STRATEGI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL DEWAN DA'WAH ISLAMIYAH INDONESIA CABANG LAMPUNG

Skripsi

MIRA SOFIANA

NPM. 1741030159

Program Studi: Manajemen Dakwah



FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG 1443 H /2022 M

STRATEGI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL DEWAN DA'WAH ISLAMIYAH INDONESIA CABANG LAMPUNG

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh

MIRA SOFIANA NPM: 1741030159

Jurusan: Manajemen Dakwah

Pmbimbing I: DR. Tontowi Jauhari, MM

Pembimbing II: Hermanto, M.T.I

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG 1443 H /2022 M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana strategi fundraising LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung. Dimana pendapatan LAZNAS Dewan Da'wah Lampung pada masa pandemi covid-19 menurun. Untuk meningkatkan pendapatan LAZNAS Dewan Da'wah Lampung menggunakan strategi fundraising, yakni cara mengumpulkan dana baik dari individu ataupun kelompok. Bukan hanya itu saja semakin banyaknya lembaga pengelola zakat yang berdiri maka setiap lembaga tentunya mempunyai strategi yang berbeda-beda dalam mengumpulkan dana zakat-nya tak terkecuali LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan analisis. Data primer diperoleh langsung dari Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Dewan Da'wah Lampung, sebagai lembaga yang berwenang untuk mengelola dana (ZIS), sedangkan data sekunder berupa teori-teori tentang strategi, *fundraising*, LAZNAS dan data penunjang lainnya diperoleh dari kepustakaan, jurnal, dan dokumentasi. Semua data tersebut merupakan bahan-bahan untuk mengungkapkan bagaimana Strategi *fundraising* Lembaga Amil Zakat Dewan Da'wah Cabang Lampung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi fundraising pada Da'wah Lampung LAZNAS Dewan menggunakan metode fundraising secara langsung dan metode fundraising secara tidak langsung, pada masing-masing metode mempunyai teknik yang berbeda. Metode *fundraising* secara langsung mempunyai teknik diantaranya; face to face (jemput zakat), direct advertising (iklan langsung), telefundraising (fundraising menggunakan telephone), dan presentasi secara langsung. Sedangkan metode fundraising secara tidak langsung mempunyai teknik yakni; kampanye (secara online, media massa dan media luar ruang), event, menjalin relasi dan referensi dan mediasi para tokoh. Namun dari beberapa teknik di atas tidak semua berjalan saat pandemi covid-19. LAZNAS Dewan Da'wah Lampung pada masa pandemi membuat strategi alternatif yang mana menggunakan metode gabungan antara strategi fundraising

secara langsung dan tidak langsung. Diantara teknik *fundraising* yang dilakukan yakni; kampanye melalui media sosial (*online*) dengan berbagai kanal baik *whatshapp*, *instagram*, *facebook*, *youtube*, maupun website. Selain itu lembaga juga menjalin kerjasama dengan kita bisa com dan amal sholeh. Silaturahmi, collaborative marketing (zis co, zis *ambassador*, media partner, dan *influenser*), dan pemanfaatan rekening bank.

Kata Kunci: Strategi, Fundraising, LAZNAS



ABSTRACT

This study aims to reveal how the fundraising strategy of LAZNAS Da'wah Islamiyah Indonesia Council Lampung Branch. Where the income of the Lampung Da'wah Council LAZNAS during the COVID-19 pandemic decreased. To increase the income of LAZNAS, the Lampung Da'wah Council uses a fundraising strategy, namely how to collect funds from individuals or groups. Not only that, the more zakat management institutions that have been established, each institution has a different strategy in collecting zakat funds, including the Lampung Branch of the LAZNAS Da'wah Islamiyah Council of Indonesia.

This study uses interview and analysis data collection techniques. Primary data was obtained directly from the National Amil Zakat Institution (LAZNAS) of the Lampung Da'wah Council, as the institution authorized to manage funds (ZIS), while secondary data in the form of theories on strategy, fundraising, LAZNAS and other supporting data were obtained from the literature, journals, and documentation. All of these data are materials to reveal how the fundraising strategy of the Amil Zakat Institution of the Da'wah Council of the Lampung Branch is.

The results showed that the fundraising strategy at LAZNAS Da'wah Council Lampung used the direct fundraising method and the indirect fundraising method, each method having a different technique. The direct fundraising method has its techniques; face to face (pick up zakat), direct advertising (direct advertising), using telefundraising (fundraising telephone). and direct presentations. Meanwhile, the indirect fundraising method has techniques, namely; campaigns (online, mass media and outdoor media), events, establishing relationships and references and mediating figures. However, not all of the above techniques work during the COVID-19 pandemic. LAZNAS Lampung Da'wah Council during the pandemic made an alternative strategy which used a combined method of direct and indirect fundraising strategies. Among the fundraising techniques carried out are; campaign through social media (online) with various channels, both WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube, and websites. In addition, the institution also

cooperates with us, and we can do good deeds. Gathering, collaborative marketing (zis co, zis ambassador, media partners, and influencers), and the use of bank accounts.

Keywords: Strategy, Fundraising, LAZNAS



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mira Sofiana NPM : 1741030159

Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 4 Maret 2022 Penulis,



Mira Sofiana NPM, 1741030159



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Lektol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar lampung, Tlp. (0721) 703289

PERSETLIJIAN

Judul Skripsi: Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakal

Nasional Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia

Cabang Lampung

Nama : Mira Sofiana IAS

NPM: 1741030159
Jurusan: Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk di Munaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Tontowi Jauhari, MM

NIP. 197009141997031002

<u>Hermanto, M.T.I</u> NIP. 198411112019031014

Mengetahui, Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

NIP. 197010251999032001



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Lektol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakal Nasional Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung" disusun oleh Mira Sofiana, NPM: 1741030159, Program Studi Manajemen Dakwah. Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Pada Hari/Tanggal: Jum'at / 08 April 2022.

TIM PENGUJI

Ketua Sanjaya, M.Ag (.....)

Sekertaris : Rouf Tamim, M.Pd.I

Penguji I : Mulyadi, M.S.sos.I

Penguji II : Dr. Tontowi Jauhari, MM

Penguji Pendamping: Hermanto, M.T.I

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dr. Abcut Syukur, M.Ag

NIP. 19651101199503100

MOTTO

خُد مِنْ أُمُوا هِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُرَكِّيهِم بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۖ إِنَّ صَلَوْتَكَ سَكَنُ هُمْ ۗ وَٱللَّهُ سَمِيعُ عَلِيمُ ﴿

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



PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan penuh rasa syukur saya ucapkan Alhamdulillah bini'matihi thatimushalihat keada Allah Subhanahu Wata'la, karena berkat rahmat dan hidayah-nya saya dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi ini ku persembahkan untuk orang-orang yang saya sayangi:

- Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Mizan Salbi dan Ibu Rumzana yang dengan ketulusan hati tidak henti-hentinya mendoakan ku, memberikan kasih dan sayang, mendidik dan menasehati, serta mendukung setiap langkah ku dalam menggapai cita-cita.
- 2. Adikku tersayang Rozi Saputra, yang telah memberikan dukungan untuk kakanya untuk melanjutkan pendidikan, serta seluruh kerabat keluarga yang telah memberikan dukungan moril dan do'anya.
- 3. Sahabat seperjuangan ku Melisa ardiyani dan Khoirunnisya, yang telah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- 4. Almamater kebanggaan ku, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempat di mana penulis menimba ilmu pengetahuan.

RIWAYAT HIDUP

Mira Sofiana, lahir di Malaya pada tanggal 21 Februari 2000, anak pertama dari 2 bersaudara, putri dari pasangan Bapak Mizan. S dan Ibu Rumzana. Jenjang pendidikan yang ditempuh penulis dimulai dari Sekolah Dasar di SD Negeri 02 Pugung Malaya tahun 2005 s/d 2011. Melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 02 Pesisir Selatan tahun 2011 s/d 2014. Dilanjutkan dengan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 01 Krui tahun 2014 s/d 2017 dan melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi yakni ke Perguruan tinggi UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2017 s/d 2022. Dengan mengambil fokus studi di Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Selama menjadi Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Penulis aktif dalam Organisasi Asosiasi Penerima Bidikmisi (AMPIBI).



