

Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan

Lailanur Fadillah Nasution¹, Muhammad Syahbudi, SEI.MA²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: lailanurfadillah21@gmail.com¹, bode.aries@uinsu.ac.id²

Article History:

Received: 25 Oktober 2022

Revised: 27 Oktober 2022

Accepted: 31 Oktober 2022

Keywords: Strategi

Fundraising, Pengelolaan, ZIS.

Abstract: *Penghimpunan (fundraising) dana zakat merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, maupun organisasi yang akan disalurkan dan di dayagunakan untuk mustahik. Fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga/organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dan jalannya roda operasional agar lembaga/organisasi sosial tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan yang telah digariskan. Begitu penting peran fundraising itu sendiri dapat dikatakan sebagai faktor pendukung lembaga dalam membiayai program dan membiayai kegiatan operasional lembaga. Dalam kegiatan fundraising diperlukannya strategi yang tepat guna menyukseskan tujuan dari fundraising secara efektif. Ada beberapa strategi fundraising yang perlu diperhatikan antara lain: menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Strategi yang tepat sangat berpengaruh besar terhadap jalannya zakat di setiap lembaga. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan sumber data berasal dari hasil wawancara dan dokumen-dokumen yang ada kemudian dianalisis menggunakan SWOT lalu ditarik kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan, LAZ Nurul Hayat Medan berada pada posisi strategi agresif yaitu lembaga LAZ Nurul Hayat Medan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa strategi tersebut yaitu: 1) peningkatan kerjasama dengan DKM 2) memberikan beasiswa kepada mahasiswa prodi zakat 3) memperkenalkan produk ke target customer 4) menjangkau muzakki dari kalangan pengusaha.*

PENDAHULUAN

Di tengah problematika perekonomian, zakat muncul menjadi instrumen pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan umat di daerah. Zakat memiliki banyak keunggulan dibandingkan instrumen fiskal konvensional yang kini telah ada. Banyak pemikiran dan teori

yang dikemukakan oleh para ahli dalam rangka menanggulangi masalah kemiskinan. Namun tidak semua teori dapat dipraktekkan dan dapat menanggulangi kemiskinan. Diharapkan dengan pengelolaan zakat yang secara profesional dan pendayagunaan secara produktif mampu memberikan kontribusi bagi penanggulangan kemiskinan (Atik Abidah, 2016).

Zakat merupakan salah satu instrumen keuangan dalam perekonomian yang telah digunakan oleh pemerintahan Islam sejak zaman Nabi. Setelah lahirnya UU No.38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, dalam Undang-undang ini dimungkinkan untuk dikelola zakat tidak hanya oleh Badan Amil Zakat yang dikelola oleh pemerintah, tetapi zakat dapat dikelola oleh Lembaga swasta melalui Lembaga Amil Zakat. Muzakki dalam melakukan zakat merupakan langkah nyata untuk membangun sinergi sosial yang dapat dikembangkan dalam konteks kehidupan saat ini, misalnya orang kaya yang memiliki aset dapat menyalurkan zakatnya kepada Badan Amil Zakat atau Lembaga Amil Zakat untuk menjadi digunakan dengan sebaik mungkin.

UU No.38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat sudah direvisi dengan UU No. 23 tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. disahkannya UU Pengelolaan Zakat tersebut Indonesia telah memasuki tahap institusionalisasi pengelolaan zakat dalam wilayah formal kenegaraan, meskipun masih sangat terbatas. Lembaga-lembaga pengelola zakat mulai berkembang, termasuk pendirian lembaga zakat yang dikelola oleh pemerintah, yaitu BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat) yang dikelola masyarakat dengan manajemen yang lebih baik dan modern. disahkannya UU Pengelolaan Zakat tersebut Indonesia telah memasuki tahap institusionalisasi pengelolaan zakat dalam wilayah formal kenegaraan, meskipun masih sangat terbatas. Lembaga-lembaga pengelola zakat mulai berkembang, termasuk pendirian lembaga zakat yang dikelola oleh pemerintah, yaitu BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat) yang dikelola masyarakat dengan manajemen yang lebih baik dan modern (Trisno Wardy Putra, dkk, 2022).

Fundraising dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau pemerintah) yang mana dana tersebut akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik. Kegiatan fundraising merupakan kegiatan yang penting untuk diperhatikan. Dimana dengan fundraising yang baik, maka dana zakat yang terkumpul juga akan semakin optimal. Dalam kegiatan fundraising setidaknya memiliki lima tujuan pokok, yaitu menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga (brand image), dan memberikan kepuasan pada donator (Istiqomah, Ahmad Fauzi, 2021).

