

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Zakat sebagai rukun Islam merupakan kewajiban setiap muslim yang mampu untuk membayarnya dan diperuntukkan bagi mereka yang berhak menerimanya. Dengan pengelolaan yang baik, zakat merupakan sumber dana potensial yang dapat dimanfaatkan untuk memajukan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat).

Hal tersebut menunjukkan bahwa betapa pentingnya zakat. Bagi *muzakki*, zakat berfungsi sebagai sarana untuk membersihkan dan mensucikan harta mereka serta dapat menumbuhkan rasa kasih sayang dan kepedulian terhadap kaum miskin. Sedangkan bagi mustahik, zakat dapat melepaskan mereka dari jerat kemiskinan menuju pada kehidupan yang lebih baik dan sejahtera. Semua ini akan terwujud jika pemberdayaan zakat dilakukan secara terorganisasi.

Data Pusat kajian Strategis Badan Amil Zakat (BAZNAS) menunjukkan serapan zakat di Indonesia masih rendah. Pada 2016, tercatat zakat masuk Rp 5 triliun. Jumlah ini hanya 1 persen dari potensi zakat di Indonesia sebesar Rp 217 triliun. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa potensi zakat di Indonesia belum dapat terserap dengan maksimal dan begitupun dengan penyaluran atau pendistribusian zakat yang mana belum secara baik karena masih ada muzaki yang memberikan zakatnya secara

langsung (tidak melalui amil zakat baik pemerintah maupun swasta) kepada mustahik. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan masyarakat seputar Lembaga Amil Zakat, serta pemahaman tentang keberadaan atau pun prosedur penyaluran di Lembaga Amil Zakat.

Jika Lembaga Amil Zakat menginginkan agar lebih banyak muzaki yang mau mengeluarkan dana zakatnya melalui Lembaga Amil Zakat, maka Lembaga Amil Zakat membutuhkan strategi untuk mengoptimalkan penarikan atau pengumpulan dana zakat dari masyarakat di Indonesia. Selain itu, Lembaga Amil Zakat juga perlu melakukan evaluasi terhadap metode pengumpulan dana zakat yang telah dilakukan selama ini (Aziz dan Sukma, 2016: 132).

Salah satu dari Lembaga Amil Zakat yang ada di Indonesia adalah LAZISMU. LAZISMU adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. LAZISMU merupakan salah satu dari sepuluh lembaga amil zakat besar di Indonesia. LAZISMU sendiri berada di bawah naungan Muhammadiyah yang merupakan salah satu dari 3 organisasi Islam *top of mind* di Indonesia yaitu NU, Muhammadiyah dan FPI, maka dari itu LAZISMU menarik untuk diteliti.

Dalam operasional programnya, LAZISMU didukung oleh jaringan multilini, yakni sebuah jaringan konsolidasi lembaga zakat yang tersebar

di seluruh provinsi (berbasis kabupaten/kota) yang menjadikan program-program pendayagunaan LAZISMU mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia secara cepat, terfokus dan tepat sasaran (<http://www.Lazismu.org/>). LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman dan LAZISMU Kantor Layanan Umbulharjo Kota Yogyakarta termasuk ke dalam jaringan multi tersebut.

Kemampuan dalam menghimpun dana merupakan modal untuk melakukan kegiatan program dan biaya operasional lembaga. Maju mundurnya setiap Lembaga Amil Zakat juga ditentukan oleh jumlah dana yang dihimpun untuk melaksanakan setiap programnya. Berikut merupakan perkembangan perolehan zakat LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman pada tahun 2000-2018.

Tabel 1.1 Daftar Perkembangan Perolehan Zakat LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman periode tahun 2000-2018 (LAZISMU “BAPELURZAM” Gamping, 2018: 12).

Periode	Tahun	Jumlah Perolehan
1	1421 H/2000 M	17.109.000
2	1422 H/2001 M	24.003.500
3	1423 H/2002 M	26.459.500
4	1424 H/2003 M	31.090.700
5	1425 H/2004 M	30.866.500
6	1426 H/2005 M	45.046.000
7	1427 H/2006 M	67.276.500

8	1428 H/2007 M	90.976.750
9	1429 H/2008 M	128.479.200
10	1430 H/2009 M	166.999.400
11	1431 H/2010 M	182.032.600
12	1432 H/2011 M	253.072.300
13	1433 H/2012 M	332.142.300
14	1434 H/2013 M	382.940.000
15	1435 H/2014 M	386.849.700
16	1436 H/2015 M	419.214.500
17	1437 H/2016 M	466.602.040
18	1438 H/2017 M	588.923.811
19	1439 H/2018 M	578.131.625

Dari data tersebut terlihat bahwa perolehan zakat di LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Jumlah dana yang diperoleh juga dapat dikatakan cukup tinggi untuk tingkat kecamatan. Ini membuktikan bahwa LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman ini memiliki strategi yang baik dalam penghimpunan dana/*fundraising*.

