang dialaminya.
- b. *Accountability*: yaitu terkait laporan keuangan, laporan penyaluran, dimana kecenderungan donatur melihatnya kurang berminat untuk menyalurkan dananya ke lembaga tersebut, bahwa lembaga amil zakat cenderung dipandang sebagai lembaga sosial/ lembaga peminta-minta, padahal LAZ adalah sebagai lembaga intermedite dimana berada ditengah-tengah antara *muzakki* dan *mustahik*.
- c. Kebijakan, dimana undang-undang No.23 tahun 2011 ini sangat berat tantangannya, karena LAZ harus berbentuk lembaga berbadan hukum,

bersedia di audit syariat dan keuangan secara berkala, tidak boleh mendirikan cabang di provinsi lebih dari satu, serta LAZ wajib melaporkan pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat yang telah diaudit kepada BAZNAS secara berkala.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Strategi yang digunakan oleh Dompot Dhuafa Jatim dalam menghimpun dananya agar mencapai target penerimaan dana ZIS-nya sudah bisa dikatakan efektif, hal itu terbukti bahwa dari tahun ketahun mengalami peningkatan baik dana ZIS maupun donaturnya. Strategi dan metode yang dipakai yaitu dengan menggunakan tiga komponen strategi serta dua metodenya. Tiga komponen strategi tersebut adalah: komunikasi, layanan dan event. Sedangkan dua metodenya adalah: *Above the Line* (serangan udara) dan *Bellow the Line* (serangan darat).
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam penghimpunan dana zakat Dompot Dhuafa Jatim.
 - a. Faktor pendukung penghimpunan (*fundraising*) Dompot Dhuafa Jatim setidaknya ada dua strategi yang sudah berjalan efektif yaitu dengan adanya dukungan dari pemerintah dan partisipasi masyarakat dalam melakukan aksi sosial semakin tinggi. Serta menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan untuk menyalurkan ZIS-nya kepada Dompot Dhuafa Jatim.
 - b. Faktor penghambat dari penghimpunan dana zakat antara lain: SDM, *Accountability* serta Kebijakan.

1) SDM baik kualitas maupun kuantitas, Adapun faktor kualitas

digilib.uinsa.ac.id seperti pengetahuan masyarakat Jatim yang masih minim

karena kurang gencarnya sosialisai Dompot Dhuafa Jatim sehingga masyarakat belum begitu faham apa itu penghimpunan (*fundraising*). Sedangkan faktor kuantitasnya terkait dengan kurangnya jumlah tenaga dilapangan dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* nya.

2) Accountablity yaitu terkait laporan keuangan, laporan penyaluran, dimana kecendrungan donatur melihatnya bahwa lembaga amil zakat cenderung dipandang sebagai lembaga sosial/ lembaga peminta-minta, padahal LAZ adalah sebagai lembaga intermedite dimana berada ditengah-tengah antara *muzakki dan mustahik*.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3) Kebijakan adalah dimana undang-undang No.23 tahun 2011 ini yang sangat berat tantanganya, karena LAZ harus berbadan ormas, tidak boleh mendirikan cabang lebih dari satu.

B. SARAN

Walaupun secara umum hasil penghimpunan dana Zakat di Dompot Dhuafa Jatim mengalami peningkatan dari tahun ketahun, namun strategi penghimpunan (*fundraising*) yang di lakukan Dompot Dhuafa Jatim masih perlu ditingkatkan lagi, agar strategi penghimpunan dana ZIS Dompot

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dhuafa mampu mencapai target ZIS secara optimal dan dapat melebihi batas yang ditentukan. Kemudian Dompot Dhuafa Jatim juga harus meningkatkan lagi program kerjanya serta SDM pengelola supaya masyarakat lebih mempercayakan Dompot Dhuafa Jatim untuk menyalurkan dananya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

- digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka, 2005.
- Azwar, Saifuddin. *metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cetakan VIII, 2007.
- Awat, J. Napa. *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Liberty, 1989.
- Afifah, Nurlaelatul. *Strategi Fundraising Program Pemberdayaan Ekonomi (Senyum Mandiri) pada Rumah Zakat*, Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- Ba'ly, Al- Mahmud, Abdul, Al-Hamid, *Ekonomi Zakat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- David, R. Fred. *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- Effendy, Uchjana, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cetakan ke-22 Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
- Huda, Miftahul. *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, Jakarta: Kementrian Agama RI, 2012.
- Hasan, Ali M. *Zakat dan Infak*, Jakarta: Kencana, 2006
- Hafidhuddin, Didin. *Zakat dalam Perckonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002
- Hasanah, Umrotul. *Manajemen Zakat Modern*, Malang: UIN Maliki Pres, 2010.
- Iqbal, Hasan. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.
- Juwaini, Ahmad. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, Jakarta: Piramedia, 2005.
- digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Lawrence R. Jauch dan William F. Gluck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga, 1998.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Molcong, J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007.

Mufraini, Arief M. *Akuntansi dan Manajemen Zakat: Mengomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Muhammad, Syaikh bin Shalih, Al-Ustmani, *Fatwa-fatwa Zakat*, Jakarta: Darussunnah Pres, 2008.

Moestopo, Ali. *Strategi Kebudayaan*, Jakarta: CSIS, 1978.

Nawawi, Hadari. *Manajemen Strategik*, cetakan ke-2 Gajah Mada University, 2003.

Nawawi, Ismail. *Metoda Penelitian Kualitatif*, Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2012.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Purwanto, April. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Yogyakarta: Sukses, 2009.

Rosady, Ruslan. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam jilid*, Cetakan ke-2, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 2002.

Saefullah, Kurniawan. Sule Tisnawati, Erni. *Pengantar manajemen*, Jakarta: Kencana, 2005.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-14,

Bandung: Alfabeta, 2011.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
- Sutisna, Hendra. *Fundraising Database*, Jakarta: Piramedia, 2006.
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2001.
- Sudewo, Erie. *Manajemen ZIS*, Jakarta: IMZ (Institut Manajemen Zakat), 2012.
- Zimmerman John, B. Tregoe Benjamin. *Strategi manajemen*, terj. R. A. Rivai, Jakarta: Erlangga, 1980.
- Zaki, Ahmad. *Efektifitas Iklan Zakat Emang Ajib Dompot Dhuafa Republika Tahun 1430 H Dalam Proses Fundraising*, Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta , 2010.
- Zuhayly, Al- Wahbah. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, cetakan ke-7, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Zulkieflimansyah, Purnomo Hari Setiawan. *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Uth.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
- Badan Pusat Statistik “*Jumlah Penduduk Miskin Indonesia*”
<http://www.bps.go.id/?news=940> diakses pada 15 Maret 2014.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cetakan ke-3 Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Direktorat Pemberdayaan Zakat Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI. *Manajemen Pengelolaan Zakat*, 2009.
- Tentang kami. di <http://www.ddjatim.org/sejarah/> diakses pada 08 Mei 2014.
- <http://www.dompetchuafa.org/alami-kenaikan-75-ramadhan-1434-h-dompetchuafa-himpun-zakat-rp-64-m/> diakses pada 14 Maret 2014.