Penghimpunan dana zakat (fundraising) boleh dikatakan selalu menjadi tema besar dalam organisasi amil zakat. Sebenarnya pengaturan penghimpunan zakat begitu sederhana dan tidak memerlukan pengetahuan khusus. Pelaksanaan pemungutan zakat secara semestinya, secara ekonomi dapat menghapus tingkat perbedaan kekayaan yang mencolok, serta sebaliknya dapat menciptakan redistribusi yang merata.

Keberhasilan dalam pencapaian tujuan penghimpunan zakat tentu tidak serta merta dapat diwujudkan begitu saja oleh sebuah lembaga. Lembaga harus memiliki perencanaan yang cermat serta implementasi yang tepat, sehingga tujuan penghimpunan itu sendiri dapat tercapai dengan baik. kegiatan ini disebut dengan strategi penghimpunan zakat. Menurut Sani, strategi penghimpunan zakat merupakan ruh bagi lembaga zakat. Sebuah lembaga zakat tidak akan berhasil jika tidak memiliki strategi penghimpunan zakat yang mumpuni. Hal tersebut menunjukkan urgensi strategi dalam pelaksanaan penghimpunan zakat. Oleh karena itu, berbagai strategi harus disiapkan dengan lebih baik agar lembaga dapat mencapai tujuannya dengan efektif dan efisien (Hajar Almasuddini, 2019).

Lahirnya lembaga-lembaga amil zakat, seharusnya mampu menjadi sebuah harapan bagi para mustahiq, serta dapat terselesaikannya masalah kemiskinan dan pengangguran. Namun, harapan ini tidak akan tercapai apabila Lembaga Amil Zakat tidak memiliki orientasi dalam pemanfaatan dana zakat yang tersedia. Lembaga pengelolaan zakat dalam menghimpun dana ZIS dengan mengambil dana zakat baik secara langsung maupun tidak langsung dari masyarakat. Caracara yang dilakukan saat ini umumnya meliputi pembukaan countercounter penerimaan zakat, pemasangan iklan pada media massa, korespondensi, kunjungan dari rumah ke rumah dan kontak dengan komunitas tertentu, dan masih banyak yang lainnya.

Demikian halnya Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan yang dari tahun ke tahun semakin banyak, dengan harapan bahwa dana ZIS yang dikumpulkan semakin banyak. Maka dari itu peneliti tertarik dan melakukan penelitian, dengan judul “Analisis Strategi Fundraising Terhadap Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan”

LANDASAN TEORI

1) Zakat dan Manajemen Fundraising

Menurut istilah syara' zakat adalah kadar harta tertentu, diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan berbagai syarat sematamata mencari ridha Allah. Menurut etimologi yang dimaksudkan dengan zakat adalah sejumlah harta tertentu yang telah mencapai syarat tertentu yang diwajibkan Allah untuk dikeluarkan dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Dengan perkataan “yang wajib (dikeluarkan)” berarti zakat tidak mencakup hak yang sifatnya sunnah atau tathawwu' seperti Shadaqah tathawwu' (sedekah sunnah).

Secara sosial zakat berfungsi sebagai lembaga jaminan sosial, dengan adanya lembaga zakat maka kelompok lemah dan kekurangan tidak akan lagi merasa khawatir terhadap kelangsungan hidup yang mereka jalani. Hal ini terjadi karena dengan adanya substansi zakat merupakan mekanisme yang menjamin kelangsungan hidup masyarakat miskin, sehingga mereka merasa hidup di tengah masyarakat manusia yang beradab, memiliki nurani, kepedulian dan saling tolong menolong.

Amil zakat sebagai salah satu dari delapan asnaf merupakan alat legitimasi Allah Swt. yang diberi kewenangan dalam pengelolaan zakat. Meski demikian ternyata belum direspon dengan baik oleh umat Islam, demikian pula kalau dikaitkan dengan Q.S at-Taubah: 103 dalam ayat ini ada kata “khudz” yang berarti ambillah. Menurut Ibnu Arabi, khitab lafadz khudz itu adalah ditujukan kepada nabi Muhammad Saw. sehingga mafhum mufawadah-nya adalah tidak bisa zakat itu diambil oleh selain beliau, atas dasar inilah para pembangkang zakat tidak mau mengeluarkan zakat lagi pada masa Sayyidina Abu Bakar. Ada perbedaan pendapat apakah ayat di atas maksudnya zakat wajib atau sunnah, adanya perintah untuk mengambil yang dilakukan Rasulullah atau penggantinya (ulama/amil), secara implisit menekankan agar zakat itu dikelola oleh sebuah pengurus/lembaga yang mengurus zakat.

