

**ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL
ZAKAT INFAQ SHADAQAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU)
AJIBARANG KABUPATEN BANYUMAS DALAM
MENDAPATKAN MUZAKKI**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy)**

**Oleh :
SABAR WALUYO
NIM : 102325018**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2016**

**Analisis Strategi Fundrasing Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah
(LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan
Muzakki**

**Sabar Waluyo
NIM: 102325018
Abstrak**

Salah satu agenda sosial yang sejatinya diperjuangkan oleh Islam adalah terwujudnya keseimbangan ekonomi masyarakat. Dalam hal ini zakat dianggap mampu untuk menciptakan suatu tatanan sosial yang penuh kedamaian, keadilan, dan keharmonisan di antara keragaman yang ada jika optimalkan dengan maksimal. Dalam hal demikian, Lazismu Ajibarang berdiri sebagai institusi pengelola zakat ditingkat kecamatan dengan manajemen modern yang diharapkan dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesaian masalah (*problem solver*) atas kondisi kemasyarakatan yang terus berkembang.

Fokus penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi *fundrasing* lembaga amil zakat infaq shadaqah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas dalam mendapatkan Muzaki. Selain itu juga apa saja faktor pendukung dan penghambat Lazismu Ajibarang.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan. Dalam pengumpulan data, penulis memperoleh data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dalam analisis data menggunakan teori Miles dan Huberman, yaitu mulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *fundrasing* Lazismu Ajibarang dalam mendapatkan muzaki secara garis besar dikelompokkan menjadi dua bagian: yakni strategi *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Strategi *fundraising* seperti: *direct mail*, presentasi langsung, bayar langsung, jemput zakat ke pihak donatur, kotak infak atau amal, *counter* atau gerai, pemotongan gaji karyawan, dan kerja sama pemanfaatan atau penyaluran dana zakat. Sementara itu, strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) seperti: membuat brosur atau poster, membuat buku, jurnal atau majalah, membuat aksesoris, mengadakan event, dan sponshorship. Selain itu, faktor pendukungnya adalah Lazismu Ajibarang mempunyai jejaring yang jelas, mempunyai payung hukum yang jelas, dan mempunyai segmentasi donatur. Faktor penghambatnya adalah banyak pengurus yang belum mempunyai kesadaran, minimnya respon pimpinan, minimnya kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki.

Kata kunci: strategi *fundrasing*, LAZISMU Ajibarang, muzakki

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	8
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka	11
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II ZAKAT DAN STRATEGI <i>FUNDRAISING</i>	14
A. Konsep Zakat	14
1. Pengertian Zakat	14
2. Landasan Hukum Zakat	16
3. Syarat Wajib Zakat	18
4. Sasaran Zakat	19
5. Tujuan dan Hikmah Zakat	22
B. Konsep <i>Fundraising</i>	25
1. Pengertian <i>Fundraising</i>	25
2. Tujuan <i>Fundraising</i>	27
3. Dasar <i>Fundraising</i>	29

	4. Ruang Lingkup <i>Fundraising</i>	31
	C. Strategi Penghimpunan Dana Zakat	32
	1. Pengertian Strategi	32
	2. Tahapan Strategi	35
	3. Konsep Strategi <i>Fundraising</i>	36
BAB III	METODE PENELITIAN	41
	A. Jenis Penelitian	41
	B. Lokasi Penelitian	42
	C. Waktu Penelitian	42
	D. Lokasi Penelitian	42
	E. Subyek Penelitian	43
	F. Sumber Data	43
	G. Metode Pengumpulan Data	44
	H. Metode Analisis Data	46
BAB IV	PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	49
	A. Gambaran Umum Lazismu Ajibarang	49
	1. Sejarah Lazismu Ajibarang	49
	2. Visi dan Misi	50
	3. Program Kerja Lazismu Ajibarang	51
	4. Kebijakan Strategis.....	53
	5. Realisasi Program Lazismu Ajibarang	60
	B. Strategi <i>Fundraising</i> Lazismu Ajibarang	62
	C. Faktor Pendukung dan Penghambat	78
BAB V	PENUTUP	80
	A. Kesimpulan	80
	B. Saran	82
	C. Penutup	83

