

**STRATEGI *FUNDRAISING* LAZISMU BANYUMAS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH DONATUR**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos)

Disusun oleh :

Sagita Eka Sari
2017103028

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF.K.H.SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sagita Eka Sari

NIM : 2017103028

Jenjang : S1

Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah

Menyatakan dengan ini bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur adalah hasil dari penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk pada daftar pustaka

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya berhak menerima sanksi akademik berupa pencabukan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 10 Juni 2024

Yang Menyatakan



Sagita Eka Sari
NIM.2017103028



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI *FUNDRAISING* LAZISMU BANYUMAS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH DONATUR**

Yang disusun oleh Sagita Eka Sari NIM. 2017103028 Program Studi **Manajemen Dakwah** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari Jumat tanggal **12 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II

Uus Uswatusolihah, MA.
NIP.197703042003122021

Siti Nurmahyati, M.S.I
NIP. -

Penguji Utama

Ulul Aedi, M.Ag.
NIP. 198705072020121006

Mengesahkan,
Purwokerto, 15 Juli 2024
Dekan,



Dr. Muskinul Fuad, M.Ag
NIP. 19741226 200003 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari:

Nama : Sagita Eka Sari
Nim : 2017103028
Jenjang : S1
Fakultas/ Jurusan : Dakwah / Manajemen Dakwah
Judul : Strategi *Fundraising* LAZISMU Banyumas Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut dapat diujikan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dosen Pembimbing


Uus Uswatusholihah, M.A
NIP. 197703042003122021

STRATEGI *FUNDRAISING* LAZISMU BANYUMAS DALAM MENINGKATKAN JUMAH DONATUR

Sagita Eka Sari

2017103028

Email : Sagitaeka17812@gmail.com

Program Studi Manajemen Dakwah

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

LAZISMU Banyumas merupakan lembaga amil zakat yang berkomitmen untuk mengumpulkan dan mendistribusikan dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) guna kesejahteraan masyarakat. Dengan meningkatnya persaingan dan tantangan dalam pengumpulan dana, lembaga ini perlu mengembangkan strategi yang inovatif dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui proses wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi Divisi *Fundraising* dan donatur yang pernah menyalurkan dana ZIS melalui LAZISMU Banyumas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZISMU Banyumas menggunakan strategi *fundraising* langsung dan tidak langsung. Strategi *fundraising* secara langsung meliputi sosialisasi berupa edukasi kepada masyarakat mengenai esensi zakat, penguatan branding dengan pembuatan spanduk dan logo dan layanan jemput donasi. Sedangkan strategi *fundraising* secara tidak langsung meliputi pembuatan platform digital sobat berbagi.com, penggunaan media sosial dan layanan transfer donasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas yang dilakukan secara langsung dan tidak langsung telah meningkatkan jumlah donatur. Dengan menggunakan strategi yang kreatif dan inovatif, LAZISMU Banyumas dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya berzakat dan meningkatkan jumlah donatur yang menyalurkan dananya melalui LAZISMU Banyumas.

Kata kunci : Strategi *Fundraising*, LAZISMU Banyumas, Meningkatkan Jumlah Donatur

**LAZISMU BANYUMAS FUNDRAISING STRATEGY IN INCREASING THE
NUMBER OF DONORS**

Sagita Eka Sari

2017103028

Email : Sagitaeka17812@gmail.com

***Da'wah Management Study Program, State Islamic University, Prof. K.H
Saifuddin Zuhri Purwokerto***

LAZISMU Banyumas is an amil zakat institution that is committed to collecting and distributing zakat, infaq, alms, and waqf (ZISWAF) funds for the welfare of the community. With increasing competition and challenges in fundraising, these institutions need to develop innovative and effective strategies. This study aims to examine LAZISMU Banyumas' fundraising strategy in increasing the number of donors.

This study uses a qualitative method with descriptive analysis techniques. Data collection techniques through the interview and documentation process.

The research informants include the Fundraising Division and donors who have distributed ZIS funds through LAZISMU Banyumas. The results of the study show that LAZISMU Banyumas uses direct and indirect fundraising strategies. The fundraising strategy directly includes socialization in the form of education to the community.

Keywords : Fundraising Strategy, LAZISMU Banyumas, Increasing the Number of Donors

MOTTO

“ Dengan strategi yang tepat, kebaikan dapat menjangkau lebih banyak orang.”
(amartha.com)¹



¹ <https://amartha.com/en/blog/work-smart/tujuh-contoh-strategi-promosi-yang-tepat-untuk-bisnis/>

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul “Strategi *Fundraising* LAZISMU Banyumas Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur”. Karya tulis ini penulis persembahkan kepada :

1. Diri saya sendiri, Sagita Eka Sari yang selalu bersabar, berusaha, dan semangat hingga bisa bertahan sampai sejauh ini untuk menyelesaikan skripsi yang penuh rintangan suka dan cita.
2. Almamater tercinta yaitu, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, terkhusus Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi yang berjudul “Strategi *Fundraising* LAZISMU Banyumas Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur” dengan baik tanpa halangan apapun. Tak lupa salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita semua yaitu Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa’atnya kelak di hari akhir.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan di UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam berlangsungnya proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M. Si., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alif Budiyo, M. Pd., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Nawawi, M. Hum., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, MA., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus Dosen Pembimbing penyusunan skripsi sehingga penulisan skripsi dapat terealisasi dengan baik.
7. Ulul Aedi, M. Ag., Koordinator Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Arsam M.S.I., Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Segenap Dosen dan Civitas Akademik Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Orang tua penulis Bapak Hamzah dan Ibu Eliyatun Hanah yang telah banyak berkorban dan selalu memberikan kasih sayang, semangat, do'a dan dukungan kepada penulis.
11. Adik penulis M. Rifqi Zidan yang senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat serta dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah Angkatan 2020 Fakultas Dakwah Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Teman dekat penulis Oktafiatun Fingki Asih, Istiqomah Nurul Laeli yang selalu ada untuk menemani penulis dalam setiap proses, memberi semangat, memotivasi, dan telah menjadi tempat untuk bertukar pikiran.
14. Teman dekat penulis Istikal, Intan, Mufti, Manda Dan Hani yang selalu kebersamai penulis selama masa perkuliahan.
15. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam proses penyusunan skripsi yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Hanya ucapan terimakasih yang dapat penulis sampaikan dan permintaan maaf atas segala kesalahan selama ini. Semoga amal dan kebaikan kalian semua akan dibalas oleh Allah SWT dengan kebaikan yang berlipat ganda. Adapun penulis sadar akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penulisan skripsi ini ke depannya bisa menjadi lebih baik.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	8
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Kerangka Teori.....	11
G. Kajian Pustaka	14
H. Metode Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Strategi Fundraising	21
1. Pengertian Strategi Fundraising.....	21
2. Tahapan-tahapan strategi.....	27
3. Unsur-unsur Fundraising	28
4. Tujuan Fundraising	30
5. Metode Fundraising	31
B. Lembaga Amil Zakat (LAZ)	32
C. Donatur.....	34

BAB III	METODE PENELITIAN	36
	A. Jenis Penelitian	36
	B. Sumber Data.....	36
	C. Subjek Dan Objek Penelitian	37
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
	E. Teknik Analisis Data	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	42
	A. Gambaran Umum LAZISMU	42
	1. Profil LAZISMU Banyumas	42
	2. Visi dan Misi LAZISMU Banyumas	43
	3. Lokasi LAZISMU Banyumas.....	44
	4. Struktur Organisasi	44
	5. Program-Program LAZISMU Banyumas	46
	B. Kondisi Spekulasi Keuangan Dana Zakat, Infaq Dan Shodaqoh	49
	C. Strategi <i>Fundraising</i> LAZISMU Banyumas Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur Error! Bookmark not defined.	
	D. Evaluasi Strategi.....	68
	E. Analisi Faktor Keberhasilan Dan Faktor Penghambat Strategi <i>Fundraising</i> LAZISMU Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur	70
BAB V	PENUTUP	72
	A. Kesimpulan.....	72
	B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi merupakan perencanaan sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang, melalui pemilihan sumber daya dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mengarahkan kegiatan ke arah yang diinginkan. Hal ini mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal, dengan menganalisis lingkungan, tujuan, serta sumber daya yang tersedia, serta menerapkan keputusan strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif atau tujuan organisasi.² Dalam hal ini, strategi merupakan berbagai pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan menyampaikan pesan agama secara efisien. Ini tidak hanya mencakup pengajaran agama, tetapi juga melibatkan interaksi dengan masyarakat yang beragam, pemanfaatan teknologi modern, dan memperkuat pemahaman tentang nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menerapkan strategi yang sesuai, dakwah dapat lebih efektif dalam mencapai dan memengaruhi masyarakat.

Dakwah merupakan suatu kegiatan menyeru ataupun mengajak umat manusia ke jalan kebenaran yang sesuai dengan jalan yang di ridhoi Allah SWT³. Dalam konsep dakwah bil hal, kegiatan dakwah tidak hanya diartikan sekedar mengajak tetapi langsung mengimplementasikan kebaikan yang sesuai dengan Ridho Allah SWT. Salah satu jalan tersebut adalah mengajak menuju kemakmuran dan kesejahteraan, akan tetapi masih banyak manusia khususnya umat islam belum mencapai kemakmuran tersebut dan masih terbelenggu dalam masalah kemiskinan.

Agama islam sebagai agama dakwah tentunya memiliki solusi untuk menanggulangi masalah tersebut yaitu zakat. Di dalam islam

² Trisnaini et.al., "M. FORMULA KOMUNIKASI ORGANISASI PENGURUS PMII KOMISARIAT SULTAN HADLIRIN UNISNU JEPARA". *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 15 No.2 (2023), 179-182.

³ Solihan, "Manajemen Zakat Dalam Upaya Pengembangan Dakwah Di Indonesia". *Jurnal MD*, 8(1), 127-150

membayar zakat menjadi suatu kewajiban bagi umatnya, yaitu dengan mengeluarkan harta tertentu dari seorang muslim untuk menolong para umat yang membutuhkan, zakat memiliki hubungan antara makhluk dan Tuhannya serta makhluk dengan sesamanya, sehingga pembayaran zakat juga menjadi kesalehan sosial. Sebagai salah satu rukun islam, zakat dibayarkan oleh orang yang kaya atau biasa disebut muzakki kepada golongan orang-orang yang berhak menerima zakat.⁴

Firman Allah SWT tentang perintah melaksanakan zakat terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 110 :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۚ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya : “ Sesungguhnya orang-orang yang beriman mengerjakan amal sholeh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala disisi Tuhannya. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati.”⁵

Dana ZIS dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya aspek sosial, ibadah dan aspek ekonomi. Dalam aspek sosial, Dana ZIS memiliki kontribusi dalam meningkatkan keadilan bagi masyarakat, dengan membayar ZIS maka dapat membantu masyarakat miskin yang membutuhkan dan mengurangi adanya kesenjangan. Pada aspek ibadah tentunya zakat merupakan suatu kewajiban yang diperintahkam oleh Allah SWT kepada umatnya melalui pengorbanan harta tertentu yang sudah memenuhi syarat dan dibagikan kepada pihak-pihak tertentu. Serta dalam aspek ekonomi, zakat merupakan salah satu aktivitas ekonomi melalui usaha produktif serta mengurangi kemiskinan dan membantu mereka yang kekurangan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dan pada aspek ibadah,

⁴ Muhammad Zen, et.al., *Zakat Dan Wirausaha*. (Jakarta: Centre for Enterpreneurship Development, 2005) h.1

⁵ Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Percetakan Diponegoro, 2005)

zakat memiliki kontribusi yang sangat penting dalam setiap pengembangan kegiatan dakwah baik dakwah *bil hal* maupun dakwah *bil lisan*⁶.

Pada saat ini, implementasi dakwah *bil hal* dipandang lebih efektif dikarenakan aktivitasnya melakukan aksi solutif dengan membantu langsung ke masyarakat. Dakwah *bil hal* merupakan kegiatan dakwah islam yang dilakukan dengan melakukan aksi nyata maupun amal nyata terhadap kebutuhan penerima. Akan tetapi, saat ini pelaksanaan dakwah *bil hal* masih memiliki beberapa kendala, salah satunya yaitu kurangnya dukungan dana operasional yang memadai⁷.

Peghimpunan dana zakat di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini disampaikan langsung oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN) / Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bapennas), Bambang Brodjonegoro saat acara Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) Zakat pada Tahun 2019, menguraikan bahwa BAZNAS maupun LAZ pada Tahun 2018 berhasil menghimpun dana mencapai 8.100 miliar rupiah, pada tahun 2017 dana zakat yang terhimpun sebesar 6.224,37 miliar rupiah. Jumlah penghimpunan dana zakat ini masih sangat jauh dari potensi zakat yang dimiliki yang mencapai 217 Triliun⁸. Apabila potensi zakat bisa terkumpul dan dikelola dengan baik, maka hal tersebut mampu memberikan manfaat bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia.

Saat ini di Indonesia lembaga filantropi sudah sangat berkembang pesat, hal ini dibuktikan dengan adanya lembaga-lembaga amil zakat, infaq, shodaqoh dan dana sosial lainnya yang didukung oleh tingginya pertumbuhan ekonomi yang pesat. Adanya lembaga-lembaga tersebut di

⁶ Didin dan Ahmad Juwaini, *Membangun Peradaban Zakat*, Meniti Jalan Kegemilangan Zakat (Ciputat : Divisi Publikasi Institut Manajemen Zakat, 2007) h. 1-4

⁷ Amin, S. M. (2013). Ilmu Dakwah (2nd ed.). AMZAH

⁸ <http://www.koran-jakarta.com/potensi-zakat-di-indonesia-capai-rp217-triliun/>
diakses pada tanggal 21 Maret 2019

Indonesia merupakan jawaban untuk berbagai tantangan meningkatkan kesejahteraan umat serta meningkatkan kualitas hidup umat islam itu sendiri⁹. Dalam hal ini, zakat sudah memiliki potensi yang strategis sebagai instrumen pemerataan pendapatan di Indonesia, dengan melalui dana zakat diharapkan nantinya bisa meningkatkan ekonomi umat serta aktivitas pengembangan kegiatan dakwah.

Sebagai upaya untuk menyejahterakan rakyat, meratakan ekonomi dan melaksanakan kegiatan-kegiatan kegiatan dakwah. Zakat, infaq dan shodaqoh tentunya dapat dimanfaatkan karena merupakan sumber dana potensial. Lembaga Amil Zakat (LAZ) memiliki beberapa kegiatan seperti proses penghimpunan dana, pendistribusian dana, pengawasan dalam pengelolaan dana, pengadministrasian serta pertanggung jawaban dana. Oleh karena itu, pelaksanaan setiap kegiatan tersebut harus memiliki manajemen serta strategi yang baik sehingga dapat meningkatkan upaya zakat dalam pengembangan dakwah.

Namun di Indonesia khususnya masyarakat muslim masih sangat lemah dalam pengetahuan, kesadaran dan pengalaman tentang bagaimana menyalurka dana zakat, infaq dan shodaqoh. Seperti kurangnya pemahan terhadap LAZ dan kurangnya kepercayaan terhadap LAZ¹⁰. Hakikatnya zakat bukan hanya memiliki makna sosial dan ekonomi berupa mekanisme distribusi kekayaan¹¹. Karena zakat termasuk sumber keuangan negara dalam ekonomi islam, mengingat mayoritas penduduk Indonesia merupakan seorang muslim dan hukum melaksanakan zakat adalah wajib, maka zakat dapat menjadi sumber penerimaan utama yang memiliki

⁹ Chaniago. (2015). "Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan" . Jurnal Hukum Islam, 13(1), 47-56.

¹⁰ Chaniago. (2015). "Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan" . Jurnal Hukum Islam, 13(1), 47-56. Chasanah, C. (2015). "Pendayagunaan Zakat Produktif Melalui Program Microfinance Syariah Berbasis Masyarakat (Misykat)". Skripsi. UIN Walisongo. Semarang

¹¹ Al-Faizin. (2018). "Konsep Zakat dan Fungsinya Bagi Sosial Dan Ekonomi Masyarakat" (Kajian Tafsir Ekonomi Dari Surat At-Taubah Ayat 103) (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga)

potensi besar dalam meratakan perekonomian masyarakat¹². Oleh sebab itu, dalam pengelolaan dana zakat, infaq dan shodaqoh diperlukan peningkatan pada lembaga amil zakat.

Terbitnya UU No 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, merupakan upaya pemerintah dalam mengelola zakat lewat organisasi-organisasi yang mengurus zakat. Upaya pemerintah dalam mengukuhkan pengelolaan zakat lewat lembaga yaitu dengan membentuk Badan Amil Zakat (BAZ), sedangkan masyarakat membentuk lembaga yang mengelola zakat yang disebut Lembaga Amil Zakat (LAZ). Lembaga tersebut memiliki tugas untuk mengumpulkan, mengelola, mendistribusikan dan memberdayakan masyarakat yang menerima zakat¹³.

Tugas dari lembaga pengelola zakat adalah *fundraising*, pengelolaan, pendistribusian dan pendaya gunaan dana zakat, infaq dan shodaqoh. *Fundraising* merupakan kegiatan penghimpunan dana zakat, infaq dan shodaqoh atau suatu proses untuk mempengaruhi masyarakat, lembaga maupun instansi agar menyalurkan dananya melalui organisasi¹⁴.