Mengupayakan inventarisasi mustahiq merupakan langkah lain yang perlu diperhatikan para amilin. Sebab, terdapat suatu kenyataan adanya fuqara yang tidak menampakkan kesulitannya atau meminta-minta karena sifat iffah menjaga dirinya. Sebagaimana digambarkan dalam ayat 273 surat Al-Baqarah: (Berinfaqlah) kepada orang-orang fakir yang terikat (oleh jihad) di jalan Allah. Mereka tidak dapat berusaha di muka bumi. Orang yang tidak tahu menyangka mereka orang kaya karena memelihara diri dari minta-minta. Kamu kenal mereka dengan melihat sifat-sifatnya, mereka tidak meminta kepada orang secara mendesak. ”Dan harta apa saja yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah) maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahui.”

Inventarisasi mustahiqin perlu dilakukan sedini mungkin. Bahkan, jika mungkin peta mustahiqin itu sudah dimiliki sejak lama sebelumnya. Hal ini jelas membantu keefektifan pembagian zakat. Efektivitas pembagian zakat dengan demikian sangat ditentukan oleh kemampuan amilin. Tentu tidak diharapkan zakat hanya sebagai suatu rutinitas tanpa disertai perubahan-perubahan dalam tubuh masyarakat. Evaluasi pelaksanaan zakat perlu dilakukan tahun demi tahun, sehingga pelaksanaan tahun ini bisa lebih baik dari pelaksanaan tahun lalu. Kalau terjadi penurunan, maka amilin tidak berfikir maju dan zakat akan sulit menjadi sebuah pemecahan bagi masalah-masalah ekonomi dalam masyarakat Islam.

Pengumpulan dana zakat dengan cara menerima atau mengambil dari muzzaki atas dasar pemberitahuan dari muzzaki. Amil zakat dapat bekerja sama dengan bank tertentu bila harta muzzaki berada di bank atas permintaan muzzaki. Dasar hukum yang berkaitan dengan fundraising tertera dalam UU RI antara lain UU RI no 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, dijelaskan dalam bab III pasal 24 berbunyi : “Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat wajib menyalurkan zakat yang telah dikumpulkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan hukum Islam/syariat Islam”.

Fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga/organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dan jalannya roda operasional agar lembaga/organisasi sosial tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan yang telah digariskan. Begitu penting peran fundraising itu sendiri dapat dikatakan sebagai faktor pendukung lembaga dalam membiayai program dan membiayai kegiatan operasional lembaga.

Fundraising berhubungan dengan kemampuan perorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran dan kepedulian mereka. Dalam hal ini lembaga perlu membangun etika fundraising dengan mengacu pada misi lembaga. Fundraising tidak identik dengan uang semata, ruang lingkupnya begitu luas dan mendalam, karena pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi sebuah lembaga. Dana ZIS dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka mengentaskan kemiskinan dan mempersempit jurang pemisah antara si kaya dengan si miskin.

Adapun dalam konteks lebih rinci, aktifitas fundraising, yaitu penggalangan dana/daya akan dilakukan dengan telaah manajemen pemasaran (marketing), motivasi dan relasi. Dalam konteks ini pengalangan dana/daya tidak hanya bersifat pemberian semata yang sangat dipengaruhi oleh pertimbangan calon donator.

Adapun tujuan fundraising bagi sebuah organisasi zakat:

- a) Tujuan pokok dari gerakan fundraising adalah pengumpulan dana.
- b) Fundraising juga bertujuan untuk menambah jumlah muzakki dan donatur. OPZ yang baik adalah OPZ yang memiliki data pertambahan muzakki dan donatur tiap hari.
- c) Membentuk dan meningkatkan citra lembaga, secara langsung atau tidak akan mempengaruhi citra baik atau buruk pada sebuah OPZ.
- d) Gerakan fundraising juga mempunyai tujuan memuaskan donatur dan muzakki, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang, yaitu menjaga loyalitas muzakki dan donatur, agar tetap memberikan bantuan pada OPZ.
- e) Menggalang simpatisan atau pendukung. OPZ tentunya akan membutuhkan kepanjangan tangan dari organisasinya untuk menyampaikan apa yang menjadi tujuan dan gerakan mereka, di sinilah peran simpatisan atau pendukung yang akan membantu OPZ dalam menyampaikan tentang OPZ pada masyarakat secara luas. Untuk mendapatkan simpatisan atau pendukung tentunya tidak mudah, dibutuhkan citra lembaga yang baik dan bersih, sehingga pendukung rela untuk bergabung dan membantu keberlangsungan OPZ.