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemiskinan masih menjadi masalah klasik negeri ini yang belum bisa terselesaikan. Masih banyak masyarakat Indonesia yang hidup di bawah garis kemiskinan, baik yang hidup di pedesaan maupun perkotaan. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan, namun angka kemiskinan tidak turun secara signifikan. Jumlah penduduk miskin pada tahun 2015 diprediksi mencapai 30,25 juta orang atau sekitar 12,25 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Jika berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk miskin pada tahun 2014, presentase penduduk miskin di Indonesia mencapai 11,25 persen atau 28,28 juta jiwa, maka pada 2015 ada tambahan penduduk miskin sekitar 1,9 juta jiwa.¹

Masalah kemiskinan dan kesenjangan sosial memang menjadi masalah sosial yang akut negeri ini. Dari zaman kerajaan, penjajahan, sampai zaman kemerdekaan seperti sekarang ini, masih banyak masyarakat Indonesia yang terjerat kemiskinan. Hidup layak dan sejahtera masih menjadi impian dan harapan yang masih belum terwujud. Dengan demikian, tentunya dibutuhkan formulasi yang tepat dan akurat untuk meminimalisir angka kemiskinan. Dalam hal demikian, salah satu agenda sosial yang sejatinya diperjuangkan oleh Islam adalah terwujudnya keseimbangan ekonomi masyarakat. Zakat merupakan salah satu instrumen untuk mewujudkannya. Dalam hal ini, zakat

¹ *Republika.com*, Tantangan Kemiskinan pada 2015, diakses 30 Oktober 2015, pukul. 10.00.

menghendaki pemerataan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, sehingga kekayaan tidak hanya terpusat dan berputar pada kelompok masyarakat tertentu saja.² Dalam rangka menciptakan Islam yang *rahmatan lil 'alamin* dan dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat, maka zakat mampu untuk menciptakan suatu tatanan sosial yang penuh kedamaian, keadilan, dan keharmonisan di antara keragaman yang ada.

Kewajiban zakat dalam Islam mempunyai makna yang sangat fundamental. Selain berkaitan erat dengan aspek-aspek ketuhanan, juga sangat dekat kaitannya dengan aspek ekonomi dan sosial. Nuruddin menjelaskan, diantara aspek-aspek ketuhanan (transendental) adalah banyaknya ayat-ayat al-Qur'an yang menyebut masalah zakat, termasuk diantaranya 28 ayat yang menyangginkan kewajiban zakat dengan kewajiban shalat secara bersama. Sedangkan dari aspek keadilan, perintah zakat dapat dipahami sebagai satu kesatuan sistem yang tak terpisahkan dalam pencapaian kesejahteraan sosial-ekonomi dan kemasyarakatan. Dalam hal ini, zakat diharapkan sebagai instrumen yang dapat meminimalisir kesenjangan pendapatan antara orang kaya dan orang miskin. Di samping itu, zakat juga diharapkan dapat meningkatkan atau menumbuhkan perekonomian baik di level individu maupun masyarakat.³

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Wahbah al-Zuhayly, bahwa kewajiban untuk menunaikan zakat bagi umat Islam merupakan jalan yang

² Wawan Hermawan, Politik Hukum Zakat di Indonesia, dalam Jurnal *Pendidikan Agama Islam- Ta'lim vol II no. 2, 2013*, hal. 79.

³ Nuruddin, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), hal. 2.

paling utama untuk menyelesaikan kesenjangan sosial. Di samping itu, dengan berzakat, maka orang tersebut bisa merealisasikan sifat gotong royong dan tanggung jawab sosial kepada masyarakat Islam.⁴

Indonesia sebagai negara berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia ternyata memiliki potensi zakat terbesar pula. Sejumlah kajian dan penelitian telah mencoba mengungkap berapa sesungguhnya potensi zakat yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Sebagai contoh, Pusat Bahasa dan Budaya UIN Jakarta menyimpulkan bahwa potensi zakat nasional mencapai angka Rp 19,3 triliun. Demikian pula dengan riset Monzer Kahf yang dikutip oleh Habib Ahmed, yang menyatakan bahwa skenario optimis potensi zakat nasional bisa mencapai angka dua persen dari total PDB⁵. Sehingga, potensi zakat per tahunnya tidak kurang dari Rp 100 triliun.⁶