Berbeda halnya dengan LAZISMU lain yang setara di tingkat Kantor Layanan namun perolehan zakatnya masih jauh di bawah perolehan zakat di LAZISMU kantor Layanan Gamping Sleman. Padahal kantor-kantor layanan tersebut terletak di Kabupaten Kota Yogyakarta yang seharusnya

memiliki peluang perolehan zakat lebih besar. Salah satu dari LAZISMU yang setingkat dengan Kantor Layanan untuk daerah kabupaten kota Yogyakarta tersebut adalah LAZISMU Kantor Layanan Umbulharjo. Kota Yogyakarta Adapun data tabel daftar perkembangan perolah zakat LAZISMU Kantor Layanan Umbulharjo Kota Yogyakarta.

Tabel 1.2 Daftar Perkembangan Perolehan Zakat LAZISMU Kantor Layanan Umbulharjo Kota Yogyakarta periode tahun 2014-2017 (LAZISMU Umbulharjo, 2017).

Periode	Tahun	Jumlah Perolehan
1	1435 H/2014 M	7.678.874
2	1436 H/2015 M	11.291.731
3	1437 H/2016 M	18.492.000
4	1438 H/2017 M	63.856.900

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa LAZISMU Kantor Layanan Umbulharjo Kota Yogyakarta juga mengalami peningkatan setiap tahunnya walaupun jumlahnya masih lebih sedikit bila dibandingkan LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman. Hal ini dapat disebabkan karena kantor-kantor layanan di daerah kota atau lebih tepat di Kota Yogyakarta masih baru berdiri bila dibandingkan dengan LAZISMU kantor layanan Gamping Sleman.

Untuk itu, dalam segi penghimpunan dana/*fundraising* LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman lebih baik karena sudah lebih

berpengalaman. Untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi *fundraising* LAZISMU Kantor Layanan Gamping Sleman serta LAZISMU Kantor Layanan Umbulharjo Kota Yogyakarta. Sehingga dapat diketahui perbedaan strategi yang mempengaruhi perolehan zakat dari masing-masing LAZISMU. Karena suatu lembaga amil zakat progresifitasnya sangat dipengaruhi oleh strategi kegiatan *fundraising* yang dilakukan, seperti cara-cara berzakat melalui lembaga amil zakat tersebut.

Sebagai gambaran bagaimana strategi *fundraising* lembaga amil zakat lain, di sini penulis memilih Dompet Dhuafa Jogja. Dompet Dhuafa meningkatkan citra lembaganya melalui program-program pendayagunaan, yaitu: program pendidikan, ekonomi, kesehatan, sosial dan kawasan terpadu. Dompet Dhuafa menggunakan metode *fundraising* langsung dan tidak langsung, cara promosi yang digunakan di antaranya dengan menggunakan media massa seperti membuat majalah, melalui media elektronik seperti iklan di TV, radio dan media sosial. Selain itu, mereka juga memasarkan produk dengan cara yang lebih spesifik melalui sebar brosur, membuka *counter*, *telemarketing*, *direct mail*, *direct marketing*, *direct channel*.

Dari uraian latar belakang permasalahan yang telah dibahas di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* YANG DILAKUKAN LAZISMU CABANG GAMPING SLEMAN DAN LAZISMU**

CABANG UMBULHARJO KOTA YOGYAKARTA UNTUK MENCAPAI TARGET PEROLEHAN ZAKAT”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *Fundraising* yang dilakukan LAZISMU Cabang Gamping Sleman dan LAZISMU Cabang Umbulharjo Kota Yogyakarta dalam mencapai target perolehan zakat?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat *Fundraising* yang dilakukan LAZISMU Cabang Gamping Sleman dan LAZISMU Cabang Umbulharjo Kota Yogyakarta dalam mencapai target perolehan zakat?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi *Fundraising* yang dilakukan LAZISMU Cabang Gamping Sleman dan LAZISMU Cabang Umbulharjo Kota Yogyakarta dalam mencapai target perolehan zakat.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat *Fundraising* yang dilakukan LAZISMU Cabang Gamping Sleman dan LAZISMU Cabang Umbulharjo Kota Yogyakarta dalam mencapai target perolehan zakat.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi manfaat bagi semua pihak, yaitu antara lain:

1. Secara teoritis
 - a. Memperkaya Khazanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya ekonomi Islam dan pada umumnya zakat.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan atau pun referensi untuk penelitian sejenis sebagai pengembangan ilmu ekonomi Islam.
2. Secara praktis
 - a. Pihak Masyarakat/institusi pendidikan
Memberikan masukan yang membangun untuk peningkatan pembelajaran tentang zakat.
 - b. Pihak LAZISMU
Memberikan masukan yang membangun tentang minat muzaki untuk membayar zakat di LAZISMU Cabang Gamping Sleman dan LAZISMU Cabang Umbulharjo Kota Yogyakarta.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan, penulis membuat kerangka penulisan dengan sistematis yang mana terdiri dari 5 bab dan tiap-tiap bab terdiri dari beberapa sub bab, yaitu meliputi sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan Pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, tinjauan pustaka dan kerangka teoritik yang relevan.

BAB II: METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan pembahasan tentang Metodologi Penelitian yang meliputi Desain Penelitian; Lokasi Penelitian; Sumber Data Penelitian serta Teknik Pengumpulan Data.

BAB III: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan penjelasan tentang profil objek penelitian, analisis data dan temuan lapangan.

BAB IV: PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi Kesimpulan dan Saran.

F. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan penulisan serta plagiasi, maka dalam penulisan skripsi ini penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian yang ada kaitannya dengan skripsi ini, di antara penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, Mutadho Ridwan melakukan penelitian pada tahun 2016 tentang “*Analisis Model Fundraising dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak*” dalam Jurnal Penelitian Vol. 10 No2. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa UPZ Desa Wonoketingal menggabungkan dua model *fundraising*, yaitu *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. *Indirect fundraising* digunakan untuk

menyosialisasikan program melalui pengumuman di pengajian, pertemuan warga ataupun pada saat solat Jum'at. *Direct fundraising* dilakukan pengurus UPZ dengan cara mendatangi rumah warga secara langsung. Sementara model distribusi dana ZIS yang diterapkan UPZ Desa Wonoketingal adalah model konsumtif tradisional dan model produktif kreatif.

Perbedaan penelitian milik Murtadho dengan penelitian milik penulis di antaranya adalah Murtadho melakukan penelitian seputar *fundraising* dan distribusi dana ZIS, sedangkan peneliti melakukan penelitian yang lebih berfokus pada *fundraising* zakat saja. Selain itu objek penelitian yang dikaji pun berbeda. Murtadho menjadikan UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak sebagai objek penelitiannya, sedangkan peneliti melakukan penelitian di LAZISMU Cabang Gamping Sleman dan LAZISMU Cabang Umbulharjo Kota Yogyakarta.

Kedua, Widi Nopiardo melakukan penelitian pada 2017 tentang “*Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar*” dalam Jurnal Imara Vol. 1 No 1. Hasilnya mengatakan bahwa langsung dan tidak langsung. Jika para muzaki telah menyatakan kesediaannya dalam membayar zakat melalui kampanye media dan *direct fundraising*, untuk memudahkan muzakki dalam membayarkan zakatnya maka ditempuh cara berikut: Pertama, pemotongan langsung melalui UPZ yang telah dibentuk untuk disetorkan ke rekening BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Kedua, melakukan “jemput bola”, yaitu petugas BAZNAS

Tanah Datar menjemput zakat langsung ke tempat muzaki. Ketiga, mempersilahkan muzakki menyalurkan zakatnya melalui rekening BAZNAS Kabupten Tanah Datar.

Perbedaan penelitian Widi dengan penelitian milik peneliti terletak pada objek penelitiannya dimana Widi melakukan penelitian dengan BAZNAS Tanah Datar sebagai objeknya sedangkan peneliti menjadikan LAZISMU Gamping dan LAZISMU Umbulharjo Kota Yogyakarta sebagai objeknya.