KATA PENGANTAR

سْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللهِ وَبَرَكَاتُهُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, pemilik alam semesta beserta segala isinya, yang dengan karunia-Nya kita dapat merasakan kenikmatan berupa nikmat iman, Islam dan Ihsan. Sehingganya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul penelitian: "Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da'wah Indonesia Cabang Lampung ". Sholawat beriring salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada suri tauladan kita yakni nabi besar Muhammad Shallallahu Alayhi Wa Sallam karena beliaulah yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju kepada cahaya Islam, semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya diyaumil akhir kelak, Aamiin Rabbbal'alamiin. Proses penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari peran berbagai pihak yang turut andil serta membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai seorang mahasiswa hingga memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, maka dari itu penulis ucapkan ribuan terimakasih kepada:

- 1. Dr. Abdul Syukur, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
- 2. Dr. Tontowi Jauhari, S.Ag, M.M, selaku Pebimbing I dan Hermanto.M.T. I, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi hingga tahap penyelesaian.
- Pemerintah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan Kementerian Agama Republik Indonesia, yang telah memberikan bantuan Pendidikan (BIDIKMISI) dari awal hingga akhir perkuliahan penulis.
- 4. Keluarga besar Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, terkhusus

- a. Teman-teman satu perjuangan di Jurusan Manajemen Dakwah Angkatan 2017
- b. Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I. selaku ketua jurusan Manajemen Dawah dan Bapak Badaruddin, M.Ag, selaku sekretaris jurusan Manajemen Dakwah.
- Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik serta memberikan Ilmu pengetahuan yang tentunya sangat bermanfaat bagi penulis.
- Cipto Wadi, S.Si selaku manager LAZNAS Dewan Da'wah Lampung, Bapak Risman Senjaya, Benny Martha, S.A.N dan Bapak Akmulyana, A. Md yang telah memfasilitasi serta memberikan bimbingan untuk penyelesaian skripsi ini.
- 6. Teman-teman satu perjuangan dan satu angakatan di Jurusan Manajemen Dakwah kelas D angkatan 2017 serta seluruh teman-teman di UIN Raden Intan Lampung yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis, semoga Allah Subhanahu wa ta'ala senantiasa memudahkan langkah kita.

Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan yang telah dilakukan oleh Bapak, Ibu, dan teman-teman sekalian dengan balasan yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis, pembaca, serta pihak-pihak laiinya.

Terimakasih

وَعَلَيْكُمُ السَّلَامُ وَرَحْمَةُ اللهِ وَبَرَكَاتُهُ

Bandar Lampung, 04 Maret 2022

Mira Sofiana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN	vii
PENGESAHAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	X
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus Dan Sub-Fokus Penelitian	5
D. Rumusan Masalah E. Tujuan Masalah	6
	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Penelitian Terdahulu	7
H. Metode Penelitian	10
I. Sistematika Pembahasan	14
BAB II : STRATEGI FUNDRAISING DAN LEMBAGA	
AMIL ZAKAT NASIONAL	
A.Tinjauan Strategi Fundrasing	17
1. Definisi Strategi	17
2. Definisi Fundraising	21
a. Tujuan <i>Fundraising</i>	23
b. Prinsip-prinsip Fundraising	25
c. Pentingnya Fundraising	26
d. Metode Fundraising	26
e. Teknik-teknik Fundraising	28

f. Tantangan Dalam Fundraising	29
B. Tinjauan Organisasi Pengelolaan Zakat	30
1. Pengertian Lembaga Amil Zakat	30
	31
BAB III LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL	
DEWAN DA'WAH ISLAMIYAH INDONESIA	
CABANG LAMPUNG	
A. Sejarah Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan	
Da'wah Cabang Lampung	35
B. Visi dan Misi Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan	
Da'wah Cabang Lampung	36
C. Struktur Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan	
Da'wah Cabang Lampung	37
D. Program Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan	
	43
E. Fundraising Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan	
	44
BAB IV STRATEGI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL	
ZAKAT NASIONAL DEWAN DA'WAH	
ISLAMIYAH INDONESIA CABANG LAMPUNG	77
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A. Kesimpulan	95
B. Rekomendasi	96
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.	Doc. Strategi Fundraising Laznas Dewan Da'wah	
	Lampung Priode 2020	52
2.	Doc. Strategi Fundraising Laznas Dewan Da'wah	
	Lampung Priode 2021	58
3.	Doc. Rencana Dan Realisasi Penerimaan Priode 2020	63
4.	Doc. Rencana Dan Realisasi Penerimaan Priode 2021	64
5.	Doc. Rencana Dan Realisasi Penggalangan Muzakki	
	Dan Penerima Priode 2020	65
6.	Doc. Rencana Dan Realisasi Penggalangan Muzakki	
	Dan Penerima Priode 2021	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritik	33
Gambar 2.2 Skema fundraising	84
Gambar 2.3 Skema Tingkat Kepuasan	91



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari Kesalahfahaman pada skripsi yang berjudul "STRATEGI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL DEWAN DA'WAH ISLAMIYAH INDONESIA CABANG LAMPUNG". Maka penulis memandang perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang ada pada judul skripsi di atas. Beberapa istilah dalam judul skripsi di atas adalah sebagai berikut:

Strategi adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif dan dalam jangka waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Strategi Menurut Ismail yang mengutip dari *Christensen* menyebutkan, bahwa strategi adalah pola berbagai tujuan serta kebijakan dasar dan rencana-rencana untuk mencapai suatu tujuan. Strategi dirumuskan sedemikian rupa, sehingga organisasi atau perusahaan mengetahui usaha yang sedang dan akan dilaksanakan². Sedangkan Sedarmayanti mengatakan strategi adalah rencana jangka panjang diikuti tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu yang umumnya adalah "kemenangan". Berdasarkan pengertian tersebut di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi dapat dimaknai sebagai rencana jangka panjang organisasi yang diikuti dengan menyusun langkah atau tindakan yang harus dilaksanakan guna mencapai tujuan.

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan atau tindakan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq dan sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok dan organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik. ⁴ Selain itu fundraising juga dapar diartikan sebagai kegiatan atau

¹ Malayu, S.P Hasibuan, *Manajemen* (Jakarta : Bumi Aksara, 2015). h. 102

² Ismail Nawawi, *Manajemen Strategik Sektor Publik*, (Jakarta: Dwiputra Pustaka Jaya, 2010), h. 3-4

³ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT. Refika aditama, 2014), h.2

 $^{^4}$ Didin Hafidhuddin dan Ahmad Juwaeni, $Membangun\ Peradaban\ Zakat,$ (Jakarta: IMZ, 2006), h. 47

tindakan menghimpun atau menggalang dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat, yang digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga yang pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut di atas, penulis mengambil kesimpulan bahwa fundraising merupakan suatu cara atau proses menghimpun dana dengan cara mempengaruhi individu atau kelompok agar ikut serta menjadi donatur dan menyalurkan dana untuk keperluan sosial dan keagamaan.

Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da'wah Lampung. Merupakan badan otonom di bawah Yayasan Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia. Dimana LAZNAS Dewan Da'wah berkhidmat bagi pengemban da'wah islam, pemberdayaan masyarakat binaan, penanganan korban bencana alam dan bantuan kemanusiaan melalui penggalangan dana sosial individu/perusahaan serta kerja sama internasional.⁶

Jadi strategi *fundraising* LAZNAS Dewan Da'wah Lampung dalam judul ini adalah suatu rencana jangka panjang yang telah disusun oleh LAZNAS Dewan Da'wah Lampung dalam menghimpun dana dengan cara mempengaruhi serta menjalin kerjasama yang baik antar individu, kelompok maupun organisasi, dan dana yang telah dikumpulkan akan disalurkan untuk berbagai keperluan seperti keperluan sosial dan keagamaan.

Berdasarkan *keyword* penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi *fundraising* di LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung.

B. Latar Belakang Masalah

Hampir semua Lembaga Amil Zakat selalu menggunakan strategi dalam menghimpun dana, meskipun strategi yang digunakan pada setiap lembaga berbeda-beda. Strategi yang baik akan menghasilkan sumber penghimpunan dana yang meningkat. Namun, adakalanya strategi yang baik tidak menghasilkan dana yang meningkat.