Untuk menganalisa potensi zakat tersebut secara lebih tajam, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), bekerjasama dengan Fakultas Ekonomi dan Manajemen (FEM) IPB, mencoba mengeksplorasi potensi zakat nasional dengan menggunakan data yang diolah dari SUSENAS (Survey Sosial Ekonomi Nasional) BPS, serta data institusi lain yang relevan seperti Bank Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Indonesia memiliki potensi 217 triliun dari hasil pengumpulan zakat setiap tahunnya.⁷

⁴ Wahbat al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab* (Bandung: Rosdakarya, 2000), hal. 86.

⁵ PDB diartikan sebagai nilai keseluruhan semua barang dan jasa yang diproduksi di dalam wilayah tersebut dalam jangka waktu tertentu (biasanya per tahun)

⁶ <https://asdinurkholis.wordpress.com/.../hasil-riset-baznas>, diakses tanggal 29 Oktober 2015, pukul 15.00.

⁷ www.kompasiana.com, Ternyata Indonesia Memiliki Potensi Zakat Terbesar di Dunia. Diakses tanggal 28 Oktober 2015, pukul. 13.00.

Namun, menurut Ketua Umum Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Didin Hafidhuddin, menyatakan potensi zakat Indonesia yang mencapai Rp 200 triliun lebih per tahun itu, yang sejatinya bisa membantu pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan, dalam realisasinya di lapangan masih belum maksimal. Didin Hafidhuddin menjelaskan hanya sekitar 15 persen dari potensi zakat tersebut yang baru bisa dikumpulkan.⁸ Menurut Hafidhuddin, salah satu faktor yang menjadi kendala dalam penghimpunan dana zakat adalah kesadaran masyarakat akan urgensi zakat yang masih rendah. Oleh karenanya, masyarakat membutuhkan sosialisasi dan pemahaman tentang zakat yang harus dilakukan oleh pengelola zakat.

Pengelolaan zakat yang profesional memang masih menjadi pekerjaan rumah yang harus segera diselesaikan untuk pengoptimalan zakat. Dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat.⁹ Dalam catatan sejarah, ketika zaman Rasulullah SAW dan *khulafaur-rasyidin* pun selalu mempunyai petugas khusus yang mengatur masalah zakat, baik pengambilan maupun pendistribusiannya. Diambilnya zakat dari pada muzakki (orang yang mempunyai kewajiban berzakat) melalui amil zakat untuk kemudian disalurkan kepada mustahik, jelas Abdurahman Qadir, adalah untuk menunjukkan bahwa

⁸ *Antaraneews.com*, Potensi Zakat Indonesia 200 Triliun, diakses tanggal 31 Oktober 2015, pukul 20.00.

⁹ Tim Penyusun LAZISMU Banyumas, *Buku Pedoman Operasional Jejaring Penghimpun dan Salur Zakat Infaq Shodaqoh*, (Purwokerto, 2012), hal. 42.

kewajiban zakat itu bukanlah semata-mata bersifat amal karikatif (kedermawanan), tetapi juga ia suatu kewajiban yang juga bersifat otoritatif.¹⁰

Hal tersebut menggambarkan adanya keniscayaan pengelolaan zakat yang jujur dan bertanggung jawab, penarikan dan pengumpulan zakat pada dasarnya harus bersifat proaktif. Perintah penarikan pengambilan zakat pada ayat 103 surat at-Taubah dan instruksi Nabi kepada Mu'adz bin Jabal atau kepada Al-Walid supaya mengambil zakat penduduk menunjukkan asas proaktif tersebut.¹¹

Di Indonesia, peraturan hukum yang mengatur tentang pengelolaan zakat baru muncul pada tahun 1999 dengan lahirnya Undang-Undang No. 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat yang kemudian di ganti dengan Undang-Undang No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat.¹²

Pengelolaan zakat sebagaimana termuat dalam Undang-Undang nomor 23 tahun 2011 di atur dengan dua model yaitu :*pertama* zakat dikelola lembaga yang di bentuk oleh pemerintah (BAZ). *Kedua* zakat dikelola lembaga yang dibentuk oleh masyarakat (LAZ). Untuk model yang pertama pemerintah memiliki wewenang dalam mengatur berbagai ketentuan mengenai pengelolaan zakat. Tetapi dalam pelaksanaannya pemerintah lebih memosisikan diri sebagai regulator dan fasilitator dalam rangka memastikan bahwa pengelolaan zakat dilakukan dengan baik dan di peruntukan demi kemaslahatan umat. Sementara untuk model yang kedua masyarakat memiliki

¹⁰ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern* (Jakarta: Gema Insani, 2002), hal 126.

¹¹ Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementrian Agama Republik Indonesia 2009, *Standarisasi Amil Zakat di Indonesia*, (Jakarta: 2009), hal. 5.

¹² Asep saefuddiin, "Potensi-Zakat-Indonesia" <http://www.hidayatullah.com.130/04/2013>

wewenang yang besar untuk mengelola zakat, akan tetapi diharuskan berkordinasi, melaporkan dan siap dibina oleh pemerintah.¹³

LAZISMU Ajibarang berdiri sebagai institusi pengelola zakat ditingkat kecamatan dengan manajemen modern yang diharapkan dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesaian masalah (*problem solver*) atas kondisi kemasyarakatan yang terus berkembang. Dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparan LAZISMU Ajibarang berusaha mengembangkan diri menjadi Lembaga Zakat terpercaya.¹⁴ LAZISMU Ajibarang adalah lembaga nirlaba tingkat Kecamatan yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, shodaqoh dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. LAZISMU Ajibarang berdiri sejak 1 Juni 2012 yang ditandai dengan diterbitkannya SK Pembentukan LAZISMU Ajibarang yang selanjutnya diterbitkan SK Penetapan oleh LAZISMU Daerah Banyumas. Lembaga ini merupakan jejaring LAZISMU Lembaga Zakat Nasional yang di dirikan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah sejak tahun 2002.

Dalam proses dan strategi pengumpulan dan penghimpunan zakat LAZISMU Ajibarang, salah satunya menggunakan konsep *fundraising*, yaitu suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat infaq

¹³ Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia 2009, *Standarisasi Amil Zakat di Indonesia*, (Jakarta: 2009), hal. 43.

¹⁴ Tim Penyusun, *Buku Pedoman Operasional Jejaring Penghimpun dan Salur Zakat Infaq Shodaqoh*, (Purwokerto, 2012), hal 1

shodaqoh dari masyarakat baik individu kelompok organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk orang yang berhak menerima zakat (*mustahik*). Maka dalam hal ini butuh proses *fundraising* yang mapan agar terkumpul secara maksimal.¹⁵ Dalam artian yang sederhana *fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat, baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada suatu lembaga zakat.

Dalam penghimpunan dana zakat, LAZISMU Ajibarang mencapai hasil yang bisa dibilang memuaskan. Hal tersebut terlihat dari tabel pemasukan zakat dan infak di bawah ini.

NAMA	PEMASUKAN		JUMLAH
	ZAKAT	INFAQ	
LAZISMU DAERAH BANYUMAS	Rp 729.081.600	Rp 387.704.750	Rp 1.116.786.350
LAZISMU PCM PURWOKERTO UTARA	Rp 117.258.500	Rp 6.867.000	Rp 124.125.500
LAZISMU PCM PURWOKERTO TIMUR	Rp 12.000.000		Rp 12.000.000
LAZISMU PCM SUMBANG	Rp 29.950.000	Rp 1.349.000	Rp 31.299.000
LAZISMU PCM PURWOKERTO BARAT	Rp 241.325.500	Rp 24.822.910	Rp 266.148.410
LAZISMU PCM PURWOKERTO SELATAN	Rp 284.219.000	Rp 5.000.000	Rp 289.219.000
LAZISMU PCM KEMBARAN	Rp 83.471.500		Rp 83.471.500
LAZISMU PCM PATIKRAJA	Rp 239.968.000		Rp 239.968.000
LAZISMU PCM PURWOJATI	Rp 46.700.000		Rp 46.700.000
LAZISMU PCM GUMELAR	Rp 53.681.000		Rp 53.681.000
LAZISMU PCM WANGON	Rp 217.732.000		Rp 217.732.000

¹⁵ Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia 2009 *Manajemen Pengelolaan Zakat*, (2009), hal. 65.

LAZISMU PCM JATILAWANG	Rp 102.503.100	Rp 7.026.900	Rp 109.530.000
LAZISMU PCM RAWALO	Rp 62.981.750		Rp 62.981.750
LAZISMU PCM KEBASEN	Rp 57.603.800		Rp 57.603.800
LAZISMU PCM CILONGOK	Rp 139.051.500	Rp 2.129.000	Rp 141.180.500
LAZISMU PCM PEKUNCEN	Rp 30.374.500		Rp 30.374.500
LAZISMU PCM LUMBIR	Rp 23.642.500		Rp 23.642.500
LAZISMU PCM AJIBARANG	Rp 426.462.350	Rp 500.000	Rp 426.962.350
LAZISMU PCM PANDANSARI	Rp 14.444.500		Rp 14.444.500
LAZISMU PCM KEDUNGBANTENG	Rp 34.693.500		Rp 34.693.500
LAZISMU PCM KARANGLEWAS	Rp 210.946.700		Rp 210.946.700
LAZISMU PCM KRAMAT	Rp 8.000.000		Rp 8.000.000
LAZISMU PCM SUMPIUH	Rp 6.000.000		Rp 6.000.000
JUMLAH TOTAL PEROLEHAN ZIS 2015	Rp 3.172.091.300	Rp 435.399.560	Rp 3.607.490.860

Berangkat dari fenomena ini penulis bermaksud menjadikan strategi LAZISMU Ajibarang ini sebagai objek penelitian skripsi dengan judul “Analisis Strategi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Infak dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan Muzakki”.

B. Definisi Operasional

Untuk memberikan gambaran yang lebih operasional tentang berbagai konsep, dan untuk menghindari kesalahan atau pengertian mengenai judul di atas, maka penulis perlu memberikan beberapa penegasan atau pembatasan terhadap beberapa konsep tersebut, seperti:

1. Strategi *Fundraising*

Pada hakikatnya strategi adalah suatu cara atau teknik dalam membuat rencana agar rencana tersebut bisa sesuai dengan kehendak atau keinginan

kita. Agar bisa berjalan dan menghasilkan sesuai dengan target yang direncanakan.¹⁶ Sama halnya dalam menyelesaikan suatu permasalahan, dalam penyelesaiannya harus ada strategi agar tidak terjadi kesalahan atau hal-hal yang merugikan diri sendiri maupun merugikan orang lain.

Dengan kata lain, strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai “peta jalan” yang menunjukkan arah saja, melainkan harus juga menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya di lapangan.¹⁷ Selain itu, suatu strategi juga merupakan keseluruhan keputusan kondisionl tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jadi, dalam merumuskan strategi komunikasi, selain dibutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak

Sementara itu, *fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat, baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada suatu organisasi.

Adapun dalam penelitian ini strategi *fundraising* yang dimaksud adalah proses mempengaruhi masyarakat, baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga untuk mendapatkan muzakki.

¹⁶ Fitrotin Jamilah, *Strategi Penyelesaian Sengketa Bisnis*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2014), hal.25

¹⁷ Onong Uchyana Efendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Pratek* (Bandung: Rosdakarya, 2005), hal. 32.

2. LAZISMU Ajibarang

LAZISMU Ajibarang adalah lembaga nirlaba tingkat Kecamatan yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, shadaqah dan dana kedermawanan lainnya.

3. Muzakki

Muzakki yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang memberikan sebagian hartanya kepada LAZISMU Ajibarang, guna mendukung seluruh kegiatan yang dilakukan oleh LAZISMU Ajibarang.