Strategi merupakan cara yang digunakan untuk mempergunakan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu. Sedangkan *fundraising* merupakan proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana (zakat) sertas sumber dana lainnya yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik¹⁵. Strategi *fundraising* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu cara untuk mempengaruhi masyarakat, perusahaan, atau instansi agar mau menyalurkan dana zakat, infaq dan shodaqoh melalui suatu lembaga pengelola zakat, yang mana dana yang sudah dihimpun dapat dikelola guna mendorong terlaksananya berbagai program yang telah dirancang oleh lembaga tersebut.

¹² Rahmawati, L. "Sistem Kebijakan Fiskal Modern dan Islam." (Oeconomicus Journal Of Economics, 2016) 1(1), 21-48.

¹³ Ansori, T. "Pengelolaan dana zakat produktif untuk pemberdayaan mustahik pada LAZISNU Ponorogo." (Muslim Heritage, 2018)3(1), 177-196

¹⁴ April Purwanto, "Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat", (Yogyakarta: Teras, 2009) h.12

¹⁵ *Manajemen Pengelolaan Zakat* (Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009), h. 65

Penghimpunan dana merupakan hal yang sangat penting bagi suatu lembaga pengelola zakat, sebab suatu lembaga dalam menjalankan tugasnya tentu akan selalu berhubungan dengan dana. Program-program yang ada disuatu lembaga tersebutpun tidak dapat terlaksana dan kemungkinan mengancam keberlangsungan lembaga itu sendiri. Oleh karena itu, strategi *fundraising* yang baik sangatlah dibutuhkan agar mampu mempengaruhi serta mengedukasi masyarakat agar mau menunaikan zakat secara sukarela dan konsisten kepada suatu lembaga pengelola zakat.

Salah satu lembaga pengelola zakat adalah Lembaga Amil Zakat. Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Banyumas, yang berdiri pada tanggal 2 Oktober 2010. Dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, LAZISMU Banyumas selalu mendapatkan penghargaan sebagai LAZISMU terbaik tingkat Nasional. Dalam sistem pelayanan dana ZIS yang diberikan oleh muzakki, LAZISMU Banyumas menggunakan sistem yang sudah modern. Ketika muzakki memberikan dana zakat melalui LAZISMU Banyumas maka donatur akan mendapatkan notifikasi lewat nomor telepon, sehingga dana ZIS yang sudah masuk datanya sesuai tidak ada unsur kekeliruan. LAZISMU Banyumas memiliki perbedaan dengan LAZISMU lainnya, salah satunya yaitu keberadaan kantor pelayanan untuk mustahik dan muzakki yang terpisah, hal ini memiliki tujuan agar tidak terjadi kesalah pahaman antara mustahik dan muzakki serta optimalnya pengelolaan dana di LAZISMU Banyumas. Dalam operasional programnya, LAZISMU Banyumas didukung oleh Kantor Layanan yang tersebar diseluruh kecamatan dan desa di Banyumas. LAZISMU Banyumas memiliki berbagai program dalam pilar dakwah, pilar pendidikan, pilar ekonomi dan pilar sosial kemanusiaan, karena sesuai dengan misi LAZISMU Banyumas yaitu mengoptimalkan penggunaan dana zakat, infaq dan shodaqoh yang kreatif, inovatif dan produktif. Adapun dari sisi penghimpunan donatur di LAZISMU Banyumas selalu mengalami jumlah peningkatan tiap tahunnya.

Tabel 1 Jumlah Peningkatan Donatur

Tahun	Jumlah Donatur
2020	5.784
2021	6.221
2022	8.124
2023	9.841

Sumber : *Laporan Tahunan LAZISMU Banyumas*, jumlah peningkatan muzakki

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah muzakki di LAZISMU Banyumas menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun yang semakin bertambah. Agar angka tersebut bisa terus bertambah maka beberapa strategi harus dioptimalkan. Termasuk strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam menghimpun dana zakat, infaq dan shodaqoh memiliki potensi untuk menghimpun serta mengelola dana zakat, infaq dan shodaqoh sebagai instrumen pengembangan ekonomi umat dan pengembangan kegiatan dakwah sangat besar. Hal ini dibuktikan dengan adanya jumlah donatur yang selalu mengalami peningkatan.

Dalam hal ini, strategi *fundraising* merupakan hal yang sangat penting digunakan untuk menjalin hubungan donatur dengan program yang ditawarkan. Berkaitan dengan adanya hal tersebut, LAZISMU Banyumas harus memiliki strategi *fundraising* yang tepat dan dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah donatur serta menambah kepercayaan masyarakat untuk menitipkan zakat mereka agar dikelola oleh LAZISMU Banyumas.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk membahas tentang permasalahan tersebut dalam karya tulis ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul “Strategi *Fundraising* LAZISMU Banyumas Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur ”.

B. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman atau penafsiran, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang digunakan pada penelitian ini. Adapun penekanan istilah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Strategi

Menurut pendapat Stephani K. Marrus yang dikutip oleh Husein Umar, strategi merupakan suatu proses penentuan rencana yang dilakukan oleh para pemimpin yang memiliki tujuan dalam jangka panjang terhadap organisasi dan disertai dengan penyusunan cara agar tujuan tersebut dapat tercapai.¹⁶

Strategi merupakan sebuah rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan rangkaian cara dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu dengan menghubungkan keunggulan yang dimiliki perusahaan dalam menghadapi tantangan lingkungan sekitar. Berdasarkan pengertian diatas, maka yang dimaksud strategi dalam penelitian ini adalah langkah-langkkah yang dilakukan LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur.

2. *Fundraising*

Fundraising adalah suatu upaya atau proses kegiatan berupa penggalangan dana atau menghimpun dana baik dari perorangan, kelompok, organisasi maupun instansi lainnya. Kegiatan meliputi mengedukasi, mempengaruhi serta membujuk masyarakat.¹⁷ Dengan cara ini diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menitipkan dana zakat, infaq dan shodaqoh kepada lembaga amil zakat.

Jadi makna *fundraising* dalam penelitian ini adalah bagaimana cara menghimpun dana supaya dapat meningkat dan sesuai tujuan yang sudah ditentukan oleh LAZISMU Banyumas.

¹⁶ David, F. R. "Manajemen Strategi" : Konsep Jakarta. Salemba Empat Edis (2010)

¹⁷ Abidah, A. "Analisis strategi fundraising terhadap peningkatan pengelolaan ZIS pada lembaga amil zakat kabupaten ponorogo".(Kodifikasia, 2010),10

3. Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Banyumas

Lazismu adalah lembaga pengelola zakat di tingkat Nasional yang berkhidmat kepada masyarakat yang memiliki tugas dalam memberdayakan masyarakat melalui penggunaan dana secara konsumtif dan produktif dengan dana zakat, infaq dan shodaqoh yang diperoleh dari perorangan atau instansi lainnya.

Pada tahun 2002 PP Muhammadiyah mendirikan lembaga pengelola zakat (LAZISMU) yang dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai lembaga amil zakat Nasional melalui SK No.457/21 November 2002, lalu kembali dikukuhkan melalui SK Menteri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016. Sedangkan LAZISMU Banyumas didirikan pada tanggal 2 Oktober 2010 dengan launching pembentuka serta pengukuhan langsung oleh Ketua Pimpinan Daerah Banyumas, yang lokasinya berada di Jalan dr. Angka No.1, Sokanegara Kecamatan Purwokerto Timur. Hingga sampai saat ini LAZISMU Banyumas masih aktif dalam melakukan kegiatan penghimpunan serta penyaluran dana zakat.

4. Donatur

Donatur adalah orang yang secara tetap memberikan sumbangan berupa dana kepada suatu lembaga dan sebagainya.¹⁸ Masyarakat atau pihak yang menyumbang disebut dengan donatur, mereka bisa berupa individu, organisasi, atau lembaga yang memberikan dukungan untuk kegiatan sosial, pendidikan, kesehatan, atau tujuan lainnya. Contohnya, donatur Lazismu Banyumas terdiri dari individu perorangan dan organisasi yang memberikan bantuan untuk mendukung kegiatan sosial serta aktivitas lain yang berkaitan dengan zakat, infaq, dan shodaqoh.

¹⁸ Amalia, H. "Sistem Informasi Pengolahan Dana Donasi". (Jurnal Perspektif, 2015) Vol.15, 1-6.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *fundraising* pada LAZISMU Banyumas dalam upaya meningkatkan jumlah donatur ?
2. Bagaimana implementasi strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas?
3. Bagaimana evaluasi strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam upaya meningkatkan jumlah muzakki?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian yang berjudul strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah muzakki di lembaga amil zakat (LAZISMU) Banyumas memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana strategi *fundraising* pada LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur.
2. Mengetahui implementasi strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam upaya meningkatkan jumlah donatur
3. Mengetahui evaluasi dari strategi *fundraising* yang telah digunakan oleh LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan strategi lembaga zakat yang baik dalam meningkatkan jumlah donatur

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

- 1) Penelitian ini menjadi syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Dakwah Program Studi Manajemen Dakwah.
- 2) Untuk mengembangkan ilmu yang diperoleh oleh peneliti selama di bangku perkuliahan .
- 3) Menjadi sarana bagi penulis untuk belajar menerapkan ilmu tentang strategi yang baik dalam meningkatkan jumlah donatur

b. Bagi pembaca

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan, informasi serta referensi terbaru untuk para pembaca.

c. Bagi LAZISMU Banyumas

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberikan masukan dan pertimbangan bagi lembaga dalam mengambil keputusannya untuk meningkatkan jumlah donatur.

F. Kerangka Teori

1. Strategi

Strategi menurut etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang. Kemudian seiring berjalannya waktu, istilah tersebut berkembang untuk semua kegiatan organisasi.¹⁹

Sedangkan secara terminologi, para ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Berikut adalah pengertian strategi menurut pendapat para ahli.

a. A.M. Kardiman

Strategi melibatkan penetapan tujuan utama jangka panjang dan sasaran bagi sebuah perusahaan atau organisasi, serta menentukan tindakan dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.²⁰

b. Hamel dan Prahalad

Menurut pendapat Hamel dan Prahalad yang dikutip oleh Husein Umar, strategi merupakan suatu tindakan yang memiliki sifat *incremental* (senantiasa meningkat) yang dilakukan

¹⁹ Rachmat, “Manajemen Strategik” .(Bandung : Pustaka Setia, 2014), h.2.

²⁰ A. M. Kardiman, “ Pengantar Ilmu Manajemen” (Jakarta : PronHallindo), h. 58

berdasarkan sudut pandang yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.²¹

c. Karl Von Clausewitz

Karl Von Clausewitz, yang dikutip oleh Agustinus Sri Wahyudi, mendefinisikan strategi sebagai seni memanfaatkan pertempuran untuk meraih kemenangan dalam perang.²²

d. Stephani K. Marrus

Menurut pendapat Stephani K. Marrus yang dikutip oleh Husein Umar, strategi merupakan suatu proses penentuan rencana yang dilakukan oleh para pemimpin yang memiliki tujuan dalam jangka panjang terhadap organisasi dan disertai dengan penyusunan cara agar tujuan tersebut dapat tercapai.²³

Dari beberapa definisi strategi menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu ilmu yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

2. *Fundraising*

Sementara itu *fundraising* secara bahasa yaitu penghimpunan dana atau penggalangan dana. Sedangkan *fundraising* menurut istilah merupakan suatu proses penggalangan dana dari masyarakat untuk disalurkan kepada para mustahik.²⁴

Definisi lain tentang *fundraising* menurut April Purwanto, *fundraising* adalah proses penggalangan atau penghimpunan dana dengan cara mendorong serta mempengaruhi masyarakat, lembaga atau instansi lainnya agar mau menyalurkan dana yang dimilikinya

²¹ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, h.31

²² Agustinus Sri Wahyudi, "Manajemen Strategik; Pengantar Proses Berfikir Strategik" (Medio: Bina Rupa Aksara, 1996) h. 16

²³ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.2

²⁴ Tim Penyusun Direktorat, "Pemberdayaan Zakat, Manajemen Pengelolaan Zakat", (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009), h. 65

melalui lembaga pengelola zakat.²⁵ Dalam hal ini, mempengaruhi masyarakat memiliki beberapa arti diantaranya :

- a. Mempengaruhi dapat juga diartikan memberitahu masyarakat tentang keberadaan suatu lembaga serta menjelaskan tentang apa saja kontribusi serta peran lembaga pengelola zakat tersebut.
- b. Makna mempengaruhi juga dapat memiliki arti menyadarkan, dengan cara mengingatkan kepada para donatur agar sadar bahwa menunaikan zakat suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh umat muslim yang kepemilikan hartanya sudah mencapai haul dan nisab.
- c. Mempengaruhi juga memiliki arti untuk mendorong masyarakat, lembaga atau suatu instansi agar mau menyalurkan dana baik berupa zakat. Dalam melakukan *fundraising*, suatu lembaga harus mendorong terhadap kepedulian sosial untuk menimbulkan kepercayaan para donatur.²⁶

Dari defnisi *fundraising* menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *fundraising* adalah cara yang dilakukan suatu lembaga amil zakat kepada masyarakat agar mau menitipkan dana zakat, infaq serta shodaqoh agar dikelola oleh lembaga amil zakat.

3. Donatur

Menurut Santoso Brotodiharjo, donatur adalah seseorang yang secara rutin memberikan kontribusi finansial kepada suatu kelompok atau organisasi sebagai penyumbang tetap. Sementara itu, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, donatur adalah individu yang secara konsisten menyumbangkan uang kepada suatu perkumpulan atau organisasi, dan dapat disebut juga sebagai penyumbang tetap atau penderma tetap.²⁷ Berdasarkan definisi tentang donatur di atas, dapat

²⁵ April Purwanto, “Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat” (Yogyakarta: Teras, 2009) h.12

²⁶ Ulpah, M. “Strategi Corporate Fundraising Zakat Infaq Shodaqoh Pada Lazismu Jakarta.” (Madani Syari’ah, 2010) 4(2), 1-12

²⁷ <https:kbbi.web.id/donatur.html> diakses pada 25 April 2020 pukul 09.00 WIB.

disimpulkan bahwa donatur adalah individu atau kelompok yang memberikan dukungan atau menyumbangkan harta atau jasa yang mereka miliki untuk tujuan-tujuan tertentu.

G. Kajian Pustaka

Sebelum menyusun skripsi ini penulis melakukan kajian pustaka terlebih dahulu yang berupa skripsi yang telah ada guna menghindari penelitian yang sama, skripsi tersebut antara lain :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Aprizal mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul penelitian “Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Umat”. Penelitian dilakukan pada tahun 2015. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama – sama meneliti tentang strategi *fundraising*, perbedaannya adalah penelitian tersebut dilakukan dalam rangka meningkatkan penerimaan zakat ZIS di LAZ Al-Azhar, sedangkan penulis lebih berfokus meneliti tentang strategi *fundraising* meningkatkan jumlah donatur.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ramona Dui Susanti mahasiswi UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2018 dengan judul “Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqoh Nahdlatul Ulama Lampung”. Persamaan penelitian tersebut yaitu sama-sama meneliti tentang strategi *fundraising* yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah muzakki. Adapun yang menjadi perbedaan penelitian yaitu penulis lebih berfokus tentang strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Anggi Syahrul mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang dilakukan pada tahun 2018 dengan judul “ Strategi *Fundraising* Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat”. Persamaan penelitian ini adalah sama-

sama meneliti tentang strategi *fundraising*, perbedaan dari penelitian ini adalah dalam rangka meningkatkan kepercayaan muzakki kepada BAZNAS pusat, sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah donatur di LAZISMU Banyumas.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Fahmi Ardi Azhari mahasiswa IAIN Tulungagung pada tahun 2016 dengan judul penelitian “Strategi Penelitian Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shodaqoh di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung”. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada objek penelitian dan waktu penelitian.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Habib Amrillah mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam UIN Syaifuddin Zuhri Purwokerto pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Fundraising LAZISMU Banyumas Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZIS di Masa Pandemi Covid-19”. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *fundraising*, sedangkan perbedaan dengan penelitian tersebut membahas tentang strategi komunikasi *fundraising* dan penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* yang dilakukan LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Dicky Tri Hartanto mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Manajemen Strategi *Fundraising* Pada Pelaksanaan Wakaf Di Lazismu Sragen ”. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi *fundraising* dan perbedaan penelitian tersebut membahas tentang manajemen strategi *fundraising* pada pelaksanaan wakaf, sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah donatur.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Anisa Masdawani Putri mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasir Riau pada tahun

2020 dengan judul penelitian “ Strategi *Fundraising* Di LAZ (Lembaga Amil Zakat) Swadaya Ummah Pekan Baru”. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi *fundraising*, perbedaannya dalam penelitian tersebut menjelaskan tentang strategi *fundraising* yang mengikut sertakan para relawan sedangkan pada penelitian ini membahas strategi *fundraising* untuk meningkatkan jumlah donatur.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Afifah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri pada tahun 2021 dengan judul penelitian “ Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat Maal Di Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Muhammadiyah Kabupaten Nganjuk.” Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi *fundraising*, sedangkan perbedaannya dalam penelitian tersebut peneliti menulis tentang meningkatkan jumlah dana zakat maal dan dalam penelitian ini penulis membahas tentang meningkatkan jumlah donatur.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Dynar Tyara Sany mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2019 dengan judul penelitian “ Analisis Strategi *Fundraising* Yang Dilakukan LAZISMU Cabang Gamping Sleman Dan LAZISMU Umbul Harjo Kota Yogyakarta Untuk Mencapai Targer Perolehan Zakat “. Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas tentang strategi *fundraising*, sedangkan perbedaannya penelitian tersebut menganalisis strategi *fundraising* yang telah dilakukan oleh LAZISMU Cabang Gamping dan LAZISMU Umbul Harjo Kota Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang strategi *fundraising* untuk meningkatkan jumlah donatur.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Dewi Putri Lestari mahasiswi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada tahun 2022 dengan judul penelitian “ Strategi *Fundraising* Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Rizki Jember “. Persamaan penelitian dengan ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas

tentang strategi *fundraising*, sedangkan perbedaannya penelitian ini lebih berfokus pada strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah donatur.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana dalam melakukan pengumpulan datanya melalui observasi, interviewe serta dokumentasi yang dilakukan dengan kondisi yang alami.²⁸

Metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang fokus pada pengamatan yang mendalam sehingga dapat menghasilkan data deskriptif yang berupa tulisan ataupun lisan dari sesuatu yang diteliti.²⁹

2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif membahas tentang situasi yang nyata pada fenomena yang terjadi di lapangan. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu berupa wawancara, observasi serta dokumentasi. Dari masing-masing teknik yang dilakukan dalam proses pengumpulan data memiliki peran masing-masing dalam upaya memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya.