-

 $^{^{5}}$ Hasanudin, *Manajmen Zakat & Wakaf*, (Pamulang, Buku Ajar Tahun 2010), h.132

⁶ Cipto, Pra *Survey* Pada 09 November 2020 Pukul 13.00 WIB

Menurut *Christensen* yang dikutip dari Ismail, strategi merupakan pola berbagai tujuan serta kebijakan dasar dan rencana-rencana untuk mencapai suatu tujuan. Nantinya, pola ini akan dirancang sedemikian dan dirumuskan dengan sedemikian rupa agar organisasi, perusahaan atau lembaga bisa mengetahui dengan jelas usaha yang sedang dan akan dilaksanakan.⁷ Dari penjelasan tersebut, bisa diambil kesimpulan bahwa strategi merupakan penentuan rencana untuk mencapai tujuan jangka panjang, diikuti tindakan yang tepat untuk mencapai sebuah tujuan tertentu.

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan atau tindakan untuk menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok dan organisasi yang akan disalurkan dan di dayagunakan untuk mustahik atau penerima zakat. Dalam pengertian tersebut, bisa dilihat bahwasanya fundraising bukan hanya terfokus pada pencarian uang semata. Namun, juga sumber-sumber daya lainnya dari lapisan masyarakat yang nantinya bisa membantu memerdekakan atau menyejahterakan pada mustahik.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi fundraising merupakan suatu rencana yang dilakukan oleh lembaga/organisasi untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode fundraising dan mengevaluasi lembaga/organisasi dalam memobilisasi pendanaan.

Konsep penghimpunan dana bisa dilakukan oleh lembaga dengan berbagai cara, Pertama, lembaga menggalang dana dari sumber yang tersedia meliputi perorangan, perusahaan, dan pemerintah. Lembaga juga bisa menghimpun dana dengan cara *direct email, media campaign,* keanggotaan, *special event, endowment* dan lainnya. Kedua, lembaga menciptakan sumber dana baru, upaya ini dilakukan lembaga dengan membangun berbagai unit usaha dan ekonomi. Ketiga, lembaga mengkapitalisasi sumber data non finansial.

.

⁷ Ismail Nawawi, *Manajemen Strategi sektor Publik*, (Jakarta: Dwiputra Pustaka Jaya, 2010), h. 3-4

⁸ Didin Hafidhuddin dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta: IMZ, 2006), h. 47.

⁹ Setiyo Iswoyo dan Hamid Abidin, In Kind Fundraising, (Jakarta: Piramedia, 2016), h. 2-3

Dari kajian awal yang bersumber dari jurnal *Isamic Ekonomics Journal* tahun 2017¹⁰, menyebutkan bahwa pada Laz Ummat Sejahtera Ponorogo terdapat masalah dalam pengumpulan dana dikarenakan minimnya jumlah pengurus Laz, sosialisasi yang belum konsisten, serta lemahnya legalitas lembaga, sehingga Laz Ummat Sejahtera membuat analisis strategi berdasarkan analisis SWOT, yang mana strategi yang dilakukan diantaranya: memaksimalkan strategi "*gepuk tular*", menyebarkan poster, menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga yang sudah mapan.

Pada jurnal *Of Sharia Economics* 2021¹¹, masalah penelitian ini mengenai bagaimana pelaksanaan, hambatan dan dampak dari strategi penggalangan dana yang dilakukan di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Baitul Mal melakukan dua strategi penggalangan dana langsung (Sosialisasi Langsung) dan tidak langsung (Promosi Melalui Media Cetak dan Elektronik). Namun, strategi tersebut belum berjalan dengan baik dikarenakan beberapa kendala diantaranya kekurangan SDM yang professional program yang kurang inovatif, kurangnya kesadaran masyarakat dan anggota yang sering berubah.

Berdasarkan hasil *survey* penulis, Laznaz Dewan Da'wah Islamiyah Lampung melakukan pengumpulan dana (*fundraising*) dengan cara : menjemput secara langsung kepada donatur, memberikan kencleng, silaturahmi dengan orang yang berada, serta *road to show* (dari masjid ke masjid atau da'i pedalaman), LAZNAS Dewan Da'wah Lampung juga menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan. Donatur yang ada di laznas dewan da'wah islamiyah lampung terdiri dari, perusahaan, komunitas dan person (jama'ah majelis ta'lim, jama'ah masjid, karyawan serta petani.) ¹²

Berikut ini adalah tabel pendapatan dan hasil *fundraising* yang dilakukan oleh LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Lampung.

-

¹⁰ Royyan Ramdhani Djayusman, Mufti Afif dan Andi Triyawan, Faizal Abduh, *Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (Studi Kasus di Laz Ummat Sejahtera Ponorogo)*. (Jawa Timur : Unida Gontor, 2017)

Maya Listanti, Ridwan Nurdin, Nevi Hasnita, Analisis Strategi Fundraising dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat (Aceh Barat: Pascasarjana UIN Ar-Raniry)

¹² Cipto, Pra Survey pada 09 November 2020 pukul 13.00 WIB

TahunPendapatanKeterangan2018Rp. 8.500.000.000Mitra baru (MPZ) mulai bergabung2019Rp. 5.300.000.000Pembatasan kerja sama2020Rp. 3.000.000.000Menurunnya pendapatan muzakki

Tabel 1.1 Pendapatan Fundraising LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Lampung 2018-2020

Sumber: observasi penulis pada 09 November 2020

Dari tabel tersebut, bisa dilihat bahwasanya pada tahun 2018-2020 telah terjadi penurunan jumlah pendapatan dana pada kegiatan fundraising yang dilakukan oleh LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Lampung. Masalah yang menyebabkan penurunan pendapatan pada LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Lampung adalah adanya pembatasan kerja sama yang mana hal tersebut terjadi karena tidak boleh bertatap muka secara langsung disebabkan oleh pandemi Covid-19, selain itu kondisi ekonomi atau pendapatan muzakki menurun yang mengakibatkan muzakki sulit untuk berzakat / berinfaq maupun bershadaqah melalui Lembaga Amil Zakat terutama dengan LAZNAS Dewan Da'wah Islamiyah Lampung, jumlah dan kualitas SDM pada LAZNAS Dewan Da'wah Lampung, marketing social media yang masih kurang.

Oleh karena itu, dari beberapa masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Laznas Dewan Da'wah Islamiyah Lampung. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang strategi tepat yang dilakukan oleh lembaga tersebut demi memaksimalkan pengelolaan lembaga serta zakat khususnya di Lampung dalam membantu pemerataan kesejahteraan umat khususnya para mustahik atau orang yang berhak menerima bantuan dana (zakat).

C. Fokus dan Subfokus Penelitian

Fokus Penelitian Penulis hanya membatasi pembahasan mengenai Bagaimana Strategi *Fundraising* di Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung. Adapun Subfokus Penelitian ini ialah Sosialisasi dan kerja sama.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis merumuskan permasalahan yang akan dipecahkan dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana Strategi *Fundraising* di Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis susun, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengungkapkan bagaimana Strategi *Fundraising* di Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan rujukan dalam proses perkuliahan. Khususnya oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah UIN Raden Intan Lampung. Umumnya, bagi mahasiswa lainnya sebagai referensi dan sarana penambah informasi maupun ilmu pengetahuan mengenai strategi pengumpulan dana (fundraising) bagi Lembaga Amil Zakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan atau salah satu masukan bagi Laznas Dewan Da'wah Islamiyah Lampung maupun lembaga amil zakat lainnya dalam merumuskan dan membuat strategi *fundraising* (pengumpulan dana) dimasa yang akan datang.

b. Bagi Anggota

Bagi anggota yang berada di lingkungan Laznas Dewan Da'wah Lampung, diharapkan penelitian bisa menjadi acuan dalam mengevaluasi dan merealisasikan segala proses manajemen strategi maupun dalam pengumpulan dana nantinya untuk Laznas Dewan Da'wah Lampung.

c. Bagi Masyarakat

Adapun bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini bisa memberikan informasi secara mendalam kepada masyarakat luas terkait Lembaga Amil Zakat Nasional Dewan Da'wah Lampung serta bagaimana strategi dan upaya-upaya dalam menggalang atau mengumpulkan dana zakat.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui nilai kebaruan atau *novelty* pada penelitian, juga untuk menghindari adanya kesamaan secara keseluruhan dengan penelitian sebelumnya, maka penulis membuat rincian kajian penelitian terdahulu. Adapun beberapa penelitian tersebut yakni sebagai berikut:

 Jurnal Kodifikasia yang dikaji oleh Atik Abidah, dosen Program Studi Muamalah STAIN Ponorogo pada tahun 2016, yang berjudul "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo".

Masalah dalam penelitian ini adalah : a. Bagaimana strategi fundraising pada Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan pengelolaan dana zakat?. b. Bagaimana dampak strategi fundraising pada peningkatan pengelolaan zakat pada Lembaga-lembaga Amil Zakat di Kabupaten Ponorogo?. Penelitian ini diteliti dengan menggunakan metode penelitian lapangan (field research) yang berjenis kualitatif dan menggunakan pendekatan kooperatif yaitu membandingkan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : *Pertama*, strategi *fundraising* dalam peningkatan pengelolaan ZIS pada berbagai Laz di Kabupaten Ponorogo. Laz yang bertaraf Nasional mampu mengumpulkan dana yang lebih baik dibandingkan Laz lokal, bahkan beberapa Laz lokal mengalami penurunan dalam menerima ZIS dalam beberapa tahun terakhir. hal ini disebabkan : 1) Brand Image Lembaga Laz yang bagus mempengaruhi pemahaman masyarakat untuk terlibat dalam pengumpulan ZIS kepada lembaga. 2) Amil yang profesional dengan sistem managemen yang bagus berpengaruh terhadap strategi

fundraising, keuangan, maupun kinerja organisasi. Kedua, dampak strategi fundraising pada peningkatan pengelolaan zakat pada Laz di Ponorogo dikelola secara profesional didukung manajemen yang berkualitas maka teknik pengumpulan maupun pendistribusian ZIS-nya biak, serta nilai benefitnya lebih maksimal mereka akan tetap survive. Sementara Laz yang dikelola asal-asalan dianggap sebagai manajemen baik sambilan. yang tidak maka pengumpulan dana dan pendistribusiannya akan kurang maksimal 13

2. Islamic Ekonomics Journal yang di teliti oleh Royyan Ramdhani Djayusman, Mufti Afif dan Andi Triyawan, Faizal Abduh. Universitas Darussalam Gontor Ponorogo pada tahun 2017. Penelitian ini berjudul "Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, Dan Sedekah (Studi Kasus Di Laz Ummat Sejahtera Ponorogo".

Masalah Yang dibahas dalam penelitian ini adalah 1) Apa saja preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi umat muslim di ponorogo dalam membayar Zakat Infak dan Shodaqoh ? 2) Bagaimana strategi pengumpulan ZIS. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran atau metode *trianggulasi*. Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif melalui penyebaran *Kuesioner* dengan metode *Non Probability*, data dianalisis dengan analisis factor. Sedangkan penelitian kualitatif diperoleh melalui wawancara. observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah analisis faktor yang menunjukkan bahwa empat faktor yang mempengaruhi minat Muslim Ponorogo untuk membayar ZIS adalah faktor keyakinan, pelayanan institusi, pengetahuan agama dan pemujaan. Dari analisis SWOT didapatkan 24 strategi

-

Atik Abidah, Analisis Strategi Fundraising Terhadqap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupate Ponorogo, (ponorogo: STAIN, 2016)

- pendanaan sesuai perilaku warga muslim di ponorogo dalam membayar zis. ¹⁴
- 3. Jurnal At-Tamwil kajian Ekonomi Syaria'ah yang diteliti oleh Istiqomah dan Ahmad Fauzan. Institut Agama Islam Tribakti Kediripada tahun 2021. Penelitian ini berjudul "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri".

Masalah yang diteliti pada penelitian ini adalah bagaimana merumuskan strategi penghimpunan (fundraising) dana zakat khususnya pada LAZ Nurul Hayat Kediri dengan analisis SWOT? Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang dihasilkan dari wawancara dan dokumen-dokumen yang kemudian dianalisis menggunakan SWOT lalu ditarik kesimpulan. Berdasarkan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZ Nurul Havat Kediri memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa strategi tersebut yaitu : 1) peningkatan kerja sama DKM 2) memberikan beasiswa kepada mahasiswa prodi zakat 3) memperkenalkan produk ke target customer 4) menajring muzzaki dari kalangan pengusaha.

 Jurnal Sosial dan Budaya Syar'I, penelitian ini dikaji oleh Nurhidayat. Universitas Muhammadiyah Jakarta. Penelitian ini berjudul "Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemic Covid-19".

Masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi baru dalam penghimpunan zakat di Indonesia ?. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif deskriptip. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa institute zakat di Indonesia (BAZ maupun LAZ) saat ini masih mengintegrasikan penghimpunan secara manual dan digital. Kedua strategi tersebut masih menjadi andalan, hal tersebut disesuaikan dengan segmentasi muzakki.

-

¹⁴ Royyan Ramdhani Djayusman, Mufti Afif dan Andi Triyawan, Faizal Abduh, Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (Studi Kasus di Laz Ummat Sejahtera Ponorogo). (Jawa Timur : Unida Gontor, 2017)

Dari keempat penelitian tersebut, mempunyai kesamaan dengan penelitian penulis. Persamaan tersebut adalah masing-masing membahas mengenai strategi *fundraising* pada Lembaga Amil Zakat yang bertujuan untuk mengoptimalkan dana zakat tersebut.

Adapun perbedaan dengan penelitian di atas yaitu, belum ada yang membahas strategi *Fundraising* Yang fokusnya terhadap Sosialisasi dan Kerja sama, serta objek penelitian penulis berbeda dengan penelitian terdahulu. Yang mana dengan strategi tersebut diharapkan bisa meningkatkan pendapatan pada Laznas Dewan Da'wah Lampung.

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Tipe Penelitian

Jenis dan tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. *Creswell dalam Semiawan*, mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Nantinya, hasil penelitian kualitatif diranah pendidikan bersifat deskriptif. Moleong menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. ¹⁶

Selain itu, penelitian kualitatif pun bertujuan untuk memahami pandangan individu, mencaritemukan dan menjelaskan proses, dan menggali informasi mendalam tentang subjek atau latar penelitian yang terbatas.¹⁷ Menurut Sugiyono penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian yang naturalistik karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang

¹⁵ Semiawan, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Grasindo, 2010), h. 7

Putra, *Penelitian Kualitatif IPS*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.44

Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2005), h.6

alamiah atau natural *setting*. Selain itu, penelitian deskriptif pun digunakan untuk mengumpulkan, merangkum serta menginterpretasikan data yang diperoleh, yang selanjutnya diolah kembali sehingga dengan demikian diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang jelas, terarah dan menyeluruh dari masalah yang menjadi objek penelitian.¹⁸

Alasan penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena ingin memberikan gambaran dan deskripsi yang jelas serta nyata mengenai keadaan atau kondisi terkait strategi *fundraising* Laznas Dewan Da'wah Islamiyah Lampung, terutama pada sosialisasi dan kerjasamanya.

2. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data-data yang diperoleh dari hasil pelaksanaan penelitian secara langsung yang dilakukan oleh penulis terhadap objek penelitian. Menurut Sugiyono, data primer merupakan data yang bersumber langsung dari pemberi data. ¹⁹ Untuk mendapatkan data primer ini, penulis melakukan observasi dan wawancara kepada informan penelitian yang mana informan penelitiannya adalah 3 orang yang terdiri dari Pimpinan yang diwakilkan oleh kepala bidang *fundraiser*, serta 2 orang *fundraiser* di Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia.

b. Data Sekunder

Selain data primer, ada juga data sekunder yang merupakan data-data pelengkap untuk memaksimalkan hasil penelitian. Data sekunder ini merupakan data yang bersumber tidak langsung dari pemberi data, atau merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.

-

¹⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Metode Penelitian dan Pengembangan), (Bandung: Alfabeta, 2012), h.8

data²⁰. Data sekunder penulis dapatkan dari buku-buku, jurnal ilmiah, internet, dan kepustakaan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan bahasan penelitian penulis.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan peneliti guna mendapatkan data-data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian kali ini, penulis mengambil teknik pengumpulan data seperti pada uraian berikut:

a. Pengamatan (Observasi)

Pada dasarnya, observasi didasarkan pada pengalaman secara langsung. Teknik pengamatan memungkinkan melihat dan mengamati kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya. Sugiyono menyatakan bahwa obervasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan "through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior", melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Dilakukannya observasi adalah agar penulis bisa memahami dan mengenal tentang subyek maupun objek penelitian. ²¹

b. Wawancara

Agar hasil penelitian lebih mendalam, maka akan dilakukan wawancara. Metode ini adalah sebuah teknik pengumpulan data yang memungkinkan adanya interaksi sosial antara peneliti dengan narasumber atau informan penelitian secara langsung. Tujuan dari wawancara adalah agar informant dapat berbicara atau menyampaikan pernyataan yang menjadi kepentingannya atau kelompoknya secara terbuka. ²²

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan dan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 377

Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2014 ,.. h.384

²⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen,....2014, h. 223

menemukan permasalahan yang harus diteliti, juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Adapun wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara terstruktur yang mana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dengan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan diambil dari teori yang dibahas.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik atau metode pengumpulan data yang sumbernya berasal dari buku, jurnal ilmiah, dokumen-dokumen, catatan, dan sumber kepustakaan lainnya yang bisa digunakan untuk memperjelas serta mendukung data hasil penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik atau metode yang digunakan untuk melakukan analisis data adalah dengan mengikuti model analisis *Miles* dan Heberman. Dimana analisis ini terdiri dari tiga *sub* proses yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Proses ini dilakukan sebelum melakukan pengumpulan data, tepatnya ketika menentukan rancangan dan perencanaan penelitian; pada saat proses pengumpulan data dan analisis awal; serta setelah tahap pengumpulan akhir.²³

Menurut Sugiyono, *sub* proses dari Teknik analisis data untuk pendekatan kualitatif dijabarkan seperti berikut ini²⁴:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah teknik untuk merangkum data-data penelitian dengan melakukan pemilihan terhadap hal pokok yang memfokuskan pada hal penting, dicari tema jelasnya serta polanya. Dengan begitu, data yang sudah direduksi akan memberikan deskripsi serta gambaran yang

²⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2014,... h.405

_

Moleong, *Metode Penelitian kualitatif* , (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 330-331

jelas dan mempermudah penulis untuk mendapat serta mengumpulkan data berikutnya.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka berlanjut pada penyajian data agar data tersebut bisa terorganisasi dan tersusun dalam pola hubungan yang mudah dipahami. Nantinya bentukbentuk data yang disajikan akan menggabungkan berbagai informasi yang tersusun secara terpadu untuk mempermudah dalam melihat apa yang sebenarnya terjadi.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada langkah metode ini, data yang sudah diolah akan ditarik sebuah kesimpulan yang merupakan temuan baru dan sebelumnya belum pernah ada. Adapun temuan ini bisa berupa deskripsi maupun gambaran objek secara mendetail dan menyeluruh. Dengan begitu, kesimpulan dalam penelitian ini mampu menjawab semua rumusan masalah yang sebelumnya telah dirumuskan sejak awal penelitian dilangsungkan.

I. Sistematika Pembahasan

1. Bab 1 : Pendahuluan

Bagian Bab ini berisikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

2. Bab II: Kajian Teoritik

Bagian bab ini berisikan tentang kerangka teori dari proposal ini. Adapun *sub* bab yang dibahas berkaitan dengan definisi strategi, definisi *fundraising* dan organisasi pengelola zakat.

3. Bab III : Deskripsi Objek Penelitian

Bagian bab ini memuat tentang uraian objek yang diteliti, yakni Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung. Peneliti akan memaparkan perihal profil Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia cabang Lampung secara umum, seperti sejarah berdirinya, visi misi dan tujuan Dewan Da'wah Islamiyah

Indonesia cabang Lampung serta *fundraising* Lembaga Amil Zakat Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung.

4. Bab IV: Analisis Penelitian

Bagian bab ini berisikan tentang analisis hasil mengenai bagaimana Strategi *Fundraising* Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia Cabang Lampung.

5. Bab V : Penutup

Bagian bab ini memuat tentang simpulan, saran-saran dan rekomendasi.

Bagian akhir memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran dan biodata peneliti.





BAB II STRATEGI *FUNDRAISING* DAN LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL

A. Tinjauan Strategi Fundraising

1. Definisi Strategi

Menurut Fred R. David, strategi adalah cara untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang. Webster's New World Dictionary mendefinisikan strategi sebagai sebuah keterampilan dalam mengelola organisasi atau merencanakan strategi atau cara cerdik untuk mencapai tujuan. Strategi sangat berkaitan dengan arah dan tujuan serta kegiatan jangka panjang suatu organisasi, karena organisasi tanpa adanya strategi tidak akan berjalan maksimal.

Setiap organisasi pastinya ingin mencapai keberhasilan dengan memaksimalkan SDM dan SDA yang sudah ada. Pastinya keuntunganlah yang ingin dicapai dari segala sisi dan mengurangi kegagalan organisasi. untuk meminimalisir kegagalan yang akan terjadi selama kegiatan berlangsung, maka perlu adanya perencanaan yang sistematik. yang dimaksud rancangan sistematik dalam sebuah organisasi tersebut yakni; perencanaan strategik.³

Hakikat dari perencanaan strategik dalam organisasi nirlaba adalah menentukan apa yang harus dicapai, serta bagaimana cara pemenuhan yang sesuai agar bisa terwujud sebagai tanggapan dari lingkungan yang selalu dinamis. perecanaan strategik mempunyai unsur-unsur yang terdiri dari visi, misi, tujuan strategik dan strategi utama (induk) organisasi.⁴ Perencanaan strategis mempunyai proses yakni;

² Jusuf Udaya, dkk., *Manajemen Stratejik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 6

¹Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep, Edisi 12, terj*. Dono Sunardi (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 18.

³ Nawawi Hadari, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Gajah Mada University press, 2005), h. 148

⁴ Michael Allison, Jude Kaye, trj. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), h.7

- 1) Memprakarsai dan menyepakati suatu proses perencanaan strategis
- 2) Mengidentifikasi mandat organisasi
- 3) Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi
- 4) Menilai lingkungan eksternal : peluang dan ancaman
- 5) Menilai lingkungan internal : kekuatan dan kelemahan
- 6) Menghadapi isu strategis yang dihadapi organisasi
- 7) Menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan.

Delapan langkah ini harus mengarah pada tindakan, hasil dan evaluasi pada tiap-tiap langkah. Dengan kata lain, implementasi dan evaluasi tidak harus menunggu hingga akhir, akan tetapi harus menjadi bagian yang menyatu dan dilakukan secara terusmenerus.

Strategi merupakan kunci dari terlaksananya misi yang ada dalam suatu organisasi atau lembaga untuk mencapai tujuan. Strategi juga akan berfungsi untuk mengarahkan tingkah laku organisasi di dalam lingkungannya. Strategi adalah sebuah kebutuhan, strategi akan memberi sebuah cara pikir mengenai organisasi yang akan meningkatkan kemampuan untuk bertahan dan merupakan alat penting bagi organisasi yang berkomitmen pada kualitas dan efektivitas. ⁵

a. Tahapan Strategi

Strategi juga melalui berbagai tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahapan, yaitu⁶:

1) Perumusan Strategi

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah perumusan strategi yang akan dilakukan. Kegiatan ini bisa mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang serta ancaman internal dan eksternal organisasi, menemukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi *alternative* untuk organisasi dan memilih

-

⁵ Joyce Young, dkk., *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirlaba*, (Jakarta: Ina Publikatama, 2007), h. 125.

⁶ Fred R. David, Manajemen Strategis Konsep, h. 6-8

strategi tertentu untuk digunakan. Cakupan perumusan strategi meliputi obyek baru yang akan dikerjakan, mengalokasikan sumber daya baik finansial maupun non finansial, memutuskan kebutuhan yang tepat dan memutuskan wilayah eksekusi dari perumusan strategi.

Organisasi juga harus menyiapkan strategi alternatif yang bisa memberikan dampak positif yang terbaik supaya kegagalan dapat ditekan sekecil mungkin. Dan yang paling utama untuk dilakukan adalah sebuah strategi harus memberikan keunggulan komparatif dan pada akhirnya bisa memberikan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

2) Implementasi Strategi

Setelah kita merumuskan dan memilih strategi yang diterapkan, maka langkah berikutnya melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam konteks pelaksanaan strategi maka organisasi diharuskan menetapkan sasaran, membuat untuk kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi dapat dilaksanakan dengan Pelaksanaan strategi mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, mengalokasikan sumber daya, pengarahan kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.

Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategi. Pelaksanaan strategi sering dianggap tahap yang paling sulit dalam manajemen strategi menuntut disiplin, komitmen dan pengorbanan pribadi. Keberhasilan pelaksanaan strategi tergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi para karyawan. Hal ini lebih merupakan seni dari pada ilmu. Kemampuan manajer dalam melimpahkan wewenang terhadap karyawan harus diberi batasan yang jelas. Kreatifitas

karyawan juga perlu dikembangkan, karena tanpa adanya usaha dari karyawan kegiatan tidak akan bermakna. Oleh karena itu pembatasan wewenang yang jelas dan tegas harus dibuat untuk pengalihan wewenang dan tanggung jawab. Jangan sampai strategi-strategi yang dirumuskan tetapi tidak dilaksanakan tidak akan memberikan manfaat.