C. Rumusan Masalah

Dalam setiap penelitian tentu memiliki rumusan masalah. Adapun rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan Strategi *Fundraising* yang dilakukan LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki ?
2. Faktor pendorong dan penghambat apa saja yang terjadi di LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pastilah mempunyai tujuan dan manfaat. Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini adalah:

1. Tujuan
 - a. Untuk mengetahui serta menjelaskan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki.

- b. Untuk mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor apa saja yang menghambat dan mendorong dalam memperoleh muzakki.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

- 1) Sebagai pengembangan keilmuan manajemen lembaga zakat.
- 2) Sebagai bahan referensi bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah

b. Manfaat Praktis

- 1) Untuk menambah wawasan, kemampuan, pengetahuan dan keterampilan diri penulis terutama dalam memahami strategi *fundraising*.
- 2) Dapat diterapkan pola atau strategi ilmu komunikasi di lembaga, instansi, maupun perusahaan.
- 3) Dapat menjadi bahan ajar dan acuan tentang strategi untuk perusahaan, lembaga, instansi, maupun perusahaan.

E. Kajian Pustaka

Sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan nanti, maka penulis dapat melihat dan menelaah beberapa penelitian yang hampir memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan. Dalam tinjauan pustaka ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang pernah dilakukan, antara lain:

Petama, Dwita Darmawati, dengan penelitiannya di tahun 2014 yang berjudul *Pengembangan Model Relationship Marketing pada Organisasi Pengelola Zakat/OPZ. (Studi di Wilayah Eks Karesidenan Banyumas)*. Dalam penelitian tersebut Dwita menggambarkan dan menjelaskan besarnya potensi

zakat di Wilayah Eks-Karesidenan Banyumas, mengidentifikasi profil pembayar ZISWA di Wilayah Eks-Karesidenan Banyumas dan menginventarisasi masalah yang timbul dalam pemasaran OPZ.

Kedua, Dewi Mayang Sari dengan penelitiannya tahun 2012 yang berjudul *Kajian Strategi Fundraising Bazis Provinsi DKI Jakarta terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana ZIS*. Pada penelitian tersebut, Dewi menjelaskan tentang bagaimana strategi *Fundraising* BAZIS Provinsi DKI Jakarta terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana ZIS.

Ketiga, Muhsin Kalida, dalam penelitiannya tahun 2004 yang berjudul *Fundraising Dalam Lembaga Pengembangan Kemasyarakatan*, dalam tulisannya Muhsin Kalida menjelaskan tentang bagaimana tantangan lembaga kemasyarakatan dalam strategi *fundraising* dan seperti apa kiat-kiat bermutu lembaga kemasyarakatan dalam *fundraising*.

Keempat, Budi Alfaiz tahun 2007 dengan skripsinya yang berjudul *Manajemen Zakat; (Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Cabang Muhammadiyah Sampang Cilacap)*. Pada penelitian tersebut, Budi Alfaiz menjelaskan tentang bagaimana penerapan manajemen zakat di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Cabang Muhammadiyah Sampang Cilacap yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasannya saja.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Muthi Alfianti tahun 2009 yang berjudul *Strategi Dakwah UKKI di Kampus UNSOED Purwokerto*. Dalam penelitian ini Muthi Alfianti lebih mengangkat kepada bagaimana strategi

dakwah yang digunakan atau diterapkan dalam kegiatan dakwah di lingkungan UNSOED yang dilakukan oleh UKKI UNSOED Purwokerto sebagai LDK atau Lembaga Dakwah Kampus

Dari beberapa penelitian tersebut, tidak ada yang sama persis dengan judul yang diteliti oleh penulis. Dalam penelitian ini, penulis lebih memfokuskan kepada strategi *fundraising* organisasi yang dilakukan oleh LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka dari penelitian yang akan memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok yang akan dibahas dalam penelitian. Adapun susunan sistematika penulisan ini menjadi lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab dua merupakan landasan teoritis, meliputi teori tentang zakat, hikmah dan manfaat zakat, potensi zakat, urgensi lembaga zakat, teori tentang strategi, perumusan strategi, pengertian *fundraising*, tujuan *fundraising*.