Berikut teknik-teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain :

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode penelitian kualitatif dalam mengumpulkan data, wawancara merupakan proses komunikasi antara peneliti sebagai pewawancara kepada narasumber atau orang yang diwawancarai dengan tujuan untuk memperoleh data.³⁰ Wawancara yang dilakukan oleh penelitian kepada bagian

²⁸ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), cetakan ke-8, h.225

²⁹ Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (2008), h.149

³⁰ Fadhallah, R. A. *Wawancara*. Unj Press 2021.

fundraising yang bertujuan untuk mengetahui strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah donatur yang dilakukan oleh LAZISMU Banyumas.

b. Observasi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah suatu teknik dalam penelitian kualitatif dimana peneliti hanya melakukan pengamatan terhadap subjek penelitian tanpa langsung berperan aktif dalam situasi yang diamati oleh peneliti. Pada proses observasi peneliti hanya mendapat sumber data atau informasi dari pimpinan dan karyawan LAZISMU Banyumas.³¹

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dengan cara mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian. Dokumen yang dikumpulkan berupa pencatatan hasil sumber penelitian maupun gambar. Pada penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa foto, catatan kegiatan dalam penelitian dan lain-lain yang dikumpulkan oleh peneliti.

3. Teknik Analisis Data

Analisi data merupakan cara untuk merespon, menyusun, memilah, dan mengolah informasi menjadi rangkaian yang terstruktur dan bermakna secara sistematis.³² Miles dan Huberman menguraikan proses data dalam penelitian kualitatif menjadi beberapa langkah utama mereduksi data, menampilkan data secara visual, serta menarik dan menguji kesimpulan untuk memverifikasu hasil lebih mendalam.³³

³¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D" (Bandung : Alfabeta, 2018), 145.

³² Sutanto Priyo Hastono, "Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik Dan Prosedur Analisis 1 st ed)". (Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2020) : 193.

³³ Zuhri Abdussamad, "Metode Penelitian Kualitatif, ed. Patta Rapanna".(Makassar : CV. Syakir Media Press,2021): 160-161

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.³⁴ Dalam tahap ini peneliti akan memilah secara keseluruhan data yang dikumpulkan dari lapangan yaitu mengenai Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Banyumas. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian Data

Setelah dilakukan reduksi data, selanjutnya penulis menyajikan data. Data yang disajikan dapat berupa bagan, tabel ataupun uraian penjelasan sehingga penulis dapat menyusun dengan lebih baik.

c. Penarikan Kesimpulan Data

Tahap akhir yaitu penarikan kesimpulan. Dalam tahap ini kesimpulan ditarik dari data yang paling pokok sampai data terperinci sehingga dapat dipahami kemudian dibuatlah sebuah kesimpulan hasil penelitian.

³⁴ Hardani et al., "Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, ed. Husnu Abadi" (Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2020) : 163-164

I. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini disusun secara terstruktur untuk memudahkan dalam membacanya yang terdiri dari beberapa Bab antara lain :

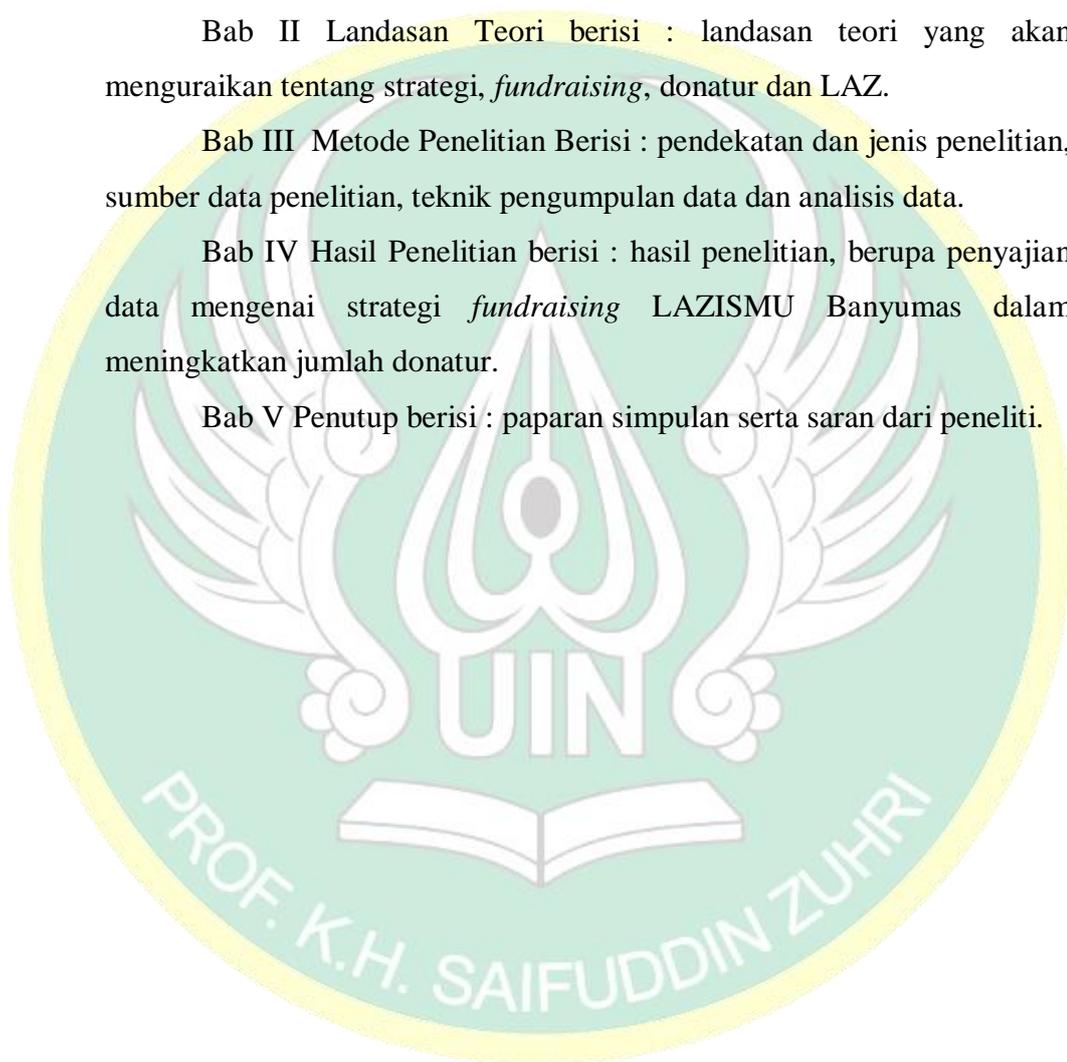
Bab I Pendahuluan berisi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori berisi : landasan teori yang akan menguraikan tentang strategi, *fundraising*, donatur dan LAZ.

Bab III Metode Penelitian Berisi : pendekatan dan jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian berisi : hasil penelitian, berupa penyajian data mengenai strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur.

Bab V Penutup berisi : paparan simpulan serta saran dari peneliti.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi *Fundraising*

1. Pengertian Strategi *Fundraising*

Secara etimologis, kata strategi berasal dari bahasa Yunani "strategos" yang berarti "umum". Awalnya, konsep strategi berakar dari konteks perang dan digunakan sebagai cara untuk mengalahkan musuh. Namun, seiring waktu, strategi telah berkembang dan diterapkan dalam berbagai aktivitas organisasi dan komunitas sosial.³⁵

Strategi dapat didefinisikan sebagai tindakan penting atau kebijakan utama yang diambil oleh sebuah perusahaan atau organisasi.³⁶ Strategi mencakup metode, alat, keputusan, dan tindakan yang digunakan oleh semua departemen dalam organisasi besar untuk mencapai tujuan mereka.³⁷

Dalam perspektif Islam, strategi dapat didefinisikan sebagai rangkaian proses manajemen Islami yang mencakup tahapan perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan strategis organisasi untuk mencapai tujuan di masa depan.³⁸

Penggunaan strategi dalam manajemen atau organisasi diartikan sebagai metode dan taktik utama yang disusun secara sistematis untuk melaksanakan fungsi manajemen dalam mencapai tujuan strategis organisasi.³⁹

³⁵ Rafiudin dan Manna Abdul Djaliel, "Prinsip Dan Strategi Dakwah" (Bandung: Pustaka Setia, 1997), Hal. 76

³⁶ Aang Kunaifi, "Manajemen Pemasaran Syariah: Pendekatan Human Spirit," (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016), Hal. 145.

³⁷ Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, "Manajemen Strategis", (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), Hal 6

³⁸ Syahputra, et.al., "Strategi Pengelolaan Zakat pada Organisasi Pengelola Zakat di Kabupaten Banyumas".(Jurnal Hukum Ekonomi Syariah,2020) 3(2), 183-195 .

³⁹ Aslami et.al., "Pengukuran Kinerja Islami Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumut Dengan Menggunakan Pendekatan Masalah Performa (MaP). (Mumtaz: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam,2023) 2(1), 27-43

Para ahli mendefinisikan strategi sebagai berikut :

- 1). Menurut Profesor Dr. A. M. Kardiman, strategi berarti menentukan tujuan dan sasaran utama jangka panjang suatu perusahaan atau organisasi, serta mengembangkan arah tindakan dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.⁴⁰
- 2) Menurut Fred R. David, strategi adalah rencana yang baik untuk kesuksesan.⁴¹ Definisi ini menjelaskan bahwa jika suatu rencana telah dilaksanakan dengan baik, maka rencana tersebut tidak akan berhasil jika tidak *sistematis* dan dilaksanakan tanpa arah.
- 3) Menurut Songdan Siajian, strategi adalah cara terbaik untuk menggunakan sarana, tenaga dan energi yang tersedia sesuai dengan kebutuhan perubahan lingkungan.⁴²

Selain dari pengertian di atas, rumusan strategi secara luas atau umum adalah :

- a. Pola pengambilan keputusan yang konsisten, menyatu dan terpadu.
- b. Menentukan dan menyajikan tujuan organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, rencana aksi dan prioritas alokasi sumber daya.
- c. Menyeleksi bidang yang dipilih dengan cermat yang sedang atau diterapkan oleh organisasi.
- d. Berusaha mencapai manfaat jangka panjang melalui respons yang tepat terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi serta kekuatan dan kelemahannya.
- e. Mencakup semua tingkat organisasi.⁴³

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi merupakan rencana jangka panjang yang dirancang untuk

⁴⁰ A. M. Kardiman, *Pengantar Ilmu Manajemen* (Jakarta: Pron Hallindo T, T), Hal. 58

⁴¹ Fred R. David, *Strategi Management Concepts And Cases*, (America, 2009), Hal.

⁴² Asma'ul Khoiriyah, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Sarana Prasarana Pendidikan Di Muhammadiyah Broading School (Mbs) K.H. Ahmad Dahlan Ungaran". (Semarang: UIN Walisongo, 2019), Hal.35

⁴³ Rizky Akbar, "Strategi Pengumpulan Dan Pendistribusian Zakat Infak Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Medan" (Medan: UIN Sumatera Utara, 2020)

mencapai suatu tujuan atau cara terbaik untuk mencapai hasil yang diharapkan, dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan dan memanfaatkan potensi yang ada. Strategi adalah rencana yang dibuat oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini mencakup: tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus diambil oleh suatu organisasi untuk mempertahankan keberadaan perusahaan atau organisasi tersebut.⁴⁴

Fundraising dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai “penggalangan dana”. *Fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan atau lembaga, komunitas supaya menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.⁴⁵ Makna dari kata "mempengaruhi masyarakat" adalah pertama, menceritakan kepada masyarakat tentang rahasia keberadaan lembaga, komunitas dan organisasi sosial. Menceritakan keberadaan lembaga, komunitas, dan organisasi juga penting dalam meningkatkan jumlah donatur "karena semakin baik cerita tentang lembaga atau komunitas tersebut, semakin banyak donatur yang mempercayai lembaga atau komunitas tersebut". Kedua, pengaruh juga berarti mengingatkan dan menyadarkan. Dan seseorang tersadar bahwa sebagian hartanya ada hak anak yatim dan hak fakir miskin, sebagaimana hadits shahih At-Tirmidzi "Sedekah dapat menghapus dosa sebagaimana air dapat menghapus api". Ketiga, mempengaruhi juga berarti mendorong masyarakat, lembaga, individu untuk memberikan donasi baik berupa uang maupun jasa kepada lembaga dan masyarakat tersebut. Keempat, *fundraising* sebagai proses mempengaruhi masyarakat, yaitu memohon untuk memberikan penjelasan tentang bagaimana proses kerja dan program serta kegiatan di sepanjang garis setiap jiwa seseorang.⁴⁶ Adapun tujuan dari

⁴⁴ Erik Juliansyah, “ Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi”, (Jurnal Ekonomak, Vol. 3, N.2, Agustus 2017), Hal 21.

⁴⁵ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), Hal.11

⁴⁶ Ita Rufiyati, “Manajemen Fundraising Di Baitul Maal Hidayatullah (Bmh) Yogyakarta”

fundraising adalahh : menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan dan pendukung, membangun citra lembaga dan memuaskan donatur.⁴⁷

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa *fundraising* adalah upaya untuk memotivasi masyarakat agar mau menyisihkan sebagian kecil penghasilannya untuk membantu kegiatan amal dengan memberikan dana atau sumber daya yang berguna kepada penerima yang membutuhkan.

Fundraising dapat dimengerti sebagai langkah untuk memengaruhi baik individu, masyarakat, maupun lembaga agar menyumbangkan dana kepada organisasi atau komunitas tertentu. *Fundraising* dalam bahasa inggris diterjemahkan sebagai “penggalangan dana”. *Fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan atau lembaga, komunitas supaya menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.⁴⁸ *Fundraising* adalah aktivitas untuk mengumpulkan dana zakat, infaq, sadaqah, dan sumber daya lainnya dari berbagai elemen masyarakat seperti individu, kelompok, organisasi, dan perusahaan, yang nantinya akan digunakan untuk membantu penerima manfaat.⁴⁹

Tujuan utama dari *fundraising* adalah mengumpulkan dana, di mana dana diartikan sebagai barang atau jasa yang memiliki nilai materi. Ini adalah alasan mendasar mengapa *fundraising* dilakukan. Secara umum, keberhasilan *fundraising* diukur dari kemampuannya menghasilkan dana, karena tanpa dana, sumber daya lainnya tidak dapat terwujud. Kehilangan sumber daya dapat mengancam keberlangsungan sebuah lembaga.

(Yogyakarta, Uin Sunan Kalijaga, 2018), Hal. 18-19

⁴⁷ Ika Nurjannah, “Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras Semarang” (Semarang: UIN Walisongo, 2020)

⁴⁸ April Purwanto, “Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat”, (Yogyakarta: Teras, 2009), Hal.11

⁴⁹ Didin Hanifudin Dan Ahmad Juwaeni, “Membangun Peradaban Zakat”, (Jakarta : Imz, 2006), 47

Tujuan kedua dari *fundraising* adalah untuk menarik donatur baru. Sebuah lembaga harus secara berkelanjutan meningkatkan jumlah donatur. Meningkatkan jumlah donasi dari setiap donatur lebih mudah daripada meningkatkan jumlah donatur itu sendiri.

Tujuan ketiga dari *fundraising* adalah untuk mendapatkan simpatisan dan pendukung. Terkadang, seseorang atau kelompok telah terlibat dalam kegiatan *fundraising* suatu lembaga dan memberikan kesan positif serta simpati, meskipun saat itu mereka tidak mampu menyumbangkan dana. Kelompok seperti ini kemudian menjadi pendukung dan simpatisan lembaga, siap membantu secara informal dengan menjadi promotor atau penginformasi positif kepada orang lain. Kehadiran kelompok pendukung ini memberikan manfaat besar bagi lembaga karena mereka membentuk jaringan informal yang sangat berharga.