Ketiga, Erlin latifah, Yusuf Zaenal Abidin dan Ahmad Agus Sulthonie melakukan penelitian pada tahun 2017 tentang “*Manajemen Strategik Rumah Amal Salman Alam Meningkatkan Fundraising Zakat*” dalam Jurnal Manajemen Dakwah Vol. 2 No.1. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa pada tahapan formulasi strategi tentang perumusan visi, misi dan tujuan Rumah Amal Salman dengan melakukan analisis lingkungan sekitarnya terlebih dahulu untuk mempertahankan kekuatan dan mengambil peluang yang ada sehingga bisa meminimalisasi kelemahan dan ancaman yang terjadi pada lingkungan sekitar sehingga bias meningkatkan *fundraising* zakat. Sedangkan pada tahap implementasi strategi yaitu penerapan perencanaan strategis pada program kerja jangka pendek yaitu pada program Salman Day Out Picnis, jangka menengah yaitu program Kampung bangkit, dan jangka panjang yaitu program manajemen kinerja ekselen kriteria zakat.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Erlin, dkk dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu objek penelitiannya dimana memilih Rumah Amal Salman Alam sebagai objeknya. Sedangkan peneliti memilih LAZISMU Gamping dan LAZISMU Umbulharjo Kota Yogyakarta untuk dijadikan objek.

Keempat, Arman Marwing melakukan penelitian pada tahun 2015 tentang “*Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan Fundraising Zakat*” dalam Jurnal AN-NISBAH Vol. 02 No. 01. Hasilnya mengatakan bahwa betapa lemahnya *fundraising* yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat (LPZ) tanah air. Kelemahan utama LPZ dalam *fundraising* tidak hanya soal metode yang masih konservatif melainkan juga dari pendekatan yang diterapkan. Donator senantiasa diletakkan di luar sistem perancangan kebijakan *fundraising* sehingga berakibat pada menurunnya kuantitas donator maupun jumlah donasi sehingga berakibat pada tidak terealisasinya potensi zakat secara optimal. Pemahaman kompleksitas aspek psikologis bagi donator dapat dijadikan landasan dalam membangun kerangka strategi *fundraising* LPZ ke depan, sehingga akan berdampak pada penambahan donator dan jumlah donasi.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Arman dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah Arman menggunakan pendekatan psikologi sebagai faktor yang mempengaruhi peningkatan *fundraising* zakat, sedangkan peneliti mengkaji strategi dari *fundraising* zakat itu sendiri.

Kelima, Jauhar Faradis, M. Yazid Affandi dan Slamet Khilmi melakukan penelitian pada tahun 2015 tentang “*Manajemen Fundraising Wakaf Produktif: Perbandingan Wakaf Slangor (PWS) Malaysia dan Badan Wakaf Indonesia*” dalam Jurnal Ilmu Syari’ah dan Hukum Vol. 49 No.2. Hasilnya mengatakan bahwa strategi yang digunakan penghimpunan wakaf produktif yang dilakukan oleh BWI dan PWS ada dua metode “menunggu bola”, metode ini diawali dengan membuka rekening di Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang atas nama BWI. Sedangkan PWS mengawali dengan membuka *counter* PWS, membuka rekening di Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf atas nama PWS, Skim Infaq (potong gaji), stand, dan portal e-Mais, serta bekerjasama dengan lembaga pendidikan. Metode “jemput bola” artinya adanya interaksi langsung antara BWI dengan calon wakif dengan cara mendatangi langsung ke instansi-instansi baik negeri maupun swasta. Sedangkan PWS menggunakan tiga model yakni pertama, bulan wanita dan wakaf. Yang kedua, bulan wakaf Selangor. Dan ketiga, Bulan Masre Industri.

Perbedaan yang dilakukan Jauhar, dkk dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu mereka meneliti perbandingan *fundraising* wakaf pada PWS dan BWI, sedangkan peneliti melakukan penelitian yang berfokus pada strategi *fundraising* zakat pada LAZISMU Gamping dan LAZISMU Umbulharjo Kota Yogyakarta.

G. Kerangka Teoritik

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Secara etimologis, strategi berasal dari kata majemuk bahasa Yunani; *stratos* (artinya pasukan) dan *agein* (artinya memimpin), jadi strategi berarti hal memimpin pasukan. Sedangkan menurut istilah, strategi berarti hal-hal yang berkenaan dengan cara dan usaha menguasai dan mendayagunakan sumber daya suatu masyarakat, suatu bangsa, untuk mencapai tujuannya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu di perang dan damai atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, 2005:1092).