Bab tiga menjelaskan tentang metodologi penelitian. Bab ini berisi tentang jenis penelitian, lokasi, objek dan subjek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab empat berisi tentang pembahasan hasil penelitian. Bab ini berisi mengenai gambaran umum lokasi penelitian dan hasil analisis data lapangan.

Bab lima berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, rekomendasi, dan saran-saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan penulis tentang strategi *fundraising* LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki, yang telah diuraikan di bab sebelumnya, maka penulis dapat simpulkan, sebagai berikut:

Secara garis besar strategi *fundraising* LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki, dikelompokkan menjadi dua bagian: yakni strategi *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*).

Dalam ranah aplikatif di lapangan LAZISMU Ajibarang baru mampu menjalankan 7 strategi dari 19 strategi langsung yaitu :

1. *Direct mail*
2. Prentasi langsung
3. Bayar langsung
4. Jemput Zakat ke pihak donatur
5. Counter atau gerai
6. Pemotongan gaji karyawan
7. Kerja sama pemanfaatan atau penyaluran dana zakat.

Sementara itu, strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). dalam pelaksanaanya LAZISMU Ajibarang baru mampu mengaplikasikan dari 11 strategi tidak langsung yaitu :

1. Membuat brosur atau poster untuk media komunikasi dan informasi, membuat aksesoris seperti bolpoint, sticker, dan sebagainya
2. Mengadakan event, baik yang diadakan mandiri atau bekerja sama dengan lembaga lain
3. Sponsorship sebagai salah satu bentuk kerja sama dengan lembaga atau elemen masyarakat di samping sebagai eksistensi lembaga zakat (LAZISMU Ajibarang).

Dari strategi yang diterapkan oleh LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki, dari dua metode yaitu metode langsung (direct fundraising) dan tidak langsung (indirect fundraising) di atas dapat diperoleh sebanyak 247 muzakki dengan prosentase sebagai berikut :

No	Jenis Strategi	Jumal Muzakki	Prosentase
1	<i>Direct Fundraising</i>		
	<i>Direct mail</i>	45 muzakki	18,2 %
	Prentasi langsung	25 muzakki	17 %
	Bayar langsung	65 muzakki	26,3 %
	Jemput Zakat ke pihak donatur	24 muzakki	9,7 %
	Counter atau gerai	18 muzakki	7,3 %
	Pemotongan gaji karyawan	34 muzakki	13,7 %
	Kerja sama pemanfaatan atau penyaluran dana zakat.	1 lembaga	0,4 %
2	<i>Indirect Fundraising</i>		
	Membuat brosur	10 Muzakki	4 %

	Membuat Event	20 Muzakki	8 %
	Sponsorship	5 Muzakki	2 %

Adapun faktor pendukung dan penghambat yang dialami LAZISMU Ajibarang dalam memperoleh donatur dan muzakki adalah sebagai berikut:

Faktor pendukung LAZISMU Ajibarang adalah :

1. Secara letak geografis di kecamatan Ajibarang ada pasar terbesar di Kabupaten Banyumas
2. Mempunyai jejaring yang jelas
3. Mempunyai payung hukum yang jelas
4. Mempunyai segmentasi yang jelas

Sedangkan faktor penghambat LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki adalah:

1. Masih banyak pengurus Muhammadiyah (yang belum memiliki kesadaran untuk ikut mengembangkan LAZISMU
2. Minimnya respon Amal Usaha Muhammadiyah (AUM), lambatnya respon pimpinan untuk mendirikan jejaring LAZISMU
3. Minimnya kapasitas sumber daya manusia LAZISMU Ajibarang di lapangan baik secara kualitas maupun kuantitas.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan kepada beberapa pihak, terkait dengan penelitian ini.

1. Kepada LAZISMU Ajibarang untuk lebih memaksimalkan potensi yang ada, baik itu dalam pengumpulan dana zakat, pengelolaan dana zakat, juga dalam pendistribusiannya untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik.
2. Kepada masyarakat pada umumnya, untuk membayar zakat, infak, atau sedekah, kepada lembaga pengelola zakat, supaya dana bisa lebih dikelola dengan baik, untuk pembangunan masyarakat
3. Kepada seluruh civitas akademika IAIN Purwokerto, untuk terus mengembangkan penelitian di bidang ekonomi pemberdayaan umat dengan kreatifitas dan inovasi. Hal ini karena kebaruan atau inovasi sangat ditekankan dalam tradisi keilmuan, karena berjalannya waktu semua berubah.