2) Prinsip-prinsip Fundraising

Fundraising menjadi kebutuhan umum karena dipandang sangat penting untuk keberpihakannya kepada masyarakat miskin. Adapun prinsip-prinsip fundraising adalah:

- a) Prinsip fundraising harus meminta. Sebuah penelitian yang diadakan oleh sebuah organisasi amal besar menanyakan kepada orang-orang yang tidak memberi sumbangan. Donatur biasanya memberikan sumbangan ketika mereka diminta, walaupun mereka tanpa mengharapkan imbalan.
- b) Prinsip Fundraising berarti berhubungan dengan orang lain, artinya semakin banyak berhubungan, berkenalan ataupun mempunyai jaringan dengan banyak pihak, maka kemungkinan banyak orang yang memberikan sumbangan pada lembaga menjadi semakin besar.
- c) Prinsip fundraising berarti menjual. Penggalangan dana/daya adalah sebuah proses yang terdiri atas dua tahap. Tahap pertama, menunjukkan kepada calon donatur bahwa ada kebutuhan penting yang dapat lembaga tawarkan melalui kegiatan lembaga. Kedua, bahwa sebuah lembaga siap melakukan sesuatu yang berarti untuk mengabdikan pada masyarakat dan dapat menunjukkan kepada mereka bahwa dukungan dari mereka akan dapat membuahkan hasil yang lebih baik.
- d) Prinsip Kepercayaan dan hubungan masyarakat. Biasanya donatur lebih suka memberikan sumbangan kepada organisasi dalam suatu kegiatan yang mereka kenal. Ini berarti reputasi organisasi dan hubungan masyarakat yang baik menjadi penting, seperti: membeberkan hasil-hasil yang dicapai dalam brosur yang dikirimkan kepada masyarakat.
- e) Prinsip fundraising adalah mengucapkan terima kasih. Mengucapkan terima kasih sangatlah penting, sebagai sebuah penghargaan dan pengakuan kedermawanan donatur. Juga merupakan sebuah tindakan untuk kepentingan sendiri dalam arti yang baik, yaitu donatur menjadi merasa lebih dihargai dari lembaga dan barangkali akan mau memberikan sumbangan lagi secara kontinu.

3) Unsur-Unsur Fundraising.

Adapun unsur-unsur fundraising, sebagaimana dijelaskan Purwanto yaitu berupa:

- a) Analisis kebutuhan, yaitu berisi tentang kesesuaian dengan syari'ah, laporan dan pertanggung jawaban, manfaat bagi kesejahteraan umat, pelayanan yang berkualitas, silaturahmi dan komunikasi. Donatur atau muzakki yang memahami Islam dengan baik, akan menanyakan bagaimana pelaksanaan pengelolaan ZIS yang dikelola sebuah lembaga.
 - b) Segmentasi donatur/muzakki adalah sebuah metode tentang bagaimana melihat donatur dan muzakki secara kreatif, baik perorangan, organisasi dan lembaga berbadan hukum. Artinya perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di masyarakat.
 - c) Identitas profil donatur dan muzakki, hal ini difungsikan untuk mengetahui lebih awal identitas calon donatur/muzakki itu sendiri. Profil donatur/muzakki perseorangan dapat berbentuk biodata atau CV, sedangkan untuk calon donatur/muzakki organisasi atau lembaga hukum dalam bentuk company profil lembaga.
 - d) Produk. Dalam pengelolaan zakat produk tidak bisa hanya didefinisikan sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai, yang diterima seseorang dalam sebuah transaksi, tetapi lebih tepat apabila produk diartikan sebagai kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri yang berwujud dan tidak berwujud.
-

4) Strategi Fundraising

Beberapa langkah perlu dilakukan untuk 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) Tujuan fundraising,
- (6) Strategi fundraising
- (7) Identifikasi sumber-sumber dana/daya
- (8) Membuat tim kerja dan rencana kerja
- (9) Pemantauan hasil kerja, dan Evaluasi dan rencana ke depan.