Fundraising juga memiliki tujuan untuk membangun reputasi lembaga. Sebagai ujung tombak dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat, *fundraising* berperan penting dalam membentuk persepsi yang layak terhadap lembaga. Citra tersebut dapat berupa positif atau negatif, yang akan memengaruhi bagaimana masyarakat memandang lembaga tersebut. Citra yang positif akan mendukung, menyertai, dan akhirnya mendonasikan dana kepada lembaga, sementara citra negatif dapat mengakibatkan penolakan, keengganan, dan penghindaran terhadap partisipasi donasi.

Tujuan terakhir adalah memenuhi kepuasan donatur, yang memiliki nilai jangka panjang meskipun kegiatan sehari-hari dilakukan secara teknis. Memastikan kepuasan donatur menjadi hal yang krusial karena jika donatur merasa puas, mereka akan memberikan testimoni positif tentang lembaga kepada orang lain secara alami. Ini dapat menjadikan mereka sebagai pendukung lembaga tanpa diminta, diangkat atau dibayar. Namun, sebaliknya jika donatur tidak puas, mereka dapat menghentikan donasinya dan memberikan ulasan negatif

tentang lembaga kepada orang lain. Oleh karena itu, fungsi kegiatan *fundraising* harus berorientasi pada memuaskan donatur.⁵⁰

Dasar hukum terkait *fundraising* di Indonesia diatur dalam Undang-Undang RI nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, yang ditegaskan dalam bab III pasal 24 yang menyatakan bahwa Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat memiliki kewajiban untuk mengalokasikan zakat yang terkumpul kepada penerima yang berhak sesuai dengan ketentuan hukum Islam atau syariat Islam.⁵¹ Menurut teori yang disampaikan oleh April Purwanto, penghimpunan dapat dijelaskan sebagai upaya memengaruhi masyarakat agar menyumbangkan dana dan sumber daya lainnya baik dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau pemerintah, yang digunakan untuk mendukung program dan kegiatan operasional sebuah lembaga, dengan tujuan akhir mencapai misi dan tujuan lembaga tersebut.⁵² Fundraising atau penghimpunan dana dapat dijelaskan sebagai proses mengumpulkan dana dengan cara memengaruhi baik individu maupun masyarakat agar mendukung dengan memberikan simpati dan dukungan, baik dalam bentuk dana maupun sumber daya lainnya.

Berdasarkan tinjauan teori dari para ahli mengenai strategi dan *fundraising*, penulis menyimpulkan bahwa strategi *fundraising* merujuk pada upaya menyusun metode terbaik dalam mengumpulkan dana dengan mempengaruhi baik individu secara personal maupun kelompok masyarakat untuk mendapatkan dukungan dan simpati, baik dalam bentuk dana maupun sumber daya lainnya, guna mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi ini mempertimbangkan berbagai

⁵⁰ Ika Nurjannah, "Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras Semarang" (Semarang: UIN Walisongo, 2020)

⁵¹ Atik Abidah, "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo," Jurnal Kodifikasia, Vol. 10, No. 1, 2016, Hal. 168.

⁵² Ahmad Nursyamsi, "Manajemen Penghimpunan Dana Zis Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas)" (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2014)

kemungkinan yang mungkin terjadi dan memanfaatkan potensi seoptimal mungkin.

2. Tahapan-tahapan strategi

Dalam mencapai kesuksesan, sebuah organisasi perlu mengikuti langkah-langkah terstruktur yang disebut proses manajemen strategis. Proses ini tidak hanya menentukan arah, tetapi juga memberikan panduan yang jelas tentang cara mencapai tujuan. Manajemen strategi, ini terdiri dari beberapa tahap penting diantaranya⁵³ :

a. Perencanaan Strategi

Pada tahap perumusan strategi, terdapat beberapa langkah umum yang harus diperhatikan. Langkah-langkah tersebut meliputi pengembangan visi, misi, dan tujuan, analisis lingkungan internal untuk menilai kekuatan dan kelemahan; serta analisis lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman. Selain itu, memilih strategi yang akan diimplementasikan dan mengembangkan strategi alternatif juga menjadi bagian penting dari proses ini. Dalam perumusan strategi, sikap untuk memutuskan, melaksanakan, memperluas, mengembangkan, menghindari, atau meninggalkan suatu keputusan dalam proses kegiatan juga perlu ditentukan.

b. Implementasi Strategi

Setelah melakukan tahap formulasi strategi selanjutnya implementasi strategi Tahap kedua, yaitu implementasi strategi, melibatkan beberapa sub kegiatan, termasuk pelaksanaan strategi dan pengelolaan isu-isu yang dapat diwujudkan melalui penetapan kebijakan dan tujuan tahunan. Selain itu, pelaksanaan strategi lanjutan mencakup pengalokasian sumber daya dalam berbagai

⁵³ Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep Edisi 12*, terj. Dono Sunardi (Jakarta Salemba Empat, 2011), h.6-8

area seperti pemasaran, akuntansi keuangan, penelitian dan pengembangan, serta manajemen sistem informasi.

c. Evaluasi Strategi

Tahap berikutnya adalah evaluasi strategi. Langkah ini dilakukan untuk menilai apakah strategi yang diimplementasikan sesuai dengan perumusan strategi atau tujuan yang ingin dicapai. Evaluasi juga berfungsi sebagai tolok ukur untuk strategi ke depan. Pada tahap evaluasi, ada tiga kegiatan utama yang dilakukan :

- 1) Meninjau faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar asumsi dalam menentukan strategi.
- 2) Mengukur kinerja yang telah dilaksanakan dengan membandingkan ekspektasi dengan hasil nyata.
- 3) Melakukan tindakan perbaikan jika terjadi ketidaksesuaian, guna memastikan bahwa pelaksanaan berjalan sesuai dengan rencana.

3. Unsur-unsur *Fundraising*

Adapun unsur-unsur *Fundraising* yaitu berupa⁵⁴:

a. Analisis kebutuhan

Analisis kebutuhan mencakup aspek kesesuaian dengan syariat, penyampaian laporan dan pertanggungjawaban, manfaat untuk kesejahteraan umat, pelayanan yang berkualitas, serta menjaga silaturahmi dan komunikasi yang baik. Donatur atau muzakki yang memiliki pemahaman Islam yang baik akan menanyakan bagaimana lembaga mengelola zakat, berharap agar pelaksanaannya sesuai dengan tuntunan syariah. Mereka ingin memastikan bahwa zakat yang mereka bayarkan memiliki nilai di hadapan Allah, tidak sia-sia. Pertanyaan yang diajukan oleh donatur atau muzakki bertujuan untuk menghilangkan keraguan mereka terhadap pelaksanaan pengelolaan zakat oleh lembaga tersebut. Apabila mereka yakin bahwa lembaga tersebut mengelola

⁵⁴ Abidah, Atik, “Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo”,(Kodifikasi,2016), Vol.10 No.1

zakat sesuai dengan prinsip syariah, mereka akan dengan sukarela menyalurkan dana zakatnya kepada lembaga tersebut.

b. Identifikasi donatur/muzakki

Identifikasi donatur dan muzakki merupakan suatu strategi untuk secara kreatif mengenali dan memahami profil donatur dan muzakki, baik itu individu, organisasi, maupun lembaga yang memiliki badan hukum. Ini berarti mengenali segmentasi sebagai sebuah seni dalam mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang tersedia di masyarakat. Sebuah lembaga zakat seharusnya tidak sekadar melihat masyarakat sebagai pasar yang sederhana karena hal ini bisa menyebabkan ketidakcocokan dengan target yang diinginkan. Dengan melakukan identifikasi yang tepat, lembaga zakat dapat mengalokasikan sumber daya mereka secara efektif sesuai dengan segmen-segmen masyarakat yang telah diidentifikasi..

c. Identitas profil donatur dan muzakki

.Ini berguna untuk mendapatkan informasi awal mengenai identitas calon donatur atau muzakki. Profil donatur atau muzakki individu dapat berupa data pribadi atau riwayat hidup, sementara profil calon donatur atau muzakki dari organisasi atau lembaga hukum dapat berbentuk profil perusahaan atau lembaga tersebut.

d. Produk

Dalam manajemen zakat, produk tidak hanya dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang disukai atau tidak oleh seseorang dalam sebuah transaksi, tetapi lebih tepatnya diartikan sebagai kompleksitas yang terdiri dari atribut-atribut yang bisa berwujud maupun tidak. Produk dalam konteks ini mencakup segala hal yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan muzakki, termasuk baik barang maupun jasa. Produk dari lembaga zakat adalah layanan yang dirancang untuk

memudahkan donatur dan muzakki dalam melaksanakan kewajiban zakat mereka.⁵⁵

4. Tujuan *Fundraising*

Fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga amil zakat, tanpa adanya *fundraising* maka kegiatan operasional LAZ akan terhambat. Tujuan dari *fundraising* diantaranya⁵⁶ :

a. Pengumpulan dana

Tujuan utama dari penggalangan dana adalah mengumpulkan dana, yang bisa berupa uang, barang, atau jasa yang memiliki nilai materi.

b. Menghimpun donatur

Selain dana, penggalangan dana juga bertujuan untuk menarik donatur dan menjaga komitmen mereka. Kepuasan donatur sangat penting karena ketidakpuasan dapat menyebabkan mereka berhenti menyumbang dan berbicara negatif tentang organisasi.

c. Menggalang simpatisan dan pendukung

Penggalangan dana juga bertujuan untuk mendapatkan simpatisan dan pendukung, sehingga jumlah dana yang terkumpul dapat meningkat seperti efek bola salju.

d. Membangun citra lembaga

Kegiatan penggalangan dana membantu membangun citra positif organisasi dengan meningkatkan kepercayaan publik dan menjaga hubungan baik dengan donatur agar mereka tidak berpindah ke organisasi lain.

⁵⁵ Furqon, A.” Manajemen zakat”. (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015), 20.

⁵⁶ Yessi Rachmasari et.al., “Penerapan Strategi *Fundraising* Di Rumah Singgah Bina Anak Pertiwi Jakarta”, (Jakarta : Jurnal Prosiding KS, 2016).3.

e. Memberikan kepuasan kepada donatur

Tujuan tertinggi adalah memberikan kepuasan kepada donatur, karena kepuasan ini memperkuat kepercayaan publik dan menjadi aset yang harus dipertahankan untuk jangka panjang.

Dengan demikian, penggalangan dana sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi zakat dan meningkatkan keberlanjutan lembaga.

5. Metode *Fundraising*

Dalam menghadapi urgensi pentingnya *fundraising*, berbagai organisasi amil zakat berupaya mengembangkan strategi penggalangan dana yang inovatif dan kreatif untuk memperoleh donasi sebanyak mungkin serta memastikan kelancaran program-program yang mereka jalankan. Perencanaan strategi ini penting untuk memudahkan langkah-langkah selanjutnya. Secara umum, ada dua strategi atau model utama yang digunakan oleh organisasi nirlaba, terutama yang mengelola zakat, dalam proses penggalangan dana yaitu⁵⁷ :

a. Strategi *Fundraising* Langsung (*direct fundraising*)

Strategi ini melibatkan teknik di mana donatur berpartisipasi secara langsung, dimana proses interaksi dan respons dari muzakki atau donatur dapat dilakukan segera setelah mereka menerima informasi dari fundraiser, baik secara individu maupun dari lembaga.⁵⁸ Contoh dari pendekatan ini termasuk pengiriman surat langsung, iklan langsung, dan *telefundraising* serta presentasi langsung. Strategi penggalangan dana secara langsung melibatkan memberikan motivasi kepada masyarakat melalui ceramah untuk menginspirasi simpati dan dukungan agar mereka bersedia menyumbangkan sebagian dari dana mereka untuk kepentingan

⁵⁷ April Purwanto, "Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat" (Yogyakarta:Teras, 2009), Hal. 30

⁵⁸ Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, Miftah Arifin, "Strategi Fundraising Zakat Profesi Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Di Jepara," (Jurnal Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding, Vol. 2, 2019), Hal. 123.

yang lebih besar daripada kepentingan pribadi mereka. Selain itu, pendekatan ini juga mencakup kunjungan langsung ke rumah-rumah atau instansi untuk mengajukan proposal kegiatan kepada donatur. Tujuan dari strategi langsung tersebut adalah untuk mempermudah proses pengumpulan dana dan sedekah bagi para donatur.

b. Strategi *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Indirect Fundraising adalah metode yang menggunakan teknik atau cara yang tidak langsung melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Fundraiser tidak mengharapkan respon langsung dari muzakki atau donatur pada saat itu. Secara ringkas, pendekatan ini tidak mendorong donatur untuk melakukan donasi secara instan, melainkan lebih fokus pada promosi untuk memperkuat citra lembaga. Contoh-contoh dalam model ini mencakup advertorial, kampanye citra, dan penyelenggaraan acara yang memanfaatkan perantara, membangun hubungan melalui referensi, serta mediasi melibatkan tokoh-tokoh tertentu.⁵⁹

B. Lembaga Amil Zakat (LAZ)

1. Pengertian LAZ

Sesuai dengan Peraturan No. 23 Tahun 2011 dan Peraturan Presiden No. 14 Tahun 2014, Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah organisasi yang ditugaskan oleh pemerintah dengan mengawasi pelaksanaan tugas zakat. Mereka bekerja keras untuk mengumpulkan, mendistribusikan, dan membayar zakat kepada mustahik (orang-orang yang memiliki hak untuk menerima zakat) seperti yang ditentukan oleh hukum Islam.⁶⁰

⁵⁹ Waldan, R. "Rumah Zakat Kalimantan Barat Dalam Tinjauan Manajemen Fundraising". (Dakwatun: Jurnal Manajemen Dakwah,2022)1(2), 61-77.

⁶⁰ Undang-undang No. 23 Tahun 2011. Diakses pada 25 Juni 2019.

2. Syarat-Syarat LAZ

Syarat-Syarat LAZ meliputi⁶¹ :

- a. Muslim: Zakat harus dipraktekkan oleh Muslim karena memiliki makna sosial dan agama bagi Muslim.
- b. Keahlian: Pekerja Zakat harus memiliki keahlian dalam tugas mereka, mulai dari keterampilan fisik hingga pengetahuan dan pemahaman. Untuk memastikan bahwa tidak ada konsekuensi yang tidak terduga dalam hal kesulitan dan kerugian, praktisi zakat yang benar-benar terlibat dalam praktek zakat harus memahami banyak hukum Islam.
- c. Struktur: Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas, LAZ harus memiliki struktur yang sehat saat menerapkan zakat.
- d. Transparansi dan Akuntabilitas: Untuk memastikan kesuksesan dan kepercayaan publik, LAZ harus diimplementasikan dengan cara yang transparan dan bertanggung jawab.
- e. Pengawasan: LAZ perlu memiliki pengawasan internal dan eksternal yang efektif untuk memastikan bahwa tugas dilakukan sesuai dengan hukum dan moral Islam.
- f. Pemberian Izin: LAZ harus diberitahu dan diperiksa oleh pemerintah sesuai dengan undang-undang dan peraturan yang berlaku.

Dengan memenuhi beberapa syarat tersebut, LAZ dapat berfungsi secara efektif dan efisien dalam mewujudkan kesejahteraan umat Islam.

⁶¹ Kalimah, S. "Urgensi Peran Amil Zakat di Indonesia dalam Mewujudkan Kesejahteraan Mustahiq". (El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam, 2018) 4(2), 24-49.

C. Donatur

1. Pengertian Donatur

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), donatur adalah orang yang secara tetap memberikan sumbangan berupa uang kepada suatu perkumpulan dan sejenisnya. Secara sederhana dapat juga disebutkan bahwa donatur adalah orang yang berdonasi.⁶²

Mengutip dari Detik, Santoso Brotodiharjo mengungkapkan pendapatnya dalam repository Universitas Dinamika mengenai definisi donatur. Menurutnya, donatur merupakan orang yang menyumbang dalam bentuk uang kepada perkumpulan tertentu⁶³

2. Hak-hak Donatur

Donatur umumnya beraksi berdasarkan kebiasaan positif untuk kepentingan masyarakat secara umum. Ini merupakan bagian dari budaya memberi dan berbagi yang membantu meningkatkan kualitas hidup. Untuk memastikan penggunaan dana yang benar dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga, donatur memiliki hak-hak tertentu, termasuk⁶⁴:

- a. Mendapat kepastian bahwa sumbangan yang diberikan dikelola secara benar sesuai hukum yang berlaku, berupa laporan keuangan dari sumbangan yang diberikan.
- b. Memperoleh kepastian bahwa sumbangan yang dikeluarkan itu dibelanjakan untuk hal-hal yang telah disepakati bersama. Misalnya transparansi kegunaan dari donasi yang diterima.
- c. Mengetahui apakah pihak yang meminta sumbangan adalah staf organisasi atau sukarelawan, hal ini dilakukan agar sumbangan yang diberikan dapat sampai ke tangan yang tepat.

⁶² <https://kbbi.web.id/donatur> diakses pada hari Kamis 27 Januari 2020 pukul 20:00 WIB

⁶³ Daniel Budi Setyawan, "Rancang Bangun Sistem Informasi Manajemen Donatur pada Yayasan Dana Sosial Al-Falah Surabaya Berbasis WEB", SI, Institut Bisnis dan Informatika (Surabaya, 2017).