C. Penutup

Alhamdulillahirobbil 'alamin, atas izin Allah SWT dengan diiringi upaya penulis untuk mencurahkan segenap kemampuan, baik pikiran, tenaga, waktu dan finansial sehingga selesailah penulisan skripsi ini. Dengan berbagai keterbatasan, penulis sadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya yang berkaitan dengan strategi *fundraising* dan manajemen lembaga zakat. Penulis mengharapkan saran dan kritik konstruktif dari pembaca guna perbaikan skripsi ini.

Selanjutnya penulis hanturkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, dari proses awal sampai dengan selesai, yang

tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT meridhoi apa yang telah, sedang dan yang akan kita laksanakan. Amin



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian Cet. III*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- David, Fred R. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).
- Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia 2009, *Manajemen Pengelolaan Zakat*. Jakarta: 2009.
- Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia 2009, *Standarisasi Amil Zakat di Indonesia*. Jakarta: 2009.
- Efendi, Onong Uchyana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Pratek*. Bandung: Rosdakarya, 2005.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research: Untuk Penulisan Laporan Sekripsi, Thesis, dan Disertasi, Jilid I*. Yogyakarta: Andi Ofset, 2004.
- Hafidhuddin, Didin *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Hasan, M. Ali. *Zakat dan Infak*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2006.
- Hermawan, Wawan. Politik Hukum Zakat di Indonesia, dalam *Jurnal Pendidikan Agama Islam- Ta'lim vol II no. 2, 2013*.
- <http://home.att.net/nickols/strategidefinition> diakses tanggal 20 April 2016..
- <https://asdinurkholis.wordpress.com/.../hasil-ri-set-bazn>
- Huda, Miftahul. *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012.
- Jamaluddin, Syakir. *Kuliah Fiqh Ibadah*. Yogyakarta: LPPI UMY, 2010.
- Jamilah, Fitrotin. *Strategi Penyelesaian Sengketa Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2014.
- Juwaini, Ahmad. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*. Jakarta: Piramedia, 2005.

- Kurde, Nukthoh Arfawie. *Memungut Zakat dan Infak Profesi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Moleong, Lexy. J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosda karya, 2003.
- Narbuko, Kholid dan Abu Ahmadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Nasir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 1983.
- Nuruddin. *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*. Jakarta: Raja Grafindo. 2006.
- Purwanto, April. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta: *Republika.com*
- Saefuddiin, Asep” *Potensi-Zakat-Indonesia”* <http://www.hidayatullah.com>.
- Soehadha, Moh. *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama*. Yogyakarta: Teras, 2008.
- Sudirman. *Zakat Dalam Pusaran Arus Modernitas*. Malang: UIN Malang Press, 1997.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2011.
- Supani. *Zakat di Indonesia*. Purwokerto: STAINPress, 2010.
- Suryabrata, Sumadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: CV Rajawali, 1992.
- Sutisna, Hendra. *Fundraising Database*. Jakarta: Piramedia, 2006.
- Syaikh Muhammad Shalih al-Utsaimin, *Ensiklopedi Zakat*. Jakarta: Pustaka as-Sunnah, 2010.
- Tim Penyusun LAZISMU Banyumas, *Buku Pedoman Operasional Jejaring Penghimpun dan Salur Zakat Infaq Shadaqah*. Purwokerto, 2012.
- Tuasikal, Muhammad Abdul. *Panduan mudah Tentang Zakat*. Yogyakarta: Pustaka Muslim, 2014.
- Udaya, Jusuf dkk. *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Wahbat al-Zuhayly. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. Bandung: Rosdakarya, 2000.

www.kompasiana.com

Zakariyya, Maulana Muhammad. *Fadhilah Sedekah*, terj. Ali Mahfudzi.
Yogyakarta: Ash-Shaff, 2006.