5) Managemen Fundraising dalam Pengelolaan Zakat.

Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang “Pengelolaan zakat pada bab I Ketentuan Umum pasal 1 menentukan bahwa: “Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat.” Seirama dengan hal tersebut di dalam buku Masailul Fiqhiyah dinyatakan bahwa “pengelolaan zakat itu hendaknya dengan manajemen yang modern, meliputi proses perencanaan (planning), pengorganisasian (Organizing), pelaksanaan (executing) dan pengawasan (controlling) yang baik.

a. Perencanaan

Di dalam perencanaan ditentukan sesuatu yang ingin dilakukan, yaitu dengan usaha memilih berbagai alternatif, strategi, kebijaksanaan serta taktik yang ingin dilaksanakan, prosedur dan program. Perencanaan yang dibuat haruslah bersifat: Menyumbangkan pada pencapaian tujuan organisasi, merupakan dasar tolak fungsi manajemen yang lain yaitu organisasi pengarah, koordinasi, dan pengawasan, merupakan fungsi dari setiap orang yang berada dalam organisasi, baik horizontal maupun vertikal, efisien, artinya jika dilaksanakan, rencana tersebut dapat mencapai tujuan dengan biaya sekecil-kecilnya. Di dalam perencanaan biasanya meliputi; upaya penetapan apa saja yang harus dilaksanakan, kapan dan bagaimana melaksanakannya. Upaya pembatasan sasaran dan bagaimana mencapainya seefektif mungkin, dan upaya mengakses informasi penting, mencari alternative yang perlu dan menginformasikan rencana yang telah disetujui.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah proses menciptakan hubungan-hubungan antara fungsi, personalia dan faktor fisik, agar kegiatan yang harus dilaksanakan disatukan, dan diarahkan pada pencapaian tujuan bersama. Setiap organisasi mempunyai fungsi personalia, sarana dan prasarana fisik yang harus dijalin sedemikian rupa untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pengorganisasian ini meliputi; penyiapan fasilitas dan sumber daya manusia demi penyelesaian kerja yang efektif, mengatur berbagai komponen secara cermat dan pembagian tugas dengan sistem organisasi, memantapkan sistem dan mekanisme kerja secara prosedural dan bila perlu dilaksanakan pelatihan.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan suatu usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu agar semua dapat dilakukan, serta bekerjanya rencana yang disiapkan. Agar sesuatu berhasil maka perlu dikeluarkan perintah secara baik. Dalam pelaksanaan harus ada bimbingan dan pengarahan yang

sifatnya sederhana, mudah difahami, dan hendaklah bersifat konsulatif. Pada saat mengadakan pengarahan hendaknya diberikan materi jadwal anggaran secara detail, memelopori munculnya kepemimpinan yang berani mengambil keputusan dengan tepat, cepat, dan cermat serta memberi perintah apa yang diperlukan dalam rangka pencapaian tujuan.

d. Pengawasan

Pengawasan pada hakikatnya merupakan usaha memberikan petunjuk kepada pelaksana agar mereka selalu benar dalam bertindak dan tidak menyimpang dari rencana yang telah ditentukan. Pengawasan ini diperlukan jika terdapat perubahan yang terjadi di luar atau di dalam organisasi. Sehingga apapun yang terjadi dalam organisasi dan kesalahan ataupun penyimpangan yang sering terjadi harus terdapat pengawasan didalamnya.

6) Urgensi Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat.