⁶⁴ Nuryasin, N. "Peran Strategi NU Care-Lazisnu Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menjadi Donatur" (Studi Kasus Upzis NU Care-Lazisnu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri" .(Doctoral dissertation, IAIN Kediri,2020).

d. Dapat meminta agar nama donatur agar tidak diumumkan secara terbuka kepada publik.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Donatur

Terdapat tiga faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain, yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut⁶⁵ :

a. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemampuan petugas zakat untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan yang mereka miliki. Esensi dari kemampuan adalah sejauh mana petugas zakat dapat berhasil memberikan solusi yang diinginkan oleh masyarakat.

b. Kebaikan hati (*benevolence*)

Kebaikan hati mencerminkan seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap niat baik petugas zakat untuk melayani kepentingan masyarakat. Benevolence melibatkan kesediaan petugas zakat untuk bertindak dengan baik dan peduli terhadap kebutuhan konsumen.

c. Integritas (*integrity*)

Integritas merujuk pada tingkat keyakinan terhadap kejujuran petugas zakat dalam menjaga dan memenuhi komitmen yang telah dibuat kepada masyarakat

⁶⁵ Jasfar, F. *Manajemen jasa: pendekatan terpadu*. (Ghalia Indonesia, 2005).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Jenis penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak didasarkan pada teori yang dipilih sebelumnya, melainkan dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan secara langsung selama penelitian di lapangan (penelitian lapangan).⁶⁶

Creswell menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk menggali dan memahami makna dari pengalaman individu atau kelompok dalam konteks masalah sosial atau kemanusiaan. Selain itu, dalam penelitian kualitatif, ada upaya penting seperti merumuskan pertanyaan, mengumpulkan data, melakukan analisis data secara induktif, dan menafsirkan hasilnya.⁶⁷

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di mana pengumpulan data terjadi langsung di lapangan, tidak didasarkan pada teori yang dipilih sebelumnya tetapi lebih mengikuti fakta-fakta yang terungkap selama proses penelitian.⁶⁸

B. Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Menurut Umi Narimawati, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau asli, bukan tersedia dalam format

⁶⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hal. 3.

⁶⁷ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), Hal. 2-3.

⁶⁸ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagiremajia Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan," *Jurnal Lontar*, Vol. 6, No. 1, (Januari-Juni 2018), Hal. 16.

file, tetapi harus diperoleh melalui narasumber atau responden, yaitu individu yang menjadi subjek penelitian untuk memperoleh informasi dan data.⁶⁹

2. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain, bukan secara langsung dari subjek penelitian. Sumber data ini bisa berupa artikel, jurnal, hasil penelitian sebelumnya, buku, dan tulisan-tulisan yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Data sekunder berbentuk dokumen yang mengandung arsip yang dikumpulkan melalui pengamatan.⁷⁰

C. . Subjek Dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian adalah individu yang berada dalam konteks penelitian dan menjadi sumber informasi. Subjek penelitian juga dapat dipandang sebagai individu yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi di dalam konteks penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memilih subjek dari kalangan yang terlibat dalam bidang *fundraising*, seperti Bapak Habib Amrillah, S.Sos, yang menjabat sebagai Manager *Fundraising* LAZISMU Banyumas.

2. Objek penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah donatur tetap yang menyalurkan dana zakatnya di Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Muhammadiyah Banyumas.

⁶⁹ Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No. 2, Agustus 2017, Hal. 211.

⁷⁰ Ir. M. Iqbal Hasann. M. M., *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2002), Hal 82.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan proses mengamati objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.⁷¹ Margono menjelaskan bahwa pengamatan langsung terjadi ketika peneliti mengamati objek penelitian langsung di tempat kejadian, sementara pengamatan tidak langsung dilakukan melalui media perantara seperti rekaman video, film, atau rangkaian foto..

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan percakapan yang disengaja antara dua pihak, yaitu pewawancara yang bertanya dan terwawancara yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan.⁷² Adapun yang saya wawancarai yaitu Bapak Habib Amrillah, S.Sos selaku manager *fundraising* dan ibu Asri sebagai donatur tetap LAZISMU Banyumas.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penggunaan catatan, arsip, gambar, foto, film, atau dokumen lainnya. Dokumen ini berisi informasi yang relevan dengan masalah penelitian dan dapat diandalkan karena data yang terdapat di dalamnya lengkap dan sah, bukan hanya didasarkan pada perkiraan semata.⁷³ Dalam dokumentasi, peneliti menggunakan media berupa foto untuk mendukung penelitian, sehingga dapat memastikan keabsahan hasil penelitian tanpa dicurigai melakukan manipulasi data.

⁷¹ Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 105

⁷² Lexy J. Meleong, "Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi, Bandung: Pt Remaja Rosdakarya," (Cet-26, 2009), Hal. 186

⁷³ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), Hal. 84

E. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong, analisis data merupakan proses di mana peneliti bekerja dengan data, mengorganisir, memilah-milah menjadi unit yang dapat dikelola, mensistensiskan, mencari pola, menemukan hal yang penting, mengidentifikasi pembelajaran, dan memutuskan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain. Teknik analisis data digunakan untuk menganalisis semua data yang telah dikumpulkan dalam penelitian, dengan fokus pada pendekatan deskriptif untuk menjelaskan fakta-fakta yang ditemukan.

Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga semua informasi yang relevan terungkap. Proses analisis ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data dalam konteks penelitian kualitatif melibatkan proses merangkum, memilih elemen-elemen penting, dan memfokuskan perhatian pada aspek-aspek yang relevan sesuai dengan tujuan dan tema penelitian, serta menghilangkan data yang tidak relevan. Dalam proses ini, peneliti berorientasi pada temuan yang muncul, sehingga setiap penemuan baru menjadi fokus utama dalam mengurangi data. Pengurangan data merupakan bagian penting dari analisis data, di mana peneliti membuat keputusan strategis tentang kode data, pengambilan data yang relevan, dan penyusunan pola rangkuman untuk memastikan bahwa kesimpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasi dengan jelas..⁷⁴

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah mempresentasikan data. Presentasi data bisa berupa deskripsi ringkas,

⁷⁴ Rizki Ananda. "Strategi Komunikasi Fundraising Rumah Zakat Aceh Dalam Membangun Kredibilitas Donatur." Skripsi. (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019).Hal. 92.

diagram, hubungan antar kategori, flowchart, atau format lainnya yang sesuai dengan kebutuhan analisis.⁷⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggambarkan data menggunakan narasi teks agar hasil penelitian mudah dipahami. Penyajian data tidak hanya berfokus pada deskripsi, tetapi juga meliputi gambar, skema, kegiatan, dan tabel. Semua ini disusun secara sistematis untuk memudahkan visualisasi dan pemahaman informasi.

3. Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, tahap selanjutnya adalah pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dibuat bersifat provisional dan dapat berubah jika tidak didukung oleh bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Rumusan masalah juga sementara dan akan berkembang seiring berjalannya penelitian lapangan. Kesimpulan dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya kurang jelas menjadi lebih terperinci setelah penelitian dilakukan.

Tujuan utama dalam penelitian kualitatif adalah menemukan pengetahuan baru yang belum tersedia dalam penelitian sebelumnya. Penemuan ini bisa berupa deskripsi atau gambaran yang lebih memperjelas objek yang sebelumnya kurang dipahami. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan mengolah data mengenai situasi dan kejadian untuk menghasilkan laporan penelitian.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang telah diidentifikasi sejak awal, meskipun ada kemungkinan tidak. Hal ini dikarenakan sifat sementara dari masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif yang terus berkembang sepanjang penelitian lapangan. Namun, jika kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten setelah peneliti

⁷⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2017).

kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap terverifikasi.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum LAZISMU

1. Profil LAZISMU Banyumas

Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Banyumas adalah sebuah organisasi non-profit di tingkat kabupaten yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan dana zakat, infak, wakaf, dan sumbangan keagamaan lainnya secara produktif, baik dari individu maupun lembaga. Lazismu Banyumas resmi didirikan pada 2 Oktober 2010, dengan peluncuran dan pengukuhan pengurus dilakukan oleh Ketua Pimpinan Daerah Muhammadiyah Banyumas. Organisasi ini adalah bagian dari jaringan Lazismu Nasional yang didirikan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah sejak tahun 2002.

LAZISMU didirikan pada tahun 2002 oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah sebagai upaya untuk mengorganisir pengelolaan zakat, infaq, dan shadaqah secara profesional dan terstruktur. Lembaga ini bertujuan untuk menjadi wadah bagi masyarakat yang ingin menyalurkan donasi mereka sesuai dengan prinsip syariah dan amanah.

Latar belakang berdirinya Lazismu Banyumas didasari oleh dua faktor utama. Pertama, Muhammadiyah merasa prihatin terhadap masalah kemiskinan dan kurangnya pendidikan yang masih melanda sebagian besar masyarakat, serta rendahnya upaya pembangunan manusia. Kedua, zakat diyakini memiliki potensi besar dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia, dan pengentasan kemiskinan. Kabupaten Banyumas, yang perekonomiannya terus berkembang, memiliki potensi zakat, infak, dan shodaqoh yang cukup tinggi. Namun, potensi ini belum dikelola dan dimanfaatkan secara optimal, sehingga dampaknya terhadap penyelesaian masalah-masalah tersebut masih belum signifikan.

Lazismu Banyumas didirikan sebagai institusi pengelolaan zakat di tingkat daerah dengan manajemen modern, dengan harapan zakat dapat menjadi solusi atas berbagai masalah sosial yang terus berkembang. Dengan menerapkan budaya kerja yang amanah, profesional, dan transparan, Lazismu Banyumas berupaya untuk berkembang menjadi lembaga zakat yang terpercaya.⁷⁶

Lazismu Banyumas melaksanakan program-programnya dengan dukungan dari Kantor Layanan yang berada di setiap kecamatan dan desa di seluruh Kabupaten Banyumas. Dukungan ini memungkinkan Lazismu untuk melaksanakan program pendayagunaan secara fokus dan tepat sasaran hingga ke daerah-daerah terpencil di Kabupaten Banyumas.

2. Visi dan Misi LAZISMU Banyumas

Dalam mengelola dana zakat di Kabupaten Banyumas, LAZISMU Banyumas memiliki visi dan misi sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi Lembaga Amil Zakat Terpercaya

b. Misi

- 1) Optimalisasi kualitas pengelolaan dana ZIS yang amanah, profesional, dan transparan
- 2) Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif, dan produktif
- 3) Optimalisasi pelayanan donatur

c. Tujuan

- 1) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan dana ZISKA dalam rangka mencapai maksud dan tujuan Persyarikatan.
- 2) Meningkatkan manfaat dana ZISKA untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan dalam rangka mencapai maksud dan tujuan Persyarikatan.

⁷⁶ <https://lazismubanyumas.org/>

- 3) Meningkatkan kemampuan ekonomi umat melalui pemberdayaan usaha - usaha produktif.

3. Lokasi LAZISMU Banyumas

Secara strategis, LAZISMU Banyumas terletak di Jalan dr. Angka No. 1 Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah. Lokasinya berada di kompleks SMA Muhammadiyah, tepat di seberang RSUD Margono Geriatri. Dengan lokasi ini, LAZISMU mudah dijangkau oleh muzakki dan mustahik.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi LAZISMU Banyumas memiliki berbagai unit kerja yang berperan penting dalam organisasi. Pembagian tugas ini menunjukkan bagaimana setiap anggota dengan serius melaksanakan berbagai kegiatan. Adapun struktur organisasi LAZISMU Banyumas sebagai berikut :



Gambar 1 Struktur Organisasi LAZISMU Banyumas

BADAN PENGURUS

Ketua	:	Makhrus, S.E.i., M.Si
Sekretaris	:	Achmad Sobirin, S.E
Anggota	:	1. Dr. Amir, M.Si
	:	2. Dr. Wahyudin, M.Si
	:	3. Dodi Junaedi
	:	4. Toni Setyo Ismanto, S.T., M.M

Badan Eksekutif

Direktur	:	Sabar Waluyo, S.E
Administrasi Umum dan Keuangan	:	1. Galuh Pangastuti, S.Ak
	:	2. Asri Kusmiatun
Pendistribusian dan Pendayagunaan	:	1. Anjar Triadi, S.Si
	:	2. Irfan Awaludin
	:	3. Muflikh Aziz
	:	4. Khaedar Abdussofi, S.Pd
	:	5. Qoninat Nur Fadhillah, S.E
Penghimpunan	:	1. Habib Amrillah, S.Sos
	:	2. Azqiyatul Mu'takhiroh, S.H.I
	:	3. Daniar Rifaldi, S.Pd
	:	4. Muhammad Fattah
	:	5. Rifqi Naufan Ali
Front Office	:	Luthfi Abdul Aziz, S.E
Media	:	Romi Zarida, S.Sos

5. Program-Program LAZISMU Banyumas

Program-program penyaluran dan pemberdayaan dana zakat, infaq dan shodaqoh LAZISMU Banyumas terdiri dari 5 pilar, yang meliputi :

a. Pilar Pendidikan

1) Beastudy Sang Surya

Gerakan ini bertujuan untuk meningkatkan akses ke pendidikan lanjut yang berkualitas dengan memberikan kesempatan kepada generasi muda berprestasi yang menghadapi hambatan ekonomi.

2) Beasiswa Mentari

Gerakan kepedulian sosial untuk menjamin pendidikan melalui pola pengasuh dalam bentuk beastudi untuk siswa yang berasal dari keluarga dhuafa.

3) Peduli Guru

Gerakan sosial ini berfokus pada ranah pendidikan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan kesejahteraan guru honorer dan non-sertifikasi melalui program pemberdayaan.

4) Save Our School

Menggabungkan pengembangan sistem pembelajaran, pembangunan fasilitas, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan pemberian beasiswa di sekolah bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan dan memperbaiki kualitasnya.

5) Sekolah Cerdas

Program pendukung untuk pengadaan dan pembiayaan kebutuhan sekolah bertujuan menunjang kualitas pendidikan yang lebih baik, mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi.

6) Muhammadiyah Schoolarshi Preparation Program (MSPP)

Program pembiayaan pendidikan lanjutan ini bertujuan mempersiapkan kader terbaik untuk melanjutkan studi ke jenjang lebih tinggi di luar negeri, sehingga mereka dapat menjadi generasi yang cerdas dan berilmu.

b. Pilar Kesehatan

1) Peduli Kesehatan

Program Kesehatan yang fokus pada upaya tindakan preventif juga pengobatan dan meningkatkan kemudahan akses kesehatan bagi masyarakat

2) Indonesia Mobile Clinic

Program layanan mobil kesehatan berupa Ambulans Siaga yang beroperasi di sembilan titik kabupaten Banyumas agar memberikan kemudahan mobilitas kesehatan.

c. Pilar Ekonomi

1) Pemberdayaan UMKM

Program pemberdayaan ekonomi melalui pemberian modal usaha dan penguatan usaha dengan skema kemitraan kepada individu atau kelompok usaha.

2) Peternakan Masyarakat Madani

Program pemberdayaan ekonomi berbasis masjid melalui sistem peternakan terpadu untuk jamaah masjid dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pemberdayaan

3) Tani Bangkit

Program pemberdayaan jamaah dalam Gerakan Jamaah Dakwah Jamaah (GJDJ) yang dilakukan untuk memberdayakan petani agar maksimal dalam proses dan hasil tanam sehingga bertambah ilmu dan pendapatannya

d. Pilar Dakwah

1) Da'I Mandiri

Program ini berfokus pada pengembangan sumber daya da'i yang bertugas di daerah pedalaman atau kawasan 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) di Banyumas.

2) Back To Masjid

Program pemakmuran masjid ini bertujuan menjadikan masjid sebagai pusat pembinaan dan pemberdayaan masyarakat sekitar, serta memastikan perawatan sarana masjid.

3) Pemberdayaan Mu'alaf

Pembinaan dan pendampingan untuk mu'alaf diharapkan dapat membantu mereka memahami nilai dan syariat Islam secara menyeluruh.

4) Sinergi Penguatan Persyarikatan

Program Kerjasama kegiatan sosial, dakwah dan keagamaan bersama majelis, lemba dan ortom Muhammadiyah Banyumas.

e. Pilar Kemanusiaan

1) Indonesia Siaga

Program respon tanggap darurat bencana dan pasca bencana mulai dari aktivitas Search and Rescue (SAR), rekonstruksi serta rehabilitasi juga mengupayakan usaha preventif terhadap bencana bersama Muhammadiyah Disaster Management Center (MDMC) dan Lembaga Lingkungan Hidup dan Penanggulangan Bencana (LLHPB) Banyumas.

2) Muhammadiyah Aid

Program inisiatif Muhammadiyah untuk membantu masalah-masalah sosial dan kemanusiaan seperti bencana alam, kelaparan dan masalah kemiskinan lainnya

3) Bedah Rumah

Salah satu program unggulan dalam menangani kebutuhan dasar keluarga dhuafa di Banyumas dengan memberikan bantuan berupa rumah yang layak dan sehat agar dapat berteduh dan menjadi keluarga yang harmonis.