3) Evaluasi Strategi

Tahap akhir dari strategi ini adalah evaluasi strategi. Evaluasi strategi ini diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai. Ada tiga macam kegiatan mendasar untuk mengevaluasi strategi yaitu:

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan, begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya srategi tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk pula bagi hasil yang akan dicapai.
- b) Mengukur kinerja (membandingkan hasil diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpanan dari mengevaluasi prestasi individu dan rencana. menyimak kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian dinyatakan. Kriteria sasaran yang mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan, kriteria yang meramalkan hasil lebih penting daripada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.23
- c) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ada yang ditinggalkan atau harus merumuskan strategi yang

baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

2. Definisi Fundraising

Fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perorangan atau instansi (lembaga) agar menyalurkan dana kepada sebuah organisasi atau lembaga. Makna "mempengaruhi" memiliki beberapa arti, diantaranya;

- Dalam kalimat diatas mempengaruhi bisa diartikan memberitahukan kepada masyarakat tentang seluk beluk keberadaan OPZ
- 2) Mempengaruhi dapat juga bermakna mengingatkan dan menyadarkan. Artinya mengingatkan kepada donatur untuk sadar bahwa dalam harta dan memilikinya bukan seluruhnya oleh usahanya secara mandiri. karena manusia lahir bukan sebagai makhluk individu saja, akan tetapi memfungsikan dirinya sebagai makhluk sosial. Kesadaran yang seperti inilah yang diharapkan oleh OPZ dalam mengingatkan para donatur (muzakki). Sehingga penyadaran dengan mengingatkan secara terus menerus menjadikan individu dan masyarakat terpengaruh dengan program dan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga.
- 3) Mempengaruhi dalam arti mendorong masyarakat, masyarakat untuk lembaga atau menyerahkan sumbangan dana baik berupa zakat, infaq dan sedekah dan lain-lain kepada organisasi nirlaba. OPZ dalam melakukan *fundraising* juga mendorong kepedulian sosial dengan memperhatikan prestasi kerja annual calon donatur. Sehingga report kepada ada dari setelah kepercayaan para donatur mempertimbangkan segala sesuatunya.
- Mempengaruhi untuk membujuk para donatur (muzakki) untuk berinteraksi. Pada dasarnya keberhasilan suatu fundraising adalah keberhasilan

- untuk membujuk para donatur untuk memberikan sumbangan dananya kepada organisasi pengelola zakat. maka tidak ada artinya suatu *fundraising* tanpa adanya interaksi.
- 5) Dalam mengartikan *fundraising* sebagai proses mempengaruhi masyarakat, mempengaruhi juga dapat memberikan diterjemahkan gambaran tentang bagaimana proses kerja, program dan kegiatan sehingga menyentuh dasar-dasar nurani seseorang. Gambarangambaran yang diberikan inilah yang diharapkan bisa mempengaruhi masyarakat sehingga mereka bersedia memberikan sebagian dana yang dimilikinya sebagai sumbangan dan zakat, infaq, sedekah kepada organisasi pengelola zakat.
- dalam 6) Mempengaruhi pengertian fundraising dimaksudkan untuk memaksa jika diperkenankan. bagi organisasi pengelola zakat, hal ini bukanlah suatu fitnah, atau kekhawatiran menimbulkan keburukan. Tentunya paksaan ini dilakukan ahsan sebagai perintah Allah dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 103.7

Prof. Suparman dari Badan Wakaf Indonesia mendefinisikan secara praktis, fundraising adalah suatu kegiatan penggalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Fundraising sangat berhubungan dengan kemampuan perseorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kecerdasan, kepedulian dan motivasi untuk melalukan donor. Fundraising merupakan membangun nilai-nilai kemanusiaan, suatu cara untuk membangun relasi dengan orang-orang yang mempunyai nilai-nilai yang sama dengan nilai-nilai organisasi, memberi kesempatan bertindak melalui pemberian dana dengan tujuan sosial kemanusiaan.8

Dari pengertian Strategi dan *Fundraising* di atas maka penulis menyimpulkan yang dimaksud dengan strategi fundraising adalah

⁸ April Purwanto, Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 30.

Muhsin Kalida, Fundraising Taman Bacaan Masyarakat (TBM), (Yogyakarta: Cakruk Publishing, 2012, h. 15.

suatu cara untuk mempengaruhi masyarakat baik individu atau lembaga agar peduli dan menyalurkan dana kepada sebuah organisasi atau lembaga. Yang dilakukan oleh organisasi untuk dapat mencapai tujuan jangka panjang.

a. Tujuan Fundraising

Terdapat lima tujuan pokok fundraising yaitu⁹:

1) Menghimpun dana

Menghimpun dana adalah tujuan fundraising yang paling dasar. Termasuk dalam pengertian dana adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material. Tujuan inilah yang paling pertama dan utama. Inilah sebab awalnya mengapa fundraising itu dilakukan. Bahkan bisa dikatakan bahwa fundraising yang tidak menghasilkan dana adalah fundraising yang gagal, meskipun memiliki bentuk keberhasilan lainnya. Karena pada akhirnya apabila fundraising tidak menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya yang dihasilkan. Apabila sumber daya sudah tidak ada, maka sebuah lembaga akan kehilangan kemampuan untuk terus menjaga kelangsungan hidupnya, sehingga pada akhirnya akan mati.

2) Menghimpun Donatur

Tujuan kedua *fundraising* adalah menghimpun donatur. Lembaga yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donaturnya. Untuk dapat menambah jumlah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur pada saat setiap donatur mendonasikan dana yang tetap sama. Diantara kedua pilihan tersebut, maka menambah donatur adalah cara yang relatif lebih mudah dari pada menaikkan jumlah donasi dari setiap donatur. Dengan alasan ini maka mau tidak mau *fundraising* dari waktu ke waktu juga harus berorientasi untuk terus menambah jumlah donatur.

 $^{^9}$ Ahmad Juwaini, $\it Panduan \ \it Direct \ \it Mail \ \it untuk \ \it Fundraising, \ (Jakarta: Piramedia, 2008), h. 5-9$

3) Menghimpun Simpatisan dan Pendukung

Kadang kala ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas fundraising yang dilakukan sebuah lembaga, mereka kemudian terkesan, menilai positif dan bersimpati. Akan tetapi pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sebagai donasi sesuatu (misal: dana) karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini akan berusaha mendukung lembaga pada umumnya dan secara natural bersedia menjadi promotor atau informan positif tentang lembaga kepada orang lain. Kelompok seperti ini juga diperlukan oleh lembaga sebagai pemberi informal kepada setiap orang yang memerlukan. Dengan adanya kelompok simpatisan dan pendukung ini, maka lembaga memiliki jaringan informasi informal yang sangat menguntungkan.

4) Membangun Citra Lembaga

tidak. Disadari atau aktivitas fundraising yang dilakukan oleh suatu lembaga, baik secara langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga. Fundraising adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam benak khalayak. Citra ini bisa bersifat positif, bisa pula bersifat negatif. Dengan citra ini setiap orang akan mempersepsi lembaga. Jika citra lembaga positif, maka akan mendukung, bersimpati dan akhirnya memberikan donasi. Sebaliknya kalau citranya negatif, maka mereka akan menghindari, antipati dan mencegah orang untuk melakukan donasi.

5) Memuaskan Donatur

Tujuan kelima dari *fundraising* adalah memuaskan donatur. Tujuan ini adalah tujuan yang tinggi yang bernilai jangka panjang meskipun kegiatannya secara teknis dilakukan sehari-hari. Memuaskan donatur menjadi hal

yang penting karena jika dontur puas, maka mereka akan menceritakan lembaga kepada orang lain secara positif. Secara tidak langsung, donatur yang puas akan menjadi tenaga *fundraiser* secara alami tanpa diminta, tanpa dilantik dan tanpa dibayar. Kebalikannya kalau donatur tidak puas, maka donatur akan menghentikan donasi (tidak mengulang lagi) dan menceritakan kepada orang lain tentang lembaga secara negatif. Karena fungsi pekerjaan kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.