Kenapa Fundraising, alasan pertama adalah untuk survive. Dana yang diperoleh organisasi akan digunakan untuk keberlangsungan dari organisasi itu sendiri. Seperti untuk biaya operasional, program, gaji karyawan maupun Amil, dan lain sebagainya. Kedua, dengan penggalangan dana, Organisasi dapat mengurangi ketergantungannya kepada pihak tertentu. Banyak organisasi pelayanan kemanusiaan yang bergantung pada satu atau dua donatur saja. Hal ini menjadikan lembaga tersebut bergantung pada donatur tersebut. Dapat dibayangkan kalau donatur tersebut bangkrut atau tak mau lagi membantu organisasi? Oleh karena itu upaya fundraising diperlukan untuk membuka jaringan donatur seluasluasnya. Yang ketiga adalah untuk Perluasan dan Pengembangan Organisasi. Tentunya untuk menghadapi masa depan yang lebih cerah organisasi harus berkembang dan memperluas kegiatan pelayanan, dan untuk melakukan ini, Organisasi membutuhkan bantuan dari banyak donatur. Yang keempat, dengan fundraising, organisasi dapat mengembangkan constituency. Jadi, organisasi tidak hanya mendapatkan bantuan dana, tapi juga dukungan secara moral legal dan lain-lain. Yang tentunya ini akan berimbas pada eksistensi relawan pada organisasi tersebut. Dan yang kelima, dengan fundraising, organisasi menciptakan sustainability. Penggalangan dana bukan saja ditujukan untuk hari esok, atau setahun ke depan. tapi dengan sistem yang baik dan perencanaan yang tepat, organisasi dapat melangsungkan keberlangsungan hidupnya sampai masa depan.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu metode yang menggunakan data dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh melalui teknik observasi, analisis, wawancara, dan dokumentasi dalam meneliti dan tidak menekankan kepada angka-angka atau statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapatkan berdasarkan data yang diperoleh melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi di LAZ Nurul Hayat cabang Medan, maka dapat di paparkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai berikut.

Proses pengumpulan zakat dalam konteks masa kini sudah banyak mengikuti konsep fundraising. Sumber utama fundraising dalam zakat adalah muzakki, mengingat proses fundraising zakat merupakan hal yang sangat mendasar bagi upaya pengelolaan zakat, pihak-pihak yang terkait dan telah diberi wewenang dalam pengelolaan zakat harus mampu meyakinkan masyarakat muslim mengenai pentingnya zakat. Karenanya lembaga zakat harus mencanangkan konteks fundraisingnya dengan strategi yang tepat.

Proses awal fundraising akan lebih mudah dilakukan apabila lembaga zakat memahami bahwa tujuan fundraising adalah menghimpun dana zakat, memperbanyak muzakki, meningkatkan citra lembaga, menghimpun simpatisan/relasi pendukung, meningkatkan kepuasan

muzakki. Dari sekian tujuan fundraising tersebut, mencapai kepuasan muzakki merupakan tujuan pada tingkatan tertinggi, karena kepuasan muzakki bukan hanya memperdalam kepercayaan publik kepada lembaga pengelola zakat, tetapi juga merupakan asset yang harus dipertahankan dalam jangka panjang.

Metode atau strategi fundraising di bagi menjadi 2 yaitu: Direct Fundraising (secara langsung) dan Indirect Fundraising (secara tidak langsung). Fundraising secara langsung adalah tehnik-tehnik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung, yaitu bentukbentuk fundraising, di mana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika atau langsung. Sedangkan fundraising tidak langsung adalah tehnik-tehnik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung, yaitu bentukbentuk fundraising tanpa memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika, seperti contoh melalui kontak, email, maupun social media.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjadi fundraiser yang baik. Pertama (a) memahami visi dan misi institusi secara jelas. Pemahaman tersebut berguna untuk mengingatkan pada tiap fundraiser alasan mereka berada pada posisi tersebut. Tidak hanya itu, penjelasan mengenai visi dan misi institusi pada calon donor atau muzakki juga akan membangun rasa percaya. Dan mereka akan yakin bahwa donasi yang diberikan jatuh pada institusi yang tepat. Di Nurul Hayat Cabang Medan ini sudah dilakukan yaitu dengan memperkenalkan profil kita dahulu dan visi dan misi kita melakukannya.

Kedua (b) fundraiser harus menargetkan donor yang tepat dan potensial sesuai dengan guideline lembaga. Fundraiser juga dapat memanfaatkan database directory untuk melihat daftar perusahaan yang tepat. Setelah itu, sangat penting untuk mencari tahu semua hal mengenai perusahaan tersebut seperti kontak, background, dan hal lainnya untuk memudahkan pekerjaan. Di Nurul Hayat Cabang Medan ini adalah hal yang pertama dilakukan sebelum menghubungi calon donatur karena dengan menargetkan calon donatur kita lebih mudah mendapatkan para donatur yang tetap.