Selain program kerja yang dikelompokkan menjadi 5 pilar, LAZISMU Banyumas juga memiliki program kerja rutin diantaranya :

1) Ramadhan Mencerahkan

Program rutin yang diselenggarakan setiap bulan Ramadhan sebagai bentuk peduli kita terhadap sesama. Juga sebagai fasilitas bagi umat muslim dalam menunaikan ZISKA yang tepat guna dan tepat sasaran

2) Qurban untuk kemanusiaan

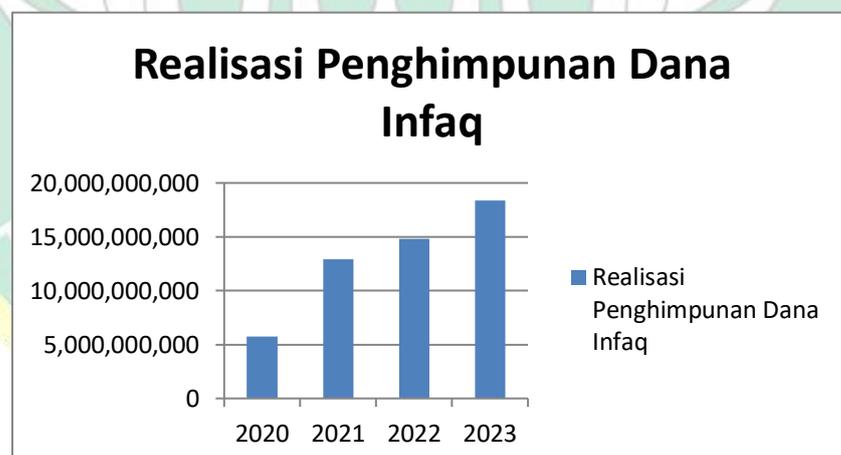
Program Qurban melalui gerakan solidaritas yang ditujukan kepada masyarakat 3T (Terdepan, Terluar dan Tertinggal) dengan prinsip pembagian daging Qurban secara merata dan fokus

B. Kondisi *Spekulasi* Keuangan Dana Zakat, Infaq Dan Shodaqoh

Kondisi *spekulasi* keuangan dana zakat, infaq, dan shodaqoh di LAZISMU Banyumas mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan ini menunjukkan adanya fluktuasi yang tajam dan ketidakpastian dalam jumlah dana yang diterima, dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, sosial, dan kebijakan pemerintah. Walaupun peningkatan jumlah donasi dapat memberikan dampak positif, volatilitas yang menyertainya menghadirkan tantangan baru dalam pengelolaan dana tersebut. LAZISMU Banyumas selalu berupaya untuk meningkatkan jumlah keuangan dana zakat dan infaq tiap tahunnya. Pada tahun 2020 sampai dengan 2023 jumlah keuangan serta jumlah donatur selalu mengalami peningkatan. Sebagaimana laporan dibawah ini :

Grafik 1 Penerimaan Dana Zakat

Sumber : Annual report 2020-2023

Grafik 2 Penerimaan Dana Infaq

Sumber : Annual report 2020-2023

Berdasarkan grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap tahun penghimpunan dana zakat dan infaq di LAZISMU Banyumas mengalami peningkatan yang signifikan. Dimulai pada tahun 2020 dengan total dana zakat Rp. 3.245.797.150 M kemudian melejit dalam waktu tiga tahun menjadi 5.722.904.641 dan peningkatan dana infaq pada tahun 2023

dengan total 5.763.362.044 M kemudian melejit dalam waktu tiga tahun menjadi 18.360.671.031 M pada tahun 2023. Peningkatan tersebut merupakan hasil dari optimalisasi strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas.



Gambar 2 Laporan Keuangan

C. Strategi *Fundraising* di LAZISMU Banyumas

LAZISMU Banyumas merupakan sebuah organisasi non profit yang berfokus pada pengumpulan dan pengelolaan dana zakat, infaq, dan shodaqoh yang berasal dari individu, kelompok, perusahaan, maupun instansi. Oleh karena itu, LAZISMU Banyumas diharapkan mampu menarik minat serta kepercayaan masyarakat untuk menyalurkan zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf melalui mereka.

Untuk dapat menarik minat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, sebuah lembaga zakat perlu memiliki manajemen strategi

fundraising yang efektif. Manajemen strategi adalah proses yang disusun secara terstruktur untuk merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi dengan tujuan memberikan nilai terbaik guna mencapai visi organisasi.

a. Perumusan Strategi/Perencanaan Strategi

LAZISMU Banyumas khususnya divisi *fundraising* melakukan perumusan strategi untuk memastikan muzakki atau donatur mana yang akan dituju. Perencanaan di LAZISMU Banyumas dibagi menjadi dua yaitu perencanaan harian, bulanan dan perencanaan tahunan. Seperti yang disampaikan dalam wawancara dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos selaku manager *fundraising* LAZISMU Banyumas.

*“Terkait perencanaan strategi LAZISMU Banyumas yang pertama yaitu perencanaan tahunan dengan melakukan RAKERDA (Rapat Kerja Daerah) secara internal dan eksternal bersama kantor layanan se Kabupaten Banyumas, dari RAKERDA tersebut akan muncul RAP (Rencana Anggaran Penghimpunan) dalam satu tahun. Kemudian dari adanya RAP tersebut maka perencanaan selanjutnya yaitu perencanaan bulanan dengan menetapkan target penghimpunan dana yang akan dicapai serta strategi apa yang akan dilakukan”.*⁷⁷



Gambar 3
Dokumentasi Rapat Kerja Daerah

⁷⁷ Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 28 Juni 2024

Kegiatan RAKERDA yang dilakukan tiap tahun oleh LAZISMU Banyumas merupakan rencana jangka panjang yang akan dilakukan dalam waktu satu tahun kedepan. Kegiatan ini dilakukan untuk menetapkan target serta RAP (Rencana Anggaran Penghimpunan) yang akan dihimpun serta menyusun rencana anggaran pendistribusian untuk berbagai program dan operasional dalam waktu satu tahun agar jelas, mengadakan program-program utama seperti distribusi zakat fitrah, beasiswa pendidikan, program kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi, mengadakan audit internal dan eksternal untuk memastikan akuntabilitas dan transparansi.



Gambar 4 Grafik Rencana Anggaran Penghimpunan

RAP yang sudah dianggarkan dalam waktu satu tahun merupakan hasil angka prognos 20% dari kenaikan RAP tahun sebelumnya.



Gambar 5 Piagam Penghargaan

Selanjutnya ada rencana bulanan dengan mengadakan rapat internal dengan tim *fundraising* membahas tentang target yang sudah ditentukan bersama tim *fundraising* seperti menetapkan target penghimpunan perbulan, menyusun laporan bulanan tentang penerimaan dan penyaluran dana. Selanjutnya ada perencanaan harian dengan mengelola dan memantau donatur melalui media sosial dan kantor layanan.

LAZISMU Banyumas dalam menghimpun dana dari masyarakat tentunya harus dapat membuat kepercayaan bagi para donatur sehingga mereka mau menyalurkan dana melalui LAZISMU Banyumas. Sesuai dengan visi dari LAZISMU Banyumas yaitu menjadi lembaga amil zakat terpercaya.

b. Pelaksanaan Strategi

Pelaksanaan strategi adalah tahap di mana rencana-rencana yang telah dirumuskan dijalankan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pelaksanaan harus dapat beradaptasi tanpa mengabaikan nilai-nilai inti dalam organisasi. LAZISMU

Banyumas menerapkan strategi ini melalui dua strategi , yakni secara langsung dan tidak langsung, sebagaimana yang dijelaskan dalam wawancara dengan manager *fundraising* LAZISMU Banyumas

*“Penghimpunan dana LAZISMU Banyumas dilakukan dengan menggunakan dua strategi, yaitu strategi fundraising secara langsung dan strategi fundraising secara tidak langsung.”*⁷⁸

Pertama, yaitu secara offline dengan melakukan sosialisasi langsung ke unit-unit pelayanan dan memeberikan edukasi mengenai esensi zakat penguatan branding dan layanan jemput donasi. Pada strategi online, staff divisi media sangat berperan penting dalam mempromosikan dan mengajak masyarakat untuk menunaikan zakat, berinfaq maupun sedekah melalui media sosial.

c. Evaluasi Strategi

Tahap akhir dalam manajemen strategi adalah evaluasi dari strategi yang telah ditentukan pada awal kegiatan dalam organisasi. Di LAZISMU Banyumas, evaluasi dilakukan untuk mengetahui kinerja dari berbagai bagian di dalam lembaga tak terkecuali *fundraising*. Evaluasi dilakukan untuk memperbaiki kinerja, menertibkan pekerjaan serta kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki. Evaluasi juga dilakukan dengan berkomunikasi baik online maupun offline dengan penerima manfaat.

*“ Kita mengadakan evaluasi harian yang dilakukan tiap tiga hari sekali, lalu rapat evaluasi bulanan bersama semua tim dan badan pengurus serta audit kinerja selama satu tahun ”*⁷⁹

⁷⁸ Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 22 Mei 2024

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Habib Amrullah, S.Sos manager fundraising

D. Implementasi Strategi *Fundraising* LAZISMU Banyumas

Program lembaga zakat sangat bergantung pada aktivitas penggalangan dana. Kesuksesan dalam penggalangan dana akan berdampak langsung pada efektivitas distribusi dan pemanfaatan dana tersebut. Oleh karena itu, strategi penggalangan dana yang diterapkan oleh lembaga zakat perlu disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada.

a. Strategi *Fundraising Offline*

1) Sosialisasi

Untuk mempengaruhi masyarakat agar mau menyalurkan dana zakat, infaq dan shodaqoh. LAZISMU Banyumas melakukan sosialisasi berupa kunjungan langsung ke rumah-rumah donatur potensial untuk memberikan informasi dan ajakan berdonasi serta mengadakan pertemuan dengan komunitas lokal, seperti pengajian zakat, sosialisasi ke kantor-kantor cabang dan kantor ranting, melalui instansi, melalui majlis taklim serta langsung kepada para jamaah.

2) Penguatan Branding

Untuk membangun kepercayaan, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta memperluas jangkauan dan dampak dari program-program yang dijalankan. LAZISMU Banyumas memperkuat branding mereka dengan pemasangan banner, pembuatan logo yang mencerminkan nilai dan tujuan LAZISMU serta pemilihan warna dan topografi yang mudah diingat oleh publik. Sehingga orang-orang tahu kemana mereka akan menyalurkan dana zakat, infaq dan shodaqoh.



Gambar 6 Pamflet LAZISMU Banyumas

3) Layanan Jemput Donasi

Layanan Jemput Donasi yang disediakan oleh Lazismu Banyumas mempermudah proses donasi bagi para donatur, baik berupa Zakat, Infaq, Sedekah, Wakaf, maupun bentuk donasi lainnya, terutama bagi mereka yang terhalang oleh jarak. Dengan layanan ini, masyarakat dapat menyumbang tanpa perlu datang langsung ke kantor Lazismu Banyumas, memberikan kemudahan bagi mereka yang berada di lokasi terpencil atau menghadapi kesulitan dalam perjalanan. Layanan Jemput Donasi memastikan bahwa jarak dan waktu tidak menjadi hambatan, memungkinkan donatur untuk berkontribusi dengan nyaman dari rumah mereka. Adapun nomor yang dapat dihubungi untuk memudahkan layanan pembayaran zakat pada LAZISNU Kabupaten Banyumas adalah :

- Lazismu Banyumas 0811 2727 127
- Habib Amrillah, S.Sos 0811 2671 297
- Azqiyatul Mutakhiroh, S.H.I 0812 3551 5172
- Daniar Rifaldi 0858 7606 1334
- Muha
- mmad Fattah 0882 2152 8810
- Rifqi Naufan Ali 0896 3391 5354

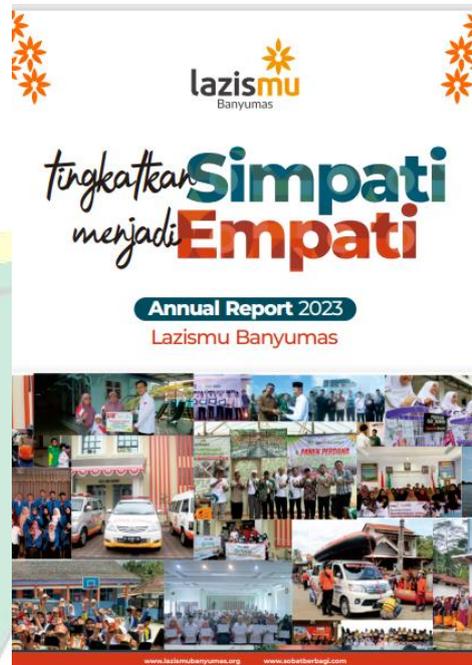


Gambar 7 Layanan Jemput Donasi

4) *Maintenance* Donatur

Maintenance donatur merupakan strategi untuk mempertahankan hubungan dengan donatur melalui pelayanan terbaik dan pembangunan kedekatan emosional. Bagi Lembaga Amil Zakat seperti Lazismu Banyumas, *maintenance* ini memiliki signifikansi besar karena dapat memperkuat hubungan dengan donatur, membangun kepercayaan, dan memastikan kontinuitas dukungan. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Lazismu Banyumas dalam *maintenance* terhadap donatur/muzakki adalah dengan melakukan kunjungan rutin dan memberikan update berkala mengenai kemajuan program dan kegiatan yang didanai oleh mereka. Dan laporan yang jelas dan transparan mengenai penggunaan dana dan hasil dari sumbangan yang telah diberikan serta mendapatkan apresiasi berupa sertifikat penghargaan sebagai bentuk tanda terimakasih. Ini membantu membangun kepercayaan dan memastikan

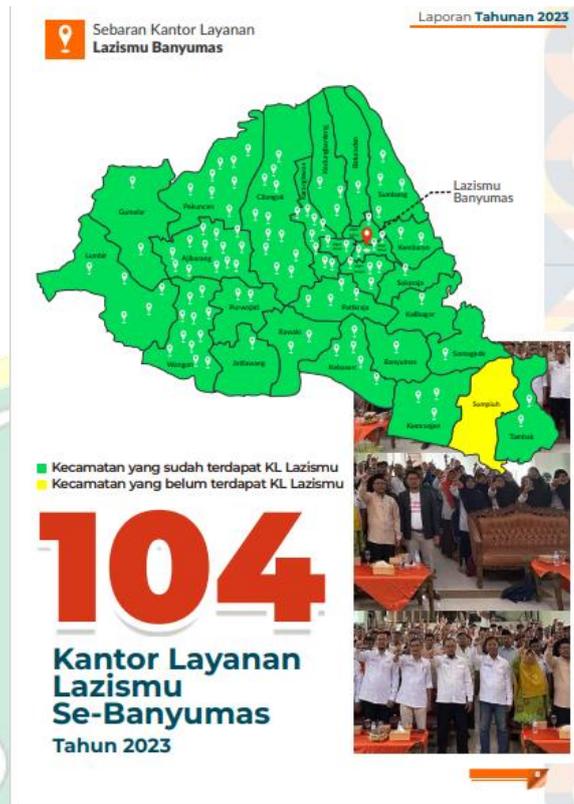
donatur merasa bahwa kontribusinya digunakan dengan baik.



Gambar 8
Annual report/laporan keuangan

5) Pembinaan Kantor Layanan

Memperluas jangkauan zakat melalui pendirian kantor layanan di tingkat kecamatan, cabang, desa, atau ranting merupakan strategi untuk memperluas cakupan lembaga. Kantor-kantor layanan yang dibentuk akan menerima pembinaan dalam administrasi, teknik pengumpulan dana, pelaksanaan program penyaluran, dan pelaporan secara intensif oleh LAZISMU Daerah melalui komunikasi daring maupun tatap muka..



Gambar 9
Peta Kantor Layanan

- 6) Melayani donatur sepenuh hati dengan prinsip 3S (Senyum, Sapa, Salam)

Ketika melakukan donasi di kantor atau saat pengambilan donasi, amil dari LAZISMU menggunakan bahasa yang sopan dan formal dalam berkomunikasi. Sebagai tambahan, setelah donasi diberikan, hak donatur adalah untuk didoakan. Oleh karena itu, mendoakan donatur setelah mereka memberikan donasi merupakan bagian dari prosedur operasional standar (SOP) dan layanan yang diwajibkan oleh amil.