Strategi juga sangat terkait dalam menentukan bagaimana suatu organisasi menempatkan dirinya dengan mempertimbangkan keadaan sekeliling, terutama pada pesaingnya. Akan tetapi, pesaing bukanlah sesuatu halangan yang harus ditakuti atau bahkan dimusuhi. Justru sebaliknya, para kompetitor dirangkul sebagai mitra komplementer yang saling sinergis, di antaranya pesaing akan membuka, menciptakan, dan melebarkan pasar. Pesaing bisa kita jadikan sebagai sumber inspirasi dalam memperbaiki kinerja

manajemen perusahaan sehingga menjadikan perusahaan selalu lebih profesional. Pesaing dapat mendorong kita bekerja lebih kreatif dalam menghasilkan produk ataupun jasa dengan bekerja secara lebih efisien dan efektif (Abdullah Amin, S.E,2007: 7-8).

Strategi juga akan berfungsi untuk mengarahkan tingkah laku organisasi didalam lingkungannya, pemilihan strategi tertentu mencerminkan bagaimana rencana memadukan kekuatan, kelemahan organisasi dengan kesempatan hambatan yang terdapat dalam lingkungannya.

Jika disimpulkan dari pengertian-pengertian diatas bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumber daya dan lingkungan secara efektif yang terbaik, karena strategi merupakan kunci dari terlaksannya misi yang ada dalam suatu perusahaan atau lembaga untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

b. Tahapan Strategi

Strategi juga melalui berbagai tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahapan, yaitu (Fred R. David,2002: 30):

1) Perumusan Strategi

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan

ancaman eksternal, menetapkan kekuatan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektifitas, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi untuk dilaksanakan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

2) Implementasi Strategi

Setelah kita merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya 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.

3) Evaluasi Strategi

Tahap akhir dari strategi ini adalah evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi 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 macam kegiatan mendasar untuk mengevaluai strategi, yakni:

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan, begitu pula dengan

faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk pula bagi hasil yang akan dicapai.

- b) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individu dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan, kriteria yang meramalkan hasil lebih penting dari pada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.

Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ada yang ditinggalkan atau harus merumuskan strategi yang baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

2. Fundraising.

a. Pengertian Fundraising

Yang dimaksud dengan *Fund Raising* dalam kamus Inggris-Indonesia adalah pengumpulan uang (dana). Sedangkan dalam

Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan pengumpulan adalah proses, cara, perbuatan pengumpulan; perhimpunan; pengerahan (Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005:612). Sedangkan yang dimaksud dengan dana adalah uang yang disediakan untuk suatu keperluan; biaya; pemberian; hadiah; derma (Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005:234).

Dijelaskan pula, *fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi (April Purwanto, 2009: 12).

Fundraising juga bisa diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi sehingga mencapai tujuannya. *Fundraising* dalam pengertian ini memiliki ruang lingkup lebih luas dari pengertian sebelumnya, *fundraising* tidak hanya mengumpulkan dana semata, melainkan dalam bentuk barangpun bisa, yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan lembaga.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* adalah rencana sebuah proses mempengaruhi masyarakat agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk

penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Adanya strategi *fundraising* yaitu untuk menjalankan program baik jangka panjang maupun jangka pendek suatu lembaga agar lebih maksimal dalam memperoleh dana.

b. Dasar Hukum *Fundraising*

Dasar hukum berdirinya lembaga pengelola zakat di Indonesia merupakan dasar hukum *fundraising* juga, karena *fundraising* sangat berkaitan sekali dengan lembaga pengelola zakat. Lembaga pengelola zakat tanpa adanya dana tidak akan bisa menjalankan programnya. Dasar hukum ini dilihat dengan adanya Keputusan Menteri Agama No. 581 tahun 1999 tentang pelaksanaan UU No. 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 tahun 2000 tentang pedoman teknis pengelolaan zakat serta Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, dijelaskan dalam bab III pasal 24 berbunyi: “Badan Amil zakat wajib menyalurkan zakat yang telah dikumpulkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan hukum Islam/syariat Islam”.

c. Tujuan *Fundraising*

Tujuan dari *fundraising* adalah sebagai berikut (Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009: 70-74):

- 1) Menghimpun dana.
- 2) Memperbanyak atau mengimpun donatur
- 3) Meningkatkan atau membangun citra lembaga
- 4) Menghimpun simpatisan/relasi dan pendukung
- 5) Meningkatkan kepuasan donatur

d. Metode *Fundraising*

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, banyak metode dan teknik yang dapat dilakukan. Adapun yang dimaksud metode disini adalah suatu bentuk kegiatan yang khas yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect*) (Sutisna, 2006).

1) Metode *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

Yang dimaksud dengan metode ini adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika (langsung) dilakukan.

Dengan metode ini apabila dalam diri muzakki muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari fundraiser lembaga, maka segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini adalah *Direct Mail*, *Direct Advertising*, *Telefundraising* dan presentasi langsung.

2) Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*indirect fundraising*)

Metode ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzaki secara langsung. Yaitu, bentuk-bentuk *fundraising* tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *advertorial*, *image campaign* dan penyelenggaraan *Event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh, dll.

Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua metode *fundraising* ini. Karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri-sendiri. Metode *fundraising* langsung diperlukan

karena tanpa metode langsung, muzaki akan kesulitan untuk mendonasikan dananya.

Sedangkan jika semua bentuk *fundraising* dilakukan secara langsung, maka tampak akan menjadi kaku, terbatas daya tembus lingkungan calon muzaki dan berpotensi menciptakan kejenuhan. Kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus pandai mengkombinasikan kedua metode tersebut.

e. Perumusan Strategi *Fundraising*

Beberapa langkah perlu dilakukan menurut (April Purwanto, 2009) dalam persiapan rencana strategis mobilisasi dan penggalangan sumber-sumber dana/daya sebuah lembaga. Langkah-langkah tersebut adalah:

- 1) Rencana program jangka panjang atau rencana strategis
- 2) Anggaran jangka panjang untuk rencana strategis
- 3) Menetapkan skala prioritas program
- 4) Membangun scenario penggalangan sumber lembaga
- 5) Tinjauan *fundraising*
- 6) Strategi *fundraising*
- 7) Identifikasi sumber-sumber dana/daya
- 8) Membuat tim kerja dan renca kerja
- 9) Pemantauan hasil kerja
- 10) Evaluasi dan rencana ke depan

3. Indikator Perbandingan Dalam Strategi *Fundraising* Zakat

Karena peneliti akan membandingkan strategi *fundraising* antara dua lembaga yaitu LAZISMU Gamping dan LAZISMU Umbulharjo Kota Yogyakarta, untuk itu dibutuhkan indikator yang dapat dijadikan pembanding antara strategi dari lembaga yang satu dengan yang lain. Indikator-indikator tersebut adalah:

- a. Karakteristik *fundraiser*.
- b. Ruang lingkup atau cakupan dalam proses *fundraising*.
- c. Perumusan/perencanaan strategi *fundraising*.
- d. Metode *fundraising*.
- e. Manajemen *fundraising*.
- f. Faktor pendukung dalam proses *fundraising*.
- g. Faktor penghambat dalam proses *fundraising*.
- h. Dampak dari *fundraising*.
- i. Evaluasi strategi *fundraising*.

4. Zakat

a. Pengertian dan Dasar Hukum Zakat

Pengertian zakat menurut bahasa berasal dari bahasa Arab yaitu Al-zakat. Jika ditinjau dari segi bahasa, zakat memiliki makna suci, tumbuh, berkah dan terpuji. Menurut istilah, zakat adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada

yag berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula (Hafihuddin, 2004:7).

Menurut Imam Malik zakat adalah mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nisab kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Dengan catatan, kepemilikan itu penuh dan mencapai haul, bukan barang tambang dan bukan pertanian (Al-Zuhaily, 2008: 83).

Menurut Imam Hanafi, zakat adalah menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syariat karena Allah. Menurut imam Syafi'i, zakat adalah sebuah ungkapan untuk keluarnya harta atau tubuh sesuai dengan cara yang khusus. Sedangkan menurut Imam Hambali, zakat adalah hak yang wajib dikeluarkan dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula (Al-Zuhaily, 2008: 84).

Berdasarkan pendapat mengenai zakat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa zakat adalah sebagian dari harta yang kita miliki yang wajib kita keluarkan untuk orang yang berhak dengan syarat tertentu.

Zakat merupakan bagian dari rukun Islam yang ketiga, dan merupakan kewajiban bagi seluruh umat muslim. Adapun dasar hukum tentang zakat adalah:

1) QS. Al-Baqarah ayat 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: “dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku’lah bersama orang-orang yang ruku’.” (Al-quranul Karim).

2) QS. At-Taubah ayat 60:

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَىٰ فُؤُؤُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْعُرْمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ 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 yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana” (Al-quranul Karim).

3) QS. At-Taubah ayat 103:

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

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui” (Al-quranul Karim).

Selain dasar hukum yang bersumber dari Al-Qur'an, peraturan mengenai zakat juga terdapat dalam hukum positif diantaranya yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang secara garis besar berisi pedoman zakat mulai dari ketentuan umum, tujuan zakat, organisasi pengelolaan zakat, pengumpulan, pendistribusian dan pelaporan, pembinaan dan larangan terkait zakat.
- 2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- 3) Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 114 Tahun 2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi.

b. Muzaki.

Muzaki adalah seseorang yang berkewajiban mengeluarkan zakat (Umrotul, 2010:37). Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 1, muzaki adalah seorang muslim atau badan usaha yang berkewajiban menunaikan zakat. Menurut (Rahman dan Zainuddin, 2002:178-179) zakat hanyalah diwajibkan atas orang yang telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Islam

Seorang Islam yang telah memenuhi syarat wajib zakat kemudian ia murtad sebelum membayarkan zakatnya maka

menurut *fuqaha* Syafi'iyah, wajib baginya mengeluarkan zakat yang dimilikinya sebelum murtad.

2) Merdeka

Keharusan merdeka bagi wajib zakat menafikan kewajiban zakat terhadap hamba sahaya. Hal ini sebagai konsekuensi dari ketiadaan hak milik yang diberikan kepadanya.

3) Baligh dan berakal sehat

Ahli fiqh mazhab Hanafi menetapkan baligh dan berakal sebagai syarat wajib zakat. Menurut mereka, harta anak kecil dan orang gila tidak dikenakan wajib zakat karena keduanya tidak dituntut membayarkan zakat hartanya seperti halnya shalat dan puasa.

4) Memiliki harta atau kekayaan yang cukup *nisab*.

Orang tersebut memiliki sejumlah harta yang telah cukup jumlahnya.

5) Memiliki harta atau kekayaan yang sudah memenuhi *haul*.

Harta atau kekayaan yang dimiliki telah cukup waktu untuk mengeluarkan zakat yang biasanya kekayaan itu telah dimilikinya dalam waktu satu tahun.

6) Memiliki harta secara sempurna

Maksudnya adalah bahwa orang tersebut memiliki harta yang tidak ada di dalamnya hak orang lain yang wajib dibayarkan.

7) Muzakki adalah orang yang berkecukupan atau kaya.

Zakat itu wajib atas si kaya yaitu orang yang mempunyai kelebihan dari kebutuhan-kebutuhan yang vital bagi seseorang, seperti untuk makan, pakaian, dan tempat tinggal. Zakat tersebut dibagikan kepada fakir miskin atau orang yang berhak menerima zakat.

c. Macam-macam Zakat.

Terdapat dua macam zakat yaitu zakat fitrah dan zakat mal. Zakat fitrah yaitu zakat yang sebab diwajibkannya adalah futur (berbuka puasa) pada bulan Ramadhan. Disebut pula dengan sedekah fitrah. Zakat fitrah juga diartikan sebagai sejumlah harta yang wajib ditunaikan oleh setiap mukallaf (orang Islam, baligh, dan berakal) dan setiap orang yang nafkahnya ditanggung olehnya dengan syarat-syarat tertentu, dan kewajiban menunaikannya ketika bulan ramadhan berakhir dan sebelum dilaksanakan shalat idul fitri.

Zakat mal adalah zakat yang dikeluarkan dari harta atau kekayaan serta penghasilan yang dimiliki oleh seorang muslim yang telah mencapai *nishab* dan *haulnya*. Zakat *mal* (harta) berupa

emas, perak, binatang, tumbuh-tumbuhan (buah-buahan dan biji-bijian) dan barang perniagaan (Ash-Shddieqy, 2009:7-8).