Dari berbagai strategi tersebut, ada hal yang patut direnungkan oleh para lembaga nirlaba termasuk OPZ mengenai pernyataan Ekaterina Kim yang dikutip oleh Michael Norton dalam buku menggalang dana : menggalang dana adalah sebuah ilmu, tetapi aturannya lebih seperti pelangi dari pada sebuah rumus. Anda harus melukis dengan paduan warna dan perasaan yang halus. Da anda pasti sukses bila anda melukis dengan rasa kasih dan persahabatan. Pernyataan tersebut Ekaterina Kim seakan menunjukkan bah *fundraising* bukan hanya soal strategi melainkan sebuah seni pendekatan yang lebih menitikberatkan factor psikologis dalam memahami donatur dan perilakunya dalam memberikan donasi.

b. Prinsip-prinsip Fundraising

Untuk terlaksananya *fundraising* dengan baik dan benar perlu dilandasi prinsip-prinsip yang benar. Menurut Bernardian R. Wirjana dalam buku berjudul "Metodologi Pengembangan Masyarakat" menyebutkan prinsip-prinsip dalam *fundraising* sebagai berikut:

- 1) *Fundraising* harus dilakukan dengan cara yang etis dan konsisten dengan misi organisasi.
- Melindungi lingkungan hidup yang rentan, membangkitkan apa yang ada di dalam hati nurani untuk saling peduli dengan sesama.

-

Michel Norton terj. Menggalang Dana: Penuntunan bagi Lembaga Swada Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-negara selatan, (Jakarta: Yayasan obor Indonesia 2002), hal.2

- Perlu memiliki rasa hormat dan respek kepada orangorang yang memberi maupun orang yang menerima manfaat.
- 4) Harus memegang prinsip kerahasiaan orang-orang yang dibantu dan dilayani.
- Memiliki kredibilitas tinggi, mempunyai tract record yang baik, akuntabel, berani mempertanggungjawabkan dana yang diterima kepada donatur, pemerintah dan masyarakat.
- 6) Dilakukan secara profesional dengan menggunakan aspek-aspek berbagai disiplin ilmu.¹¹

c. Pentingnya Fundraising bagi Organisasi Sosial

Muhsin Kalida sebagaimana dikutip dalam Aziz Muslim menyebutkan alasan pentingnya *fundraising* bagi organisasi sosial sebagai berikut:

- 1) Organisasi sosial memerlukan dana untuk membiayai operasional organisasi.
- 2) Membutuhkan dana untuk pengembangan dan memperbesar skala organisasi dan program.
- 3) Membangun landasan pendukung dan mengurangi hidup tergantung.
- 4) Untuk memperkuat posisi tawar, menciptakan organisasi yang efektif dan kokoh mampu hidup dalam jangka panjang.

d. Metode Fundraising

Pada dasarnya metode dibagi dalam dua jenis, kedua jenis tersebut sebagai berikut:

1) Metode Fundraising Langsung (Direct Fundraising)

Metode ini adalah metode yang menggunakan teknik yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung)

¹¹ Aziz Muslim, *Metodologi Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta: Bidang Akade- mik UIN Sunan Kalijaga, 2008), h. 161-164.

dilakukan. Apabila dalam diri donatur muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser* lembaga, maka segera dapat dilakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *Direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.¹²

a. Direct Mail

Dapat diartikan sebagai kegiatan penyampaian pesan dari lembaga kepada calon doantur atau donatur, melalui surat yang langsung diterima secara personal, sehingga donatur mau mendonasikan dana atau sumber daya material lainnya kepada lembaga.

b. Direct Advertising

Teknik ini dilakukan dengan cara iklan secara langsung. Maksudnya menawarkan suatu brand kepada para donatur berdasarkan pada pemahaman brand itu sendiri tentang kesediaan donatur untuk bergabung.

c. Telefundriaisng

Teknik ini dilakukan dengan meminta dukungan kepada para pendukung atau donor lama, mencari donor baru. Biasanya via *telephone*, berbagai dukungan dalam bentuk dana, ke relawanan atau penjual barang untuk sosial tersebut digalang.

d. Presentasi Secara Langsung

Teknik ini dilakukan agar para calon donatur lebih mengetahui mengenai profil, program serta kegiatan OPZ.

2) Metode Fundraising Tidak Langsung (Indirect Fundraising)

Metode ini adalah metode yang menggunakan teknikteknik yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung dimana tidak dilakukan dengan memberikan dana donatur seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan

_

¹² Muhsin Kalida, *Fundraising Taman Bacaan Masyarakat* (TBM), (Yogyakarta: Cakruk Publishing, 2012), h 62.

cara promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa secara khusus diarahkan untuk menjadi transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *advertorial*, *image compaign* dan penyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi dan referensi dan mediasi para tokoh.

a) Advertorial

Bentuk periklanan yang disajikan secara *persuasive* melalui media massa dengan tujuan untuk mempromosikan produk atau jasa.

b) Image compaign

Merupakan kampanye dengan menyebarkan brosur, *pamphlet* dll.

Pada umumnya lembaga melakukan kedua model metode fundraising ini (langsung dan tidak langsung). karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri. metode fundraising langsung diperlukan karena tanpa donatur kesulitan metode langsung, akan untuk mendonasikan dananya. Sedangkan jika semua bentuk fundraising dilakukan secara langsung, maka akan tampak donatur dan berpotensi menciptakan kejenuhan. kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus mampu dalam mengkombinasikan kedua model metode tersebut.

e. Teknik-teknik Fundraising

Beberapa teknik dalam *fundraising*, diantaranya sebagai berikut¹³:

1) Kampanye

Yaitu *fundraising* dengan cara melakukan kampanye lewat berbagai media komunikasi. Media yang digunakan dapat berupa brosur, spanduk, poster, stiker, liflet, media cetak, elektronik, internet, dan sebagainya.

 $^{^{\}rm 13}$ Aziz Muslim, $Metodologi\ Pengembangan\ Masyarakat$, h. 171-172

2) Face to face

Yaitu fundraising dengan tatap muka antara fundraiser dengan calon donatur untuk mengadakan dialog dengan tujuan menawarkan program kerja sama yang saling menguntungkan. Teknik ini dapat dilakukan dengan kunjungan pribadi ke rumah calon pendonor, kantor, perusahaan atau membuat presentasi dalam pertemuan khusus.

3) Direct mail

Yaitu *fundraising* dengan cara surat menyurat. Dalam teknik ini yang perlu diperhatikan adalah penulisan surat yang efektif dan membuat paket surat yang murah.

4) Special event

Praktik *fundraising* dengan menggelar acara-acara khusus yang dihadiri oleh banyak orang. Bentuknya dapat berupa bazar, lelang, festival, konser, wisata alam, lomba, penerbitan dan masih banyak lainnya.

5) Pembangunan Dana Abadi

Pada salah satu tahap dimana organisasi sudah berjalan dengan lancar, perencanaan pembangunan dana abadi dapat dimasukkan dalam tujuan dan sasaran perencanaan strategik organisasi. Dapat dilakukan melalui cara, menganggarkan teratur anggaran tahunan secara dalam organisasi, menyimpan kelebihan dana anggaran dalam deposito, mengadakan investasi di perusahaan yang benafit dan aman. Dijalankan dengan cermat. akuntabel. dipertanggung jawabkan kepada pengurus dan donatur.

6) Pemanfaatan rekening bank

Bermaksud memberikan kemudahan kepada donatur untuk menyalurkan dananya.

f. Tantangan dalam Fundraising

Berikut berapa hal yang menjadi tantangan dalam *fundraising*, yaitu:

1) Perkembangan fundraising itu sendiri

Sekarang ini baik di media cetak maupun elektronik, semua berusaha mengadakan penggalangan dana secara canggih dan *online*. Artinya, meskipun ada atau tidak ada musibah (bencana), media ini senantiasa membuka dompet peduli. Tentu ini menjadi pesaing berat bagi lembagalembaga sosial yang bermaksud menggalang dana, khususnya bagi lembaga yang masih kecil dan pemula.

2) Membesarnya Kebutuhan Masyarakat

Semakin kecilnya dana dibidang kesejahteraan dan pendidikan, berarti memperbesar kebutuhan yang harus dipenuhi oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan. Selalu muncul kebutuhan baru dan *problem* baru, urbanisasi berjalan begitu cepat, yang diiringi berbagai akibat yang luar biasa dari fenomena ini. 14

B. Tinjauan Organisasi Pengelolaan Zakat/ LAZNAS

1. Pengertian Lembaga Amil Zakat

Undang-undang republik indonesia nomor 23 tahun 2011 mengenai pengelolaan zakat, menyatakan bahwa zakat merupakan suatu kewajiban bagi umat islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam; bahwa zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat; bahwa dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syari'at Islam.¹⁵

Organisasi untuk mengumpulkan, mengolah dan menyalurkan zakat salah satunya adalah Lembaga Amil Zakat (LAZ). Organisasi ini bergerak dalam bidang keagamaan yaitu mengolah harta zakat kaum muslimin. Lembaga Amil Zakat (LAZ) ialah lembaga yang dibentuk oleh masyarakat.

 $^{\rm 15}$ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

¹⁴ Mukhsin Khalida, Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyaratan, Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama, Vol. V: 2 (Desember, 2004), h. 153-154

Sebagaimana ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, pada bab 1 pasal 1 ayat 8 yang berbunyi "Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. ¹⁶

Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan bagian dari organisasi nirlaba, yaitu organisasi yang dalam menjalankan aktivitasnya tidak berorientasi untuk mencari keuntungan. ¹⁷ Lembaga Amil Zakat sangat berperan penting dalam hal membantu pengumpulan zakat, yang mana lembaga ini sudah bertahan dari tahun ke tahun dan mampu bertahan dari perkembangan masyarakat.

2. Organisasi Pengelolaan Zakat

Sesuai dengan namanya, OPZ atau Organisasi Pengelolaan Zakat merupakan sebuah organisasi atau lembaga yang bertugas untuk mengelola zakat, dari mulai perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan, penyaluran hingga pendayagunaan. Dalam hal ini, Indonesia memiliki undang-undang atau aturan yang mengurusi masalah pengelolaan zakat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Di dalam Undang-undang tersebut, disebutkan bahwa pengelolaan zakat perencanaan, adalah kegiatan pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.18

Pengelolaan zakat juga diatur dalam PP No. 14 tahun 2014, yang menjelaskan keberadaan OPZ pada setiap strukturnya dari pusat hingga ke kabupaten ataupun kota. Pada dasarnya, OPZ ini terbagi kepada dua bagian yakni Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk langsung oleh pemerintah sehingga sifatnya koordinatif,

_

¹⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

¹⁷ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah, Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Salemba Empat, 2010), h. 66

 $^{^{18}}$ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Bab I Pasal 1 Ayat (1).

konsultatif, dan informatif; dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang proses pengelolaannya dilakukan secara konseptual.

Pada penelitian kali ini, fokus OPZ yang akan dikaji adalah Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) dimana pada pengertiannya merupakan sebuah lembaga yang berperan dalam pengelolaan zakat secara konseptual. Adapun beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi LAZ, diantaranya¹⁹:

- 1) Terdaftar sebagai organisasi kemasyarakatan islam.
- 2) Mengelola bidang pendidikan, dakwah dan sosial.
- 3) Berbentuk lembaga berbadan hukum.
- 4) Mendapat rekomendasi dari BAZNAS.
- 5) Memiliki pengawas syariat.
- 6) Memiliki kemampuan teknis, administratif, dan keuangan untuk melaksanakan kegiatannya.
- 7) Bersifat nirlaba.
- 8) Memiliki program dan pendayagunaan zakat bagi kesejahteraan umat.
- 9) Bersedia diaudit syariat dan keuangan secara berkala.

Dalam sebuah lembaga rencana atau strategi *fundraising* sangatlah penting untuk menghimpun dana dari muzakki. Terdapat dua metode untuk mengimpun dana yaitu *Direct fundraising* dan *Indirect fundraising*. Dari penjelasan di atas adapun tindakan yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian melakukan observasi terlebih dahulu terhadap lembaga LAZNAS Dewan Da'wah Lampung yang bertujuan untuk mengamati terlebih dahulu strategi apa yang digunakan lembaga LAZNAS Dewan Da'wah Lampung dalam menghimpun dana, kemudian peneliti melakukan wawancara secara tertulis terhadap pimpinan, *fundraiser* dan muzakki dengan memberikan 17 item pertanyaan. Setelah penulis mendapatkan hasil wawancara, penulis melakukan analisa serta menarik kesimpulan terhadap jawaban yang di peroleh dari responden. Adapun hasil yang diperoleh dari tindakan yang dilakukan penulis untuk mencari tau

-

¹⁹ Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat*, (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), h. 56

bagaimana strategi *fundraising*di lembaga LAZNAS Dewan Da'wah Lampung

Dari semua teori-teori yang sudah dijabarkan sebelumnya, berikut penulis rangkum dalam sebuah kerangka teoritik pada gambar berikut:

Strategi Fundraising

Direct Fundraising

Indirect Fundraising

Gambar 2.1. Kerangka Teoritik

- Direct mail
- Face to face
- Direct advertising
- Telefundraising
- Presentasi secara langsung
- Advertorial
- Image compaign
- Penyelenggaraan *event*
- Melalui perantara
- Menjalin relasi dan referensi
- Mediasi para tokoh
- Pemanfaatan rekening bank



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Allison, Michael, Jude Kaye, trj. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2005
- Fred R. David. *Manajemen Strategis Konsep, Edisi 12, terj.* Dono Sunardi. Jakarta: Salemba Empat. 2011
- Furqon, Ahmad. *Manajemen Zakat*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya. 2015
- Hadari, Nawawi. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Gajah Mada University press. 2005
- Hafidhuddin, Didin dan Ahmad Juwaeni . *Membangun Peradaban Zakat*. Jakarta: IMZ. 2006
- Hasanudin. *Manajmen Zakat & Wakaf*. Pamulang: Buku Ajar Tahun 2010
- Iswoyo, Setiyo dan Hamid Abidin. *In Kind Fundraising*. Jakarta: Piramedia. 2016
- Jusuf Udaya, dkk. *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013
- Juwaini, Ahmad. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*. Jakarta: Piramedia. 2008
- Kalida, Muhsin . *Fundraising Taman Bacaan Masyarakat* (TBM). Yogyakarta: Cakruk Publishing. 2012
- Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya. 2005
- Muhammad. *Pengantar Akuntansi Syariah, Edisi Kedua.* Yogyakarta: Salemba Empat. 2010
- Muslim, Aziz. *Metodologi Pengembangan Masyarakat*. Yogyakarta: Bidang Akade- mik UIN Sunan Kalijaga. 2008
- Nawawi, Ismail. *Manajemen Strategik Sektor Publik*. Jakarta: Dwiputra Pustaka Jaya. 2010

- Norton, Michel terj. *Menggalang Dana*: Penuntunan bagi Lembaga Swada Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-negara selatan. Jakarta: Yayasan obor Indonesia. 2002
- Purwanto, April. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat.* Yogyakarta: Teras. 2009
- Putra. *Penelitian Kualitatif IPS*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2013
- S.P Hasibuan, Malayu. Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara. 2015
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Refika aditama. 2014
- Semiawan. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Grasindo, 2010
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Metode Penelitian dan Pengembangan). Bandung: Alfabeta. 2012
- Sugiyono. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta. 2014
- Young, Joyce, dkk. *Menggalang Dana Untuk Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Ina Publikatama. 2007

JURNAL

- Atik Abidah. Analisis Strategi Fundraising Terhadqap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupate Ponorogo. Ponorogo: STAIN. 2016
- Maya Listanti, Ridwan Nurdin, Nevi Hasnita. Analisis Strategi Fundraising dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat. Aceh Barat : Pascasarjana UIN Ar-Raniry
- Mukhsin Khalida, Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyaratan, Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama, Vol. V: 2 Desember. 2004
- Royyan Ramdhani Djayusman, Mufti Afif dan Andi Triyawan, Faizal Abduh. *Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (Studi Kasus di Laz Ummat Sejahtera Ponorogo)*. Jawa Timur: Unida Gontor. 2017

- Istiqomah dan Fauzan. *Strategi* Fundraising *Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri*. Jawa Timur : Institut Agama Islam Tribakti Kediri. 2021
- Nurhidayat. Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19. Universitas Muhammadiyah Jakarta.

ARTIKEL

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Bab I Pasal 1 Ayat (1).

SKRIPSI

Afdoludi, "AnalisisPendistribusian Dana Zakat Bagi PemberdayaanMasyarakat (StudiPadaLembagaAmil Zakat DompetDhuafaCabangJawa Tengah)". Skripsi Program StudiEkonomi Islam FakultasEkonomidan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Semarang 2015.