Gambar 10
Kantor Pelayanan

1) Strategi *Fundraising Online*

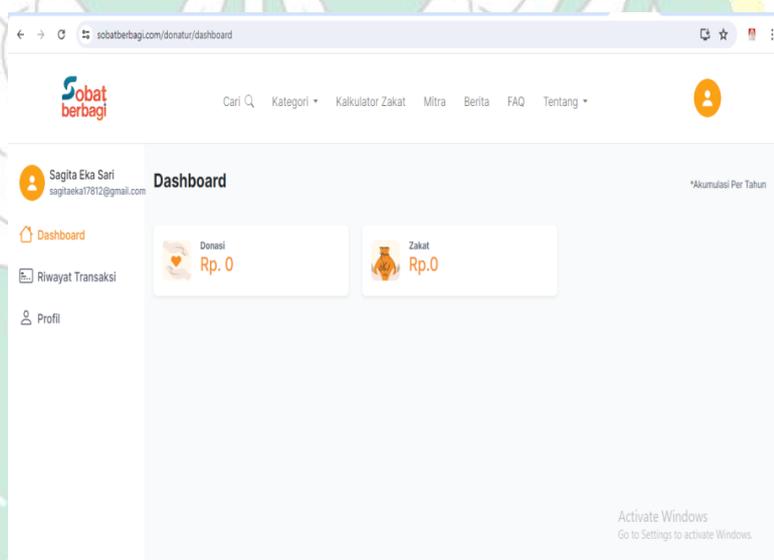
Selain strategi offline, penggunaan strategi online oleh LAZISMU Banyumas merupakan langkah penting dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital. Adapun strategi *fundraising* secara tidak langsung antara lain :

a. Membuat Platform Digital

Penggalangan dana ZIS berbasis online adalah metode untuk mengumpulkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform serta teknologi digital. Dengan memanfaatkan internet dan alat digital lainnya, organisasi seperti LAZISMU Banyumas dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan efisiensi dalam penggalangan dana, serta memudahkan masyarakat dalam proses donasi. Adapun metode melalui online yaitu :

1) Website *Crowdfunding*

Website sebagai metode *fundraising* bagi LAZISMU Banyumas merupakan strategi yang sangat efektif di era digital saat ini. Dengan memanfaatkan teknologi dan internet, LAZISMU Banyumas dapat memaksimalkan potensi teknologi digital untuk menggalang dana lebih efektif dan efisien. Website tidak hanya memudahkan proses donasi tetapi juga meningkatkan transparansi, memperluas jangkauan, dan memperkuat hubungan dengan donatur. Sebagai hasilnya, LAZISMU Banyumas dapat mengumpulkan lebih banyak dana dan memberikan dampak yang lebih besar dalam membantu dan memberdayakan umat.



Gambar 11
Website Sobat Berbagi

Adapun LAZISMU Banyumas telah menyediakan sebuah situs web yang mencakup semua informasi mengenai LAZISMU Banyumas, termasuk profil, program-program, laporan layanan, serta berita dan informasi terkait. Websitenya dapat diakses di www.sobatberbagi.com dan

www.lazismubanyumas.org. Dengan ini, masyarakat dapat mengetahui segala sesuatu tentang LAZISMU Banyumas. Selain itu, situs ini juga menyediakan layanan donasi online dan layanan kalkulator zakat.

2) Social media

Social media merupakan media yang digunakan oleh LAZISMU Banyumas untuk memberikan informasi serta ajakan kepada masyarakat untuk berdonasi. Akun media sosial LAZISMU Banyumas diantaranya :

Instagram : @lazismubanyumas

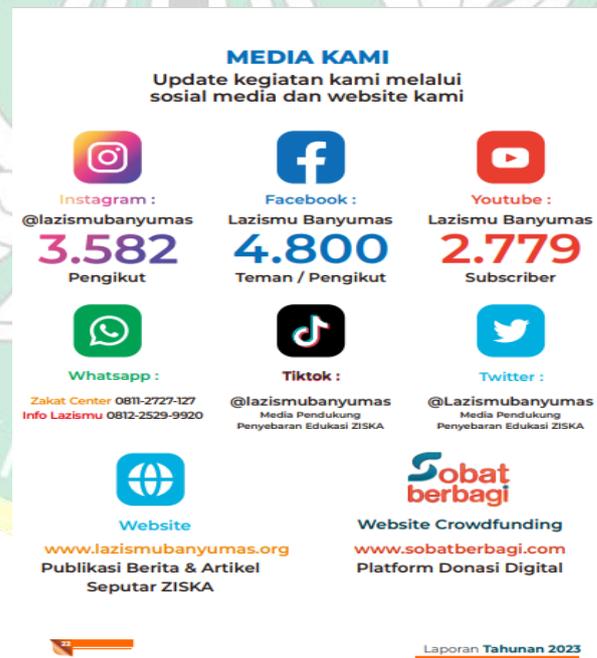
Facebook : Lazismu Banyumas

Youtube : Lazismu Banyumas

Tiktok : @lazismubanyumas

Twiter : @Lazismubanyumas

Whatsapp : 0811-2727-127 (Zakat Center)



Gambar 12
Media sosial LAZISMU Banyumas



Gambar 13
Kampanye ZIS di Instagram

b. Layanan Donasi Online

Layanan transfer donasi LAZISMU Banyumas merupakan salah satu inovasi yang diterapkan untuk mempermudah masyarakat dalam menyalurkan zakat, infak, dan sedekah secara online. Hal ini memudahkan para donatur yang terkendala waktu dan kesibukan sehingga bisa dari jarak jauh dan kapanpun bisa dengan mudah menyalurkan dananya. Sistem donasi online LAZISMU Banyumas bisa melalui transfer melalui Bank, Mobile Banking, OVO, Qris, Dana.

• **Transfer Donasi**

Zakat		Infak	
Bank Syariah Indonesia	7333744443	Bank Syariah Indonesia	7333755558
Bank Jateng Syariah	5043065666	Bank Jateng Syariah	5042005555
Bank Muamalat	5410111111	Bank Muamalat	5410444444
Bank Mega Syariah	2009024005	Bank Mega Syariah	2009080080
BTM Banyumas	1010101619	BTM Banyumas	1010101803
BNI	310003499	BNI	310003498

Rekening Donasi a.n Lazismu Banyumas | Konfirmasi Transfer 0811 2727 127

• **Scan Donasi**



• **Website Crowdfunding**



Gambar 14 Layanan Donasi Online

c. Pembagian Tugas

Pembagian tugas Lazismu Banyumas dibuat supaya semua staff tidak saling tumpang tindih dalam tugas yang dilaksanakan dan memudahkan untuk mengontrol kinerja serta memudahkan koordinasi antar staff maupun divisi.

Di bagian Fundraising itu sendiri, ada 8 orang orang, dan semua sudah paham tentang apa yang menjadi tugasnya karena kita memang sudah ada jobdesc masing – masing sehingga, semua bekerja sesuai dengan jobdesc nya sehingga nanti pimpinan mudah mengontrol dan kita juga lebih mudah koordinasinya. Dengan menggunakan media offline dan online diatas maka diatas maka LAZISMU Banyumas membagi beberapa tugas kepada tim fundraising diantaranya⁸⁰:

a. Manager Fundraising

Manager Fundraising adalah individu yang bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan penggalangan dana (*fundraising*) dalam sebuah organisasi, lembaga amal, atau non-profit. Bapak Habib Amrillah, S.Sos selaku manager *fundraising* berperan penting dalam mengidentifikasi sumber pendanaan potensial, membangun

⁸⁰ Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 28 Juni 2024

hubungan dengan donatur, dan memastikan bahwa target pendapatan yang telah ditetapkan tercapai.

b. Petugas *Fundraising* Wilayah

Petugas *Fundraising* Wilayah adalah individu yang bertanggung jawab atas pelaksanaan dan pengelolaan kegiatan penggalangan dana di wilayah atau area tertentu dalam suatu organisasi atau lembaga amal. Sebagai Petugas *Fundraising* Wilayah di LAZISMU Banyumas, terdapat tanggung jawab dan tugas-tugas khusus yang perlu dijalankan untuk memastikan keberhasilan kegiatan penggalangan dana di wilayah tersebut. Seperti melakukan koordinasi dengan kantor pusat serta melaporkan perkembangan, tantangan, dan kebutuhan khusus yang dihadapi di wilayah Banyumas.

c. Koordinator Media

Sebagai Koordinator Media di LAZISMU Banyumas, Romi Zarida, S.Sos bertanggung jawab untuk mengelola semua aspek komunikasi dan promosi melalui berbagai saluran media. Yaitu mengelola akun media sosial resmi LAZISMU Banyumas, termasuk membuat konten yang menarik dan informatif serta memonitor dan merespons interaksi serta feedback dari pengikut media sosia.

d. Penanggung Jawab *Data Base*

Sebagai Penanggung Jawab Database di LAZISMU Banyumas, memiliki tanggung jawab untuk mengelola, memelihara, dan memanfaatkan database informasi donatur dan kegiatan organisasi. Tugas seorang data base di LAZISMU Banyumas yaitu mengelola strategi alarm zakat strategi pengiriman pesan dan pengiriman laporan tentang laporan dana zakat, infaq dan shodaqoh. Melalui pesan whatsapp dan juga annual repost.

e. *Petugas Crowdfunding*

Lazismu Banyumas sendiri telah meluncurkan platform donasi digital bernama *sobatberbagi.com* yang memudahkan masyarakat untuk berdonasi tanpa biaya tambahan dan potongan, Sebagai Petugas Crowdfunding di LAZISMU Banyumas memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengelola kampanye crowdfunding yang bertujuan mengumpulkan dana untuk berbagai proyek dan kegiatan amal dalam pengelolaan dana melalui *sobat berbagi.com*

f. FO (*Frant Office*)

Sebagai seorang Front Officer di LAZISU Banyumas, Luthfi Abdul Aziz, S.E memiliki tanggung jawab menjaga kantor unit dan melayani donatur yang pergi langsung ke kantor.

d. Realisasi Pencapaian Jumlah Donatur

LAZISMU Banyumas selalu berupaya untuk meningkatkan jumlah donatur setiap tahunnya. Pada tahun 2020 sampai 2023 di LAZISMU Banyumas jumlah donatur selalu mengalami peningkatan. Sebagaimana dalam tabel dibawah ini :

Tabel 2

Jumlah Peningkatan Muzakki

Tahun	Jumlah Donatur
2020	5.784
2021	6.221
2022	8.124
2023	9.841

Sumber : *Laporan Tahunan LAZISMU Banyumas*, jumlah peningkatan muzakki

Berdasarkan pemaparan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah muzakki/donatur pada Lembaga Amil Zakat Infaq

Dan Shodaqoh Muhammadiyah selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya.

E. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah usaha-usaha untuk memonitor hasil-hasil dari perumusan (formulasi) dan penerapan (implementasi) strategi termasuk mengukur kinerja organisasi, serta mengambil langkahlangkah perbaikan jika diperlukan. Dengan strategi ini seorang manajer dapat mengetahui berbagai macam kendala yang dihadapi saat proses implementasi strategi berjalan. Jika proses ini dilakukan secara berkala, maka implementasi strategi akan berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, karena strategi evaluasi juga dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan atau problematika dalam implementasi strategi yang telah diformulasikan.

Setelah melakukan perencanaan strategi dan dilanjutkan dengan implementasi strategi, maka langkah yang terakhir adalah melakukan evaluasi strategi. Tahapan ini berfungsi untuk menilai apakah strategi yang dilakukan telah berhasil atau tidak dan menjadi tolak ukur strategi berikutnya.

LAZISMU Banyumas merupakan sebuah organisasi yang menerapkan fungsi-fungsi manajemen, salah satunya adalah evaluasi. Seperti yang disampaikan dalam wawancara dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos selaku manager *fundraising* LAZISMU Banyumas.

*“Dalam kegiatan evaluasi LAZIMU Banyumas menggunakan evaluasi harian, mingguan dan bulanan. Evaluasi harian dilakukan setiap tiga hari sekali yang dilakukan secara internal, apa saja rencana dan kegiatan yang belum terlaksana. Sedangkan evaluasi bulanan dilakukan setiap akhir bulan seperti closingan bersama dan juga evaluasi bulanan yang dilakukan badan pengurus secara bertahap”.*⁸¹

⁸¹ Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 28 Juni 2024

LAZISMU Banyumas melakukan berbagai jenis evaluasi secara rutin, meliputi evaluasi harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Evaluasi harian biasanya diadakan di pagi hari antara manajer *fundraising* dan staf *fundraising*. Dalam evaluasi ini, manajer *fundraising* memulai dengan menanyakan masalah yang dihadapi di lapangan, kemudian staf *fundraising* menyampaikan laporan harian mereka. Sesi diakhiri dengan diskusi mengenai solusi atau strategi untuk mengatasi masalah yang ada. Perbedaan antara evaluasi harian, mingguan, bulanan, dan tahunan terletak pada target yang telah ditetapkan di awal tahun, yang kemudian dipecah menjadi target harian, mingguan, bulanan, atau semesteran sesuai dengan target dan program yang telah ditentukan.

Tabel 3

Jumlah penghimpunan dana zakat dan infaq tahun 2020-2023

No	Tahun	Infaq	Zakat
1	2020	Rp. 5.763.362.044	Rp. 3.245.797.150
2	2021	Rp. 12.887.418.985	Rp. 4.188.622.518
3	2022	Rp. 14.821.669.819	Rp. 4.344.529.764
4	2023	Rp. 18.360.671.031	Rp. 5.722.904.641

Dari tabel di atas, dapat terlihat bahwa meskipun total pengumpulan dana ZIS selalu tercapai, pertumbuhan zakat cenderung lebih lambat dibandingkan dengan infaq. Pengumpulan dana zakat sering kali menjadi fokus evaluasi karena pertumbuhannya yang lebih lambat dibandingkan dengan infaq.

Tabel 3

Jumlah Donatur LAZISMU Banyumas Tahun 2020-2023

No	Tahun	Jumlah Donatur
1	2020	5.784
2	2021	6.221
3	2022	8.124
4	2023	9.841

Adapun realisasi dari strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah donaturnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISMU Banyumas dinilai efektif dalam meningkatkan jumlah muzakki atau donatur.

F. Analisi Strategi *Fundraising* LAZISMU Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur

Setiap lembaga, terutama lembaga sosial, memiliki cara unik dalam mempromosikan program-programnya kepada muzakki dan calon muzakki. Mereka dituntut untuk menciptakan ide-ide kreatif dan merancang strategi yang matang. Lembaga tersebut harus menjalankan strategi ini dengan baik dan maksimal, seperti dalam strategi *fundraising* untuk pembayaran zakat, infak, dan sedekah. Pengumpulan dana zakat sangat tergantung pada muzakki. Jika banyak donatur yang tergerak hatinya, dana zakat, infak, dan sedekah yang terkumpul akan optimal. Sebaliknya, jika donatur belum memahami pentingnya membayar zakat, pengumpulan zakat bisa terhambat atau tidak maksimal. Kegiatan *fundraising* sangat penting bagi LAZISMU Banyumas untuk menjalankan program-program yang direncanakan. *Fundraising* berpengaruh besar terhadap perkembangan lembaga sosial, termasuk LAZISMU Banyumas.

Strategi yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas telah sejalan dengan teori manajemen strategis yang dikemukakan oleh Fred R. David dalam buku *Strategic Management* Edisi 12, bahwa LAZISMU Banyumas telah melakukan perencanaan / perumusan strategi dengan mengadakan rapat secara internal dan eksternal serta memiliki tujuan yang akan dicapai seperti membuat RAP untuk jumlah target anggaran dana yang akan dihimpun dalam waktu satu tahun.

LAZISMU Banyumas juga telah mengimplementasikan strategi dengan menggunakan teknologi digital seperti website dan media sosial serta melakukan kampanye berupa sosialisasi kepada masyarakat. Langkah-langkah ini menunjukkan penerapan yang efektif dari strategi yang telah diformulasikan, sesuai dengan teori Fred R. David. LAZISMU Banyumas melakukan audit, dan evaluasi harian, bulanan serta mingguan. Proses ini menunjukkan bahwa mereka, secara sistematis menilai dan meningkatkan strategi mereka.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam rangka meningkatkan jumlah donatur, maka dapat diambil kesimpulan Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas berhasil meningkatkan jumlah donatur, yaitu adanya sistem transparansi dengan penekanan pada kampanye digital, pengorganisasian acara penggalangan dana.

Penerapan strategi evaluasi yang teratur meliputi evaluasi harian, mingguan, bulanan, dan tahunan memegang peranan penting dalam memantau dan menyesuaikan kegiatan *fundraising*, sehingga LAZISMU Banyumas dapat terus menyempurnakan pendekatannya dan mencapai target yang telah ditetapkan.

Dengan membangun hubungan yang solid dengan donatur, menjaga transparansi dalam laporan penggunaan dana, serta menerapkan metode inovatif seperti crowdfunding, LAZISMU Banyumas berhasil memperluas jangkauan donaturnya dan meningkatkan jumlah kontribusi yang diterima. Keberhasilan strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas sangat dipengaruhi oleh koordinasi yang baik antara tim *fundraising* dan dukungan internal organisasi, serta pengelolaan data donatur yang efektif.

Akan tetapi keberhasilan LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur tidak hanya karena adanya strategi *fundraising*, melainkan adanya sistem yang dilakukan oleh LAZISMU Banyumas berupa transparansi keuangan.

Secara keseluruhan, strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas telah memberikan efek positif pada peningkatan jumlah donatur, dan untuk perbaikan ke depan, fokus bisa diarahkan pada peningkatan inovasi serta penguatan hubungan dengan donatur.



B. Saran

Peningkatan jumlah donatur dari tahun 2020 hingga 2023 adalah pencapaian luar biasa dan menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas efektif. Meski demikian, pencapaian ini harus terus ditingkatkan mengingat potensi besar yang dimiliki Indonesia.

LAZISMU Banyumas juga perlu terus mengembangkan dan memaksimalkan sumber daya yang ada, mengingat banyaknya pesaing yang bergerak di bidang serupa. Selain itu, LAZISMU Banyumas harus konsisten menjaga kepercayaan masyarakat dengan tetap menjadi lembaga yang terpercaya.