(c) pengorganisasian. Fundraiser harus membuat target yang tepat saat melakukan fundraising. Maka, dibutuhkan rencana dan pengaturan yang matang agar target sesuai yang diinginkan. Jika timeline dan deadline target sudah dirancang, perlu juga menyusun anggaran dana untuk menjalankan rencana yang semula dibuat. Hal yang perlu diperhatikan adalah berapa anggaran dana awal untuk memulai fundraising dan berapa banyak uang yang akan didapat dari donatur atau muzakki. Di nurul hayat Cabang Medan pengorganisasian sudah dilakukan, mereka sudah menentukan waktu yang tepat untuk menghubungi donatur atau calon donatur dan para karyawan juga sudah menentukan target pencapaian anggaran dana untuk sebuah program.

(d) Hal yang perlu diperhatikan saat pertemuan pertama dengan calon donatur. Fundraiser tidak mungkin langsung menceritakan semua hal saat pertama kali bertemu dengan calon donatur. Ada baiknya jika kita lebih dulu menceritakan mengenai lembaga atau organisasi yang kita representasikan. Di Nurul Hayat Cabang Medan ini sudah dilaksanakan yaitu dengan menceritakan apa itu Nurul Hayat, apa saja keuntungan sebagai donatur tetap Nurul Hayat dan apa saja program di yang dilakukan.

(e) fundraiser harus bisa melihat kebutuhan perusahaan calon donator atau muzakki. Sehingga perusahaan tersebut bisa mendapatkan solusi dari masalah yang dialaminya. Kesalahan yang biasanya terjadi yaitu sales atau fundraiser justru datang dengan cara seperti meminta pada calon donatur. Di Nurul Hayat Cabang Medan hal ini juga sudah dilakukan, para karyawan sudah menyalurkan dana zis dengan tepat sesuai kebutuhan yang diperlukan muzakki, contohnya salah satu program sosial kemanusiaan memberikan santunan kepada janda dhuafa.

Dari penjelasan di atas, dapat kita simpulkan bahwa, semuanya sudah menunjukkan langkah yang strategis dalam tehnik fundraisingnya. Hal ini bisa dilihat bahwa LAZ sudah memiliki visi misi, program-program yang bagus, yang ditawarkan pada muzakki.

Tabel 1. Analisis SWOT Penghimpunan Zakat Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat

MATRIKS SWOT	Strengths (S) 1. Retensi muzakki bertambah 2. Memiliki legalitas 3. Tingkat kepuasan muzakki tinggi	Weaknesses (W) 1. Konter terbatas 2. Belum maksimal kerjasama dengan instansi dan lembaga pemerintah 3. Sarana dan prasarana belum memadai
Opportunities (O) 1. Bekerjasama dengan organisasi keagamaan 2. Perkembangan ICT 3. Pembayaran belum terkoordinir	Strategy (SO) 1. Peningkatan kerjasama dengan DKM 2. Memberikan beasiswa kepada mahasiswa 3. Memperkenalkan produk ke target customer 4. Menjaring muzakki dari kalangan pengusaha	Strategy (WO) 1. Peningkatan konter zakat di lokasi strategis 2. Menyampaikan sosialisasi secara rutin lewat berbagai acara dan forum.
Threats (T) 1. Kepercayaan masyarakat masih rendah 2. Muzakki belum memahami ICT	Strategy (ST) 1. Mendorong pemerintah untuk mendukung optimalisasi penghimpunan zakat 2. Mengembangkan sistem ICT untuk optimalisasi penghimpunan dan pelaporan zakat	Strategy (WT) 1. Pendampingan muzakki dalam sistem ICT pengelolaan zakat 2. Sinergi dengan BAZ Provinsi dan Kabupaten/Kota

Strengths (S)

1. Retensi muzakki bertambah
2. Memiliki legalitas
3. Tingkat kepuasan muzakki tinggi

Weaknesses (W)

1. Konter terbatas
2. Belum maksimal kerjasama dengan instansi dan lembaga pemerintah
3. Sarana dan prasarana belum memadai

Opportunities (O)

1. Bekerjasama dengan organisasi keagamaan
2. Perkembangan ICT
3. Pembayaran belum terkoordinir

Strategy (SO)

1. Peningkatan kerjasama dengan DKM
2. Memberikan beasiswa kepada mahasiswa
3. Memperkenalkan produk ke target customer

4. Menjaring muzakki dari kalangan pengusaha

Strategy (WO)

1. Peningkatan konter zakat di lokasi strategis
2. Menyampaikan sosialisasi secara rutin lewat berbagai acara dan forum.

Threats (T)

1. Kepercayaan masyarakat masih rendah
2. Muzakki belum memahami ICT

Strategy (ST)

1. Mendorong pemerintah untuk mendukung optimalisasi penghimpunan zakat
2. Mengembangkan sistem ICT untuk optimalisasi penghimpunan dan pelaporan zakat

Strategy (WT)

1. Pendampingan muzakki dalam sistem ICT pengelolaan zakat
2. Sinergi dengan BAZ Provinsi dan Kabupaten/Kota

Keberhasilan lembaga pengelola zakat dalam hal fundraising atau penggalangan dana/daya, sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat pada lembaga yang bersangkutan. Jika tingkat kepercayaan masyarakat tinggi terhadap organisasi pengelola zakat tersebut, maka secara otomatis dana yang terkumpul juga akan banyak, jika ini terjadi tentunya juga akan berpengaruh pada berjalannya program-program yang telah mereka canangkan.

Pelunya kreatifitas dan inovasi pemikiran para amil zakat, merupakan langkah penting yang mesti dilakukan dalam rangka intensifikasi dan ekstensifikasi program kegiatan penyaluran zakat, menuju kepada pemanfaatan yang lebih memiliki daya guna bagi para mustahik. Sebagaimana pendapat Qodri Azizi yang mengatakan: Tidak ada salahnya pendayagunaan harta zakat yang terkumpul, kita libatkan para ahli fiqih dalam menentukan pendistribusiannya, dengan melaksanakan redivinisi kembali terhadap istilah-istilah yang ada dalam asnaf penerima zakat, untuk disesuaikan dengan kondisi perubahan zaman. Serta penggunaannya tidak lagi hanya digunakan untuk hal-hal yang bersifat konsumtif saja, namun ada sebagian yang dikelola untuk hal-hal yang bersifat produktif, disertai dengan adanya perencanaan serta penggunaan fungsi-fungsi manajemen yang lainnya

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang sesuai dengan judul yang penulis ajukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa : Strategi fundraising LAZ Nurul Hayat dilakukan secara online dan offline dan keduanya berjalan dengan baik. Dapat dikatakan baik karena fundraising dilakukan setiap bulannya dan selalu mengalami penambahan donatur. Strategi penghimpunan yang bisa dilakukan yaitu :

1. Peningkatan kerjasama dengan DKM
2. Memberikan beasiswa kepada mahasiswa
3. Memperkenalkan produk ke target customer
4. Menjaring muzakki dari kalangan pengusaha

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih saya sampaikan kepada orang tua saya yang senantiasa mendukung dan

mendoakan saya dalam rangka menyelesaikan segala tugas-tugas saya, terimakasih juga kepada saudara-saudara kandung saya yang selalu memberikan semangat dan men-support saya, terimakasih pula kepada sahabat-sahabat seperjuangan saya, dosen-dosen yang mengajar dan membimbing saya, serta terimakasih juga kepada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat.

DAFTAR REFERENSI

- Putri Masdawani Anisa. (2020). *Strategi Fundraising Di Laz (Lembaga Amil Zakat) Swadaya Ummah Pekanbaru*. Skripsi. Pekanbaru : Uin Suska Riau.
- Johari Kurnia Alan Lalu. (2020). “*Analisis Fundraising Dengan Teknik Kemitraan Dalam Meningkatkan Penerimaan Zakat, Infaq, Sedekah (Studi Kasus Pada Laz Dasi NTB)*”. Skripsi. Mataram : UIN Mataram.
- Ningsih Pujiati Wiwit. (2019). “*Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zis Oleh Lazisnu Limpung*”. Skripsi. Pekalongan : IAIN Pekalongan.
- Shafira Anastasia. (2021) . *Analisis Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Zis Dalam Masa Pandemi Covid-19 Pada Yayasan Lagzis Peduli Surabaya*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Jannah Miftahul Amalia. (2021). *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhiid Jambi*. Skripsi. Jambi : UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
- Istiqomah, Fauzi Ahmad. (2021). *Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri*. Jurnal At-Tamwil. Vol. 3 No. Hal 99-122.
- Nugroho Teguh Arif, Ahmad Nur Ali, Wijoyo Wirjo. (2021). *Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang*. Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa. Vol. 06 No. 01. Hal 77-84.
- Abidah Atik. (2016). *Analisis Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo*. Jurnal Kodifikasia. Vol. 10 No. 1. Hal 165-187
- Istiqomah, Fauzi Ahmad. (2021). *Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri*. Jurnal At-Tamwil. Vol. 3 No. 1. Hal 99-123
-