Penggunaan potensi digital juga harus dioptimalkan, terutama mengingat era digital saat ini. Oleh karena itu, pembuatan aplikasi dan konten media sosial untuk gadget perlu dipertimbangkan.



DAFTAR PUSTAKA

- A. M. Kardiman, Pengantar Ilmu Manajemen (Jakarta : PronHallindo), h. 58
- A. M. Kardiman, Pengantar Ilmu Manajemen (Jakarta: Pron Hallindo T, T), Hal. 58
- Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, Miftah Arifin, “Strategi Fundraising Zakat Profesi
- Aang Kunaifi, Manajemen Pemasaran Syariah: Pendekatan Human Spirit, (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016), Hal. 145.
- Abdul Rivai Dan Darsono Prawironegoro, Manajemen Strategis, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), Hal 6
- Abidah, A. (2016). Analisis strategi *fundraising* terhadap peningkatan pengelolaan ZIS pada lembaga amil zakat kabupaten ponorogo. Kodifikasia, 10(1), 144946.
- Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding, Vol. 2, 2019, Hal. 123.
- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, Metode Penelitian Kualitatif, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), Hal. 2-3.
- Agustinus Sri Wahyudi, Manajemen Strategik; Pengantar Proses Berfikir Strategik
- Ahmad Nursyamsi, “Manajemen Penghimpunan Dana Zis Pada Badan Amil Zakat
- Al-Faizin. (2018). Konsep Zakat dan Fungsinya Bagi Sosial Dan Ekonomi Masyarakat (Kajian Tafsir Ekonomi Dari Surat At-Taubah Ayat 103) (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Alwi, R. S. (2022). Optimalisasi Penghimpunan Dana Zakat Dalam Mencapai Target di LAZISMU Banyumas (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Amalia, H. (2017). Sistem Informasi Pengolahan Dana Donasi. Jurnal Perspektif, 15(1), 1-6.
- Amin, S. M. (2013). Ilmu Dakwah (2nd ed.). AMZAH
- Ansori, T. (2018). Pengelolaan dana zakat produktif untuk pemberdayaan mustahik pada LAZISNU Ponorogo. Muslim Heritage, 3(1), 177-196

- April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat,
- April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat, (Yogyakarta: Teras, 2009) h.12
- April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat,
- April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat,
- April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat
- Aslami, N., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Pengukuran Kinerja Islami Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumut Dengan Menggunakan Pendekatan Masalah Performa (MaP). *Mumtaz: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 27-43.
- Asma'ul Khoiriyah, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Sarana Prasarana
- Atik Abidah, "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo," *Jurnal Kodifikasia*, Vol. 10, No. 1, 2016, Hal. 168.
- Chaniago. (2015). Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan . *Jurnal Hukum Islam*, 13(1), 47-56.
- Chaniago. (2015). Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan . *Jurnal Hukum Islam*, 13(1), 47-56.
- Chasanah, C. (2015). Pendayagunaan Zakat Produktif Melalui Program Microfinance Syariah Berbasis Masyarakat (Misykat). Skripsi. UIN Walisongo. Semarang.CV. Alfabeta
- Daniel Budi Setyawan, "Rancang Bangun Sistem Informasi Manajemen Donatur pada Yayasan Dana Sosial Al-Falah Surabaya Berbasis WEB", SI, Institut Bisnis dan Informatika Surabaya, 2017.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi : Konsep* Jakarta. Salemba Empat Edis
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Percetakan Diponegoro, 2005) diakses pada tanggal 21 Maret 2019
- Didin dan Ahmad Juwaini, *Membangun Peradaban Zakat, Meniti Jalan Kegemilangan Zakat* (Ciputat : Divisi Publikasi Institut Manajemen Zakat, 2007) h. 1-4
- Didin Hanifudin Dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta : Imz,

- Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagiremaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan," *Jurnal Lontar*, Vol. 6, No. 1, (Januari-Juni 2018), Hal. 16.
- Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 105
- Erik Juliansyah, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi," *Jurnal Ekonomak*, Vol. 3, N.2, Agustus 2017, Hal 21.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), Hal. 84.
- Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep Edisi 12*, terj. Dono Sunardi (Jakarta Salemba Empat, 2011), h.6-8
- Fred R. David, *Strategi Management Concepts And Cases*, (America, 2009), Hal.
- Furqon, A. (2015). *Manajemen zakat*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, ed. Husnu Abadi (Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2020) : 163-164
- Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 28 Juni 2024
- Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 22 Mei 2024
- Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 28 Juni 2024
- Hasil wawancara pribadi dengan Bapak Habib Amrillah, S.Sos (Manager Fundraising LAZISMU Banyumas), pada tanggal 28 Juni 2024
- Hidayati, S. N. (2020). *Analisis Strategi Fundraising Gerakan Koin-NU Peduli Dalam Mendapatkan Donasi (Studi Pada NU Care-Lazisnu MWC Ngronggot Nganjuk)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Hidayatullah (Bmh) *Perwakilan Bengkulu*" (Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2019), Hal. 28-29

<http://www.koran-jakarta.com/potensi-zakat-di-indonesia-capai-rp217-triliun/>

<https://amartha.com/en/blog/work-smart/tujuh-contoh-strategi-promosi-yang-tepat-untuk->

<https://kbbi.web.id/donatur> diakses pada hari Kamis 27 Januari 2020 pukul 20:00 WIB

<https://lazismubanyumas.org/> <https://kbbi.web.id/donatur.html> diakses pada 25 April 2020 pukul 09.00 WIB.

Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.2

Husein Umar, *Strategic Management in Action*, h.31

Husniati Salma, Dede Nurohman, *Strategi Digital Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Serta Penyaluran*

Ika Nurjannah, "Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras

Ika Nurjannah, "Fundraising Dan Pendistribusian Di Organisasi Sedekah Beras

Ir. M. Iqbal Hasann. M. M., *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*,

Ita Rufiyati, "Manajemen Fundraising Di Baitul Maal Hidayatullah (Bmh) Yogyakarta"

Jasfar, F. (2005). *Manajemen jasa: pendekatan terpadu*. Ghalia Indonesia.

Kalimah, S. (2018). Urgensi Peran Amil Zakat di Indonesia dalam Mewujudkan Kesejahteraan Mustahiq. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 4(2), 24-49.

Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2008, h.149

Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Medan" (Medan: UIN Sumatera Utara,

Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, Cet-26, 2009, Hal. 186

Manajemen Pengelolaan Zakat (Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009), h. 65

Mas' Ula, S. (2020). *Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Lembaga Zis (Zakat, Infaq, Sedekah) Dan Waqof. Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan*

Kesejahteraan Masyarakat Melalui Lembaga Zis (Zakat, Infaq, Sedekah) Dan Waqof, 1-16.

Membangun Kredibilitas Donatur.” Skripsi. (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry,

Muhammad Zen, dkk. Zakat Dan Wirausaha. (Jakarta: Centre for Entrepreneurship Development, 2005) h.1

Nasional (Baznas)” (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2014)

Nuning Indah Pratiwi, “Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi,” Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Vol. 1, No. 2, Agustus 2017, Hal. 211.

Nur Malik Ibrahim, “Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal

Nuryasin, N. (2020). Peran Strategi NU Care-Lazisnu Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menjadi Donatur (Studi Kasus Upzis NU Care-Lazisnu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

nya Di Indonesia (Tulung Agung: Biru Atma Jaya, 2021)

Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) Di Jepara,” Jurnal Conference On Islamic Management,

Pendidikan Di Muhammadiyah Broading School (Mbs) K.H. Ahmad Dahlan Ungaran”

Rachmat, Manajemen Strategik (Bandung : Pustaka Setia, 2014), h. 2

Rafiudin Dan Manna Abdul Djaliel, Prinsip Dan Strategi Dakwah, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), Hal. 76

Rahmawati, L. (2016). Sistem Kebijakan Fiskal Modern dan Islam. *Oeconomicus Journal Of Economics*, 1(1), 21-48

Rizki Ananda. “Strategi Komunikasi Fundraising Rumah Zakat Aceh Dalam

Rizky Akbar, “Strategi Pengumpulan Dan Pendistribusian Zakat Infak Sedekah Di

Semarang” (Semarang: UIN Walisongo, 2020)

Semarang” (Semarang: UIN Walisongo, 2020)

Solihan, M.Manajemen Zakat Dalam Upaya Pengembangan Dakwah Di Indonesia. *Jurnal MD*, 8(1), 127-150.

- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2015), Hal. 3.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), cetakan ke-8, h.225
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Bandung : Alfabeta, 2018), 145.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung:
- Sutanto Priyo Hastono, Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik Dan Prosedur Analisis 1 st ed. (Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2020) : 193.
- Syahputra, D. A., & Makhrus, M. (2020). Strategi Pengelolaan Zakat pada Organisasi Pengelola Zakat di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 183-195.
- Tim Penyusun Direktorat Pemberdayaan Zakat, Manajemen Pengelolaan Zakat,
- Trisnaini, L., Muslimin, K., & Murniati, M. (2023). FORMULA KOMUNIKASI ORGANISASI PENGURUS PMII KOMISARIAT SULTAN HADLIRIN UNISNU JEPARA. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 179-182.
- Ulpah, M. (2021). Strategi Corporate Fundraising Zakat Infaq Shodaqoh Pada Lazismu Jakarta. *Madani Syari'ah*, 4(2), 1-12
- Undang-undang No. 23 Tahun 2011. Pasal. Diakses pada 25 Juni 2019.
- Waldan, R. (2022). Rumah Zakat Kalimantan Barat Dalam Tinjauan Manajemen Fundraising. *Dakwatun: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 61-77.
- Yessi Rachmasari dkk, Penerapan Strategi Fundraising Di Rumah Singgah Bina Anak Pertiwi Jakarta, *Jurnal Prosiding KS*, Volume 3 No. 3, Jakarta
- Zuhri Abdussamad, Metode Penelitian Kualitatif, ed. Patta Rapanna (Makassar : CV. Syakir Media Press,2021): 160-161



LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pedoman Wawancara Manager *Fundraising* LAZISMU Banyumas

1. Apa strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur?
2. Bagaimana implementasi strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas?
3. Bagaimana cara evaluasi efektivitas dari strategi-strategi tersebut?
4. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi *fundraising*, dan bagaimana cara Anda mengatasinya
5. bagaimana LAZISMU Banyumas membangun dan menjaga hubungan dengan donatur?
6. Apa hambatan-hambatan yang dihadapi Lazismu Banyumas dalam *fundraising*

B. Pedoman Wawancara Donatur LAZISMU Banyumas

1. Apa pendapat Anda tentang strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas?
2. Bagaimana menurut Anda mengenai komunikasi dan transparansi dari LAZISMU Banyumas terkait penggunaan dana donasi?
3. Bagaimana menurut Anda tentang metode *fundraising* baru yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas, seperti crowdfunding?
4. Apakah Anda memiliki saran atau harapan untuk strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas ke depan

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

A. Hasil Wawancara Manager *Fundraising* LAZISMU Banyumas

1. Apa strategi LAZISMU Banyumas dalam meningkatkan jumlah donatur?

Jawab : Jadi agar masyarakat percaya dan mau menyalurkan danannya melalui LAZISMU Banyumas, kami menawarkan program-program yang jelas, kami mengadakan sosialisasi berupa edukasi tentang zakat, infaq dan shodaqoh, mengoptimalkan kampanye zakat menggunakan media sosial, kantor kita juga teraudit tidak sembarangan serta para amil di LAZISMU Banyumas ini sudah memiliki sertifikat kompetensi dan kita juga transparan terhadap penerimaan dana dan penyaluran donasi..

2. Bagaimana implementasi LAZISMU Banyumas?

Jawab : Implementasi strateginya menggunakan dua metode yaitu secara langsung dan tidak langsung. *Fundraising* secara langsung kita mengadakan seperti kegiatan sosialisasi ke kantor-kantor layanan dan layanan jemput donasi, strategi secara online yaitu melalui platform digital yaitu sobat berbagi.com, menggunakan media sosial seperti tiktok, youtube, twiter, instagram untuk membuat konten yang menarik. Dan setiap tim *fundraising* memiliki tugas dan tanggung jawan masing-masing.

3. Bagaimana cara evaluasi efektivitas dari strategi-strategi tersebut?

Jawab : Kami melakukan evaluasi rutin untuk memonitor efektivitas strategi kami. Evaluasi ini mencakup analisis hasil kampanye harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Kami menggunakan data dari laporan donasi dan feedback dari donatur untuk menilai sejauh mana strategi kami berhasil. Dengan evaluasi

ini, kami dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan.

4. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi *fundraising*, dan bagaimana cara Anda mengatasinya

Jawab : Salah satu tantangan terbesar adalah mempertahankan keterlibatan dan minat donatur. Untuk mengatasi hal ini, kami berfokus pada peningkatan komunikasi dengan donatur melalui laporan transparan mengenai penggunaan dana dan dampak dari donasi mereka. Kami juga terus berinovasi dalam metode *fundraising* untuk menjaga agar kegiatan kami tetap menarik dan relevan.

5. Bagaimana LAZISMU Banyumas membangun dan menjaga hubungan dengan donatur?

Jawab : Kami sangat menghargai hubungan yang kami miliki dengan donatur. Kami memastikan untuk berkomunikasi secara reguler melalui newsletter dan update mengenai proyek-proyek kami. Selain itu, kami mengadakan acara khusus untuk donatur sebagai bentuk apresiasi dan untuk mempererat hubungan. Kami juga selalu terbuka terhadap umpan balik dari donatur untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka.

6. Apa hambatan-hambatan yang dihadapi Lazismu Banyumas dalam *fundraising*

Jawab : Salah satu hambatan yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya berzakat. Selain itu, kami juga menghadapi masalah internal di Lazismu Banyumas sendiri, seperti kurangnya sumber daya manusia yang cukup.

B. Hasil Wawancara Donatur LAZISMU Banyumas

1. Apa pendapat Anda tentang strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas?

Jawab : Secara umum, saya merasa strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas cukup efektif. Kampanye digital mereka sangat menarik dan mudah diakses. Saya juga menghargai acara-acara penggalangan dana yang mereka adakan, seperti bazar dan konser amal. Selain itu, kemitraan yang mereka bangun dengan berbagai pihak juga membantu dalam memperluas jangkauan mereka.

2. Bagaimana menurut Anda mengenai komunikasi dan transparansi dari LAZISMU Banyumas terkait penggunaan dana donasi?

Jawab : Saya sangat puas dengan komunikasi dan transparansi yang diberikan oleh LAZISMU Banyumas. Mereka secara rutin mengirimkan laporan yang jelas dan terperinci mengenai bagaimana dana kami digunakan. Saya juga mendapatkan update berkala tentang proyek-proyek yang didukung oleh donasi kami, sehingga saya merasa lebih yakin bahwa kontribusi saya memberikan dampak yang nyata.

3. Bagaimana menurut Anda tentang metode *fundraising* baru yang diterapkan oleh LAZISMU Banyumas, seperti crowdfunding?

Jawab : Saya sangat mendukung penggunaan crowdfunding sebagai metode baru. Ini memberi kesempatan bagi lebih banyak orang untuk berkontribusi dan terlibat dalam proyek-proyek tertentu. Saya merasa bahwa metode ini bisa memperluas basis donatur dan membuat *fundraising* lebih inklusif. Saya berharap mereka terus mengeksplorasi dan mengembangkan metode-metode inovatif seperti ini.

4. Apakah Anda memiliki saran atau harapan untuk strategi *fundraising* LAZISMU Banyumas ke depan

Jawab : Saya berharap LAZISMU Banyumas dapat terus berinovasi dalam pendekatan *fundraising* mereka. Memperkuat hubungan dengan donatur dan menyediakan lebih banyak platform bagi donatur untuk terlibat akan sangat bermanfaat. Selain itu, terus menjaga transparansi dan memberikan update yang jelas tentang dampak dari donasi akan membantu dalam mempertahankan kepercayaan dan dukungan dari donatur.



Lampiran 4 : Gambar 1 Piagam Penghargaan Hasil Audit Eksternal



Lampiran 5 : Dokumentasi Wawancara



Gambar 1 : Wawancara pertama dengan manager *fundraising* LAZISMU Banyumas



Gambar 2 : Wawancara kedua tanggal 28 Juni 2024 dengan manager *fundraising* LAZISMU Banyumas



Gambar 3 : Wawancara dengan donatur LAZISMU Banyumas



Lampiran 6



Gambar 1 Pamflet Ajakan Zakat



Gambar 2 Piagam Penghargaan Untuk Donatur

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Sagita Eka Sari
NIM : 2017103028
Program Studi : Manajemen Dakwah
Jurusan : Dakwah
Tahun Ajaran : 2020/2021
Tempat/Tanggal lahir : Brebes, 21 Juni 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Kaliwadas RT 13 RW 02, Kec. Bumiayu, Kab.
Brebes, Jateng
Kewarganegaraan : Indonesia
No. Hp : 0882003607803
Email : 2017103028@mhs.uinsaizu.ac.id

Riwayat Pendidikan

1. SDN Kaliwadas 01 : 2008-2014
2. MTs. Ma'hadut Tholabah Babakan : 2014-2017
3. MAN 1 Tegal : 2017-2020
4. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto : Dalam proses

Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah
2. SEMA Fakultas Dakwah
3. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia