

STRATEGI *FUNDRAISING*
ZAKAT INFAQ SEDEKAH DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
(BAZNAS) KABUPATEN CILACAP PADA MASA PANDEMI *COVID-19*
TAHUN 2020



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

NUR INDAH YULIANTI

NIM. 1717204034

JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO

2021

STRATEGI *FUNDRAISING* ZAKAT INFAQ SEDEKAH DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN CILACAP PADA MASA PANDEMI *COVID-19* TAHUN 2020

Oleh: Nur Indah Yulianti
NIM. 1717204034
Email: nuri.niyaind22@gmail.com

ABSTRAK

Strategi *fundraising* zakat infaq sedekah pada lembaga BAZNAS Kabupaten Cilacap dibutuhkan untuk meningkatkan jumlah perolehan dana zakat infaq sedekah setiap tahunnya, dengan adanya strategi pada lembaga BAZNAS Kabupaten Cilacap tentunya dapat memberikan arah jangka panjang yang dituju, membantu lembaga beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi, dengan adanya pandemi *covid-19* sebuah lembaga perlu melakukan perubahan-perubahan dalam menyusun strategi supaya strategi tersebut dapat berjalan lebih efektif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *fundraising* zakat infaq sedekah dan kendala yang dihadapi oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Cilacap dalam pengumpulan dana zakat infaq sedekah. Dengan menggunakan metode kualitatif jenis penelitian lapangan (*field research*). Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan cara mengumpulkan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian strategi *fundraising* yang dilakukan di BAZNAS Kabupaten Cilacap peneliti mendapatkan bahwa hal yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah terbuka terhadap para muzakki dalam mengelola dana ZIS, kemudian menggandeng Unit Pengumpul Zakat (UPZ) untuk mentasyarufkan maksimal 60% dari jumlah yang dikumpulkan oleh UPZ kemudian 35% ditasyarufkan oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap dan 5% amil untuk operasional UPZ. Adapun kendala yang dihadapi BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah karena BAZNAS Kabupaten Cilacap belum menjadi skala prioritas bagi para ASN, para ASN masih kurang menghargai eksistensi BAZNAS Kabupaten Cilacap, tingkat kesadaran rendah dalam membayarkan kewajibannya karena kurang pemahannya tentang wajib zakat, zakat wajib untuk umat muslim jika sudah memenuhi kriteria.

Kata Kunci : *Strategi, Fundraising, ZIS.*

**STRATEGY FUNDRAISING ZAKAT INFAQ SEDAKAH AT THE
NATIONAL ZAKAT AMIL BODY (BAZNAS) CILACAP REGENCY THE
PANDEMIC DURING COVID-19 IN 2020**

Nur Indah Yulianti

NIM: 1717204034

Email: nuri.niyaind22@gmail.com

Study Program of Zakat and Waqf Management Islamic Economic and Business
Faculty

State Institute of Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Strategy of fundraising zakat infaq alms at the Cilacap Regency BAZNAS institution is needed to increase the amount of zakat, infaq and alms fundraising each year, with the strategy at the Cilacap Regency BAZNAS institution, of course, it can provide long-term direction, helping institutions adapt to changes in the future. Changes that occur, with the pandemic covid-19 an institution needs to make changes in formulating strategies so that these strategies can run more effectively.

The purpose of this study was to find out how the strategy of fundraising zakat infaq alms at the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) Cilacap Regency. By using qualitative methods of field research. The data used are primary and secondary data by collecting data from observations, interviews and documentation.

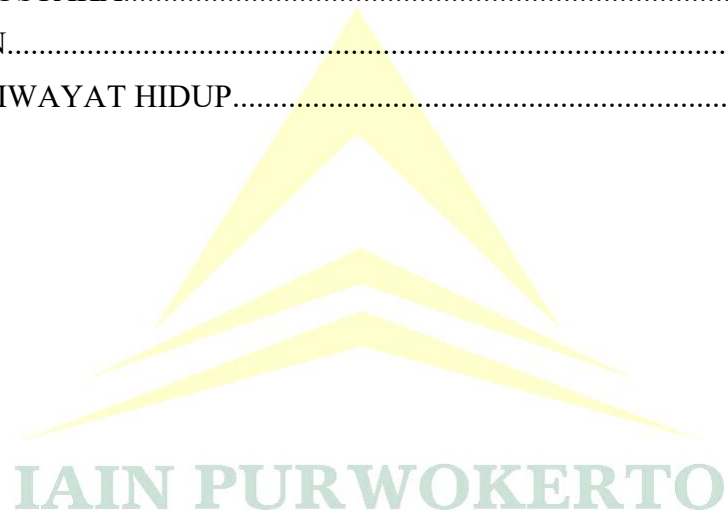
Based on the results of the strategy research fundraising conducted at BAZNAS Cilacap Regency, the researchers found that what BAZNAS Cilacap Regency did was open to muzakki in managing ZIS funds, then collaborated with the Zakat Collecting Unit (UPZ) to collect a maximum of 60% of the amount collected by UPZ then 35% is assigned by BAZNAS Cilacap Regency and 5% Amil for UPZ operations. The obstacles faced by BAZNAS in Cilacap Regency are because BAZNAS in Cilacap Regency has not become a priority scale for ASN, ASN still does not appreciate the existence of BAZNAS in Cilacap Regency, the level of awareness is low in paying their obligations due to lack of understanding about compulsory zakat, zakat is mandatory for Muslims if it is meet the criteria.

Keywords: *Strategy, Fundraising, ZIS.*

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	4
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
A. Strategi <i>Fundraising</i>	17
B. Zakat Infaq Sedekah.....	26
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Sumber Data.....	31

C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
D. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV.....	35
PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	35
A. Gambaran Umum BAZNAS Kabupaten Cilacap.....	35
B. Strategi <i>Fundraising</i> Zakat Infaq Sedekah di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Cilacap.....	44
BAB V.....	51
PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa pandemi *covid-19* selain berdampak pada kesehatan masyarakat, ekonomi, juga menimbulkan krisis kepercayaan antara manusia lainnya. Lantas bagaimana lembaga zakat dalam mengoptimalkan zakat infaq sedekah pada masa pandemi *covid-19* ini? padahal yang kita lihat pandemi *covid-19* turut mempengaruhi turunnya laju perekonomian yang berdampak pada tidak stabilnya keuangan masyarakat.

Lembaga amil zakat maupun Badan Amil Zakat Nasional tentunya mempunyai strategi-strategi dalam menghimpun dana zakat infaq sedekah agar masyarakat maupun para ASN tetap membayar kewajibannya, padahal yang kita tahu di masa pandemi *covid-19* ini banyak masalah yang dihadapi oleh masyarakat kita, mulai dari masalah kesehatan, sosial, ekonomi dan pendidikan. Virus corona termasuk virus yang berbahaya karena dapat menyebabkan kematian dan luka permanen pada paru-paru pasien yang mengalami gejala berat maupun ringan.

Virus *covid-19* telah menggerakkan para pejabat pemerintah untuk cepat tanggap dan peduli atas keselamatan rakyatnya. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aturan untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar secara daring, *work from home*, menghindari kerumun, termasuk adanya pembatasan keluar negeri, seperti melakukan ibadah umrah dan haji.

Selain itu, dampak pengaruh virus corona dalam kehidupan sosial masyarakat diantaranya adalah timbulnya rasa curiga dan hilangnya kepercayaan terhadap orang-orang yang ada di sekitar kita atau yang baru kita kenal. Pada saat kita berbincang atau berjumpa baik di lingkungan rumah atau dengan masyarakat setempat kita tidak lagi berjabat tangan seperti biasa, padahal kita sedari kecil sudah diajarkan untuk selalu menghormati sesama. Namun situasi saat ini mengharuskan kita untuk menghindari berjabat tangan, harus menjaga jarak, dan selalu menerapkan

protokol kesehatan yaitu 5 M, memakai masker, mencuci tangan menggunakan sabun dan air mengalir, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, serta membatasi mobilisasi dan interaksi.

Dengan adanya dampak pandemi *covid-19* yang turut mempengaruhi kehidupan sosial lantas tidak mempengaruhi kewajiban untuk berzakat, karena mau bagaimanapun jika seseorang telah memenuhi nisab maka diwajibkan untuk membayarkan zakatnya, ada berbagai lembaga pengumpul zakat baik yang dimiliki ormas maupun pribadi.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat infaq dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional.

Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri agama.

Dengan demikian BAZNAS bersama pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.

Di BAZNAS Kabupaten Cilacap pada tahun 2020 mampu menghimpun dana zakat infaq sedekah melebihi target awal 10 Miliar, BAZNAS Kabupaten Cilacap mampu menghimpun dana zakat infaq sedekah sebesar Rp. 12.220.445.149, berbeda dengan BAZNAS Kabupaten Banyumas yang hanya menghimpun dana zakat infaq sedekah sebesar 9 Miliar, karena hal itu penulis tertarik meneliti di BAZNAS Kabupaten Cilacap, strategi-strategi apa saja yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Cilacap sehingga mampu menghimpun dana zakat infaq

sedekah melebihi target awal dan kendala apa saja yang dihadapi oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap dalam menghimpun dana zakat infaq sedekah.

Jika mengacu pada data potensi zakat di lingkungan ASN kabupaten Cilacap ternyata cukup besar. Dilihat dari APBD Cilacap yang mencapai lebih dari 3 Triliun. Dan dari jumlah tersebut belanja pegawai sekitar 890 Milyar. Maka kalau jumlah tersebut dikalikan 2,5% potensinya menjadi 22 Milyar lebih pertahun. Belum lagi ditambah dengan TPP yang pertahunnya mencapai 117 Milyar dan tunjangan sertifikasi guru sebesar 360 Milyar, maka dari kalangan ASN saja potensi zakat pertahunnya bisa mencapai 34 Milyar.

Sumber: Humas Kabupaten Cilacap

Tabel 1.1
Data Perolehan Dana ZIS BAZNAS Kabupaten Cilacap

TAHUN	JUMLAH	PERSENTASE (%)
2017	932.000.000	8%
2018	3.500.000.000	29%
2019	8.500.000.000	70%
2020	12.220.445.149	100%

Sumber: BAZNAS Kabupaten Cilacap (2020).

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Cilacap dari tahun 2017 sampai 2020 sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk bisa mencapai angka yang lebih tinggi, karena BAZNAS Kabupaten Cilacap terbukti mampu meningkatkan perolehan dana ZIS setiap tahunnya.

Strategi BAZNAS Kabupaten Cilacap dalam menghimpun dana ZIS yaitu bekerjasama dengan para kepala OPD khususnya Sekda Kab. Cilacap selaku Pembina BAZNAS Kabupaten Cilacap yang telah mendorong, menjadi tauladan sekaligus mendorong para ASN di Kabupaten Cilacap untuk mengingatkan pentingnya berzakat atas harta yang telah didapatkan ASN, sehingga pada tahun 2020 BAZNAS Kabupaten Cilacap mampu menghimpun ZIS sebesar Rp. 12.220.445.149

Jumlah ini lebih tinggi daripada Kabupaten Banyumas, hal ini diketahui karena pada tanggal 21 Desember 2020 BAZNAS Kabupaten Banyumas sebanyak 10 orang telah melakukan *study banding* ke BAZNAS Kabupaten Cilacap, dari situ diketahui bahwa pada tahun 2020 BAZNAS Kabupaten Banyumas hanya bisa terkumpul sebesar 9 Milyar.

Pada dasarnya target dari Sekda Kabupaten Cilacap tahun 2020 adalah 10 Milyar, tetapi justru terkumpul Rp. 12.220.445.249 BAZNAS Kabupaten Cilacap sendiri di dalam RKAT juga menganggarkan angka 12 Milyar, semua bisa terkumpul berkat semangat keteladanan para pimpinan dan pemegang kebijakan di Kabupaten Cilacap dengan slogan “Satu keteladanan lebih baik daripada seribu ajakan” (BAZNAS Kabupaten Cilacap, 2021).

Apakah karena adanya pandemi *covid-19* cukup mempengaruhi perolehan dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Cilacap?

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT INFAQ SEDEKAH DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN CILACAP PADA MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020”**

IAIN PURWOKERTO

B. Definisi Operasional

1. Strategi

Menurut Siagaan strategi adalah serangkaian keputusan serta tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan kesemua jajaran dalam organisasi untuk pencapaian tujuan organisasi.

A. Halim mengemukakan strategi yakni cara dimana organisasi atau lembaga akan mencapai sebuah tujuan yang sesuai dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi dan kemampuan internal serta sumber daya.

Selanjutnya menurut Craig dan Grant strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang.

2. *Fundraising*

Fundraising juga diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi (Purwanto, 2009: 12).

3. Zakat

Zakat merupakan *lafadz mashdar* (kata dasar) dari *zaka* yang berarti suci, tumbuh, keberkahan dan baik (Mandlur, 1997: 308).

Dalam istilah fiqh, zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT yang diserahkan kepada orang-orang yang berhak (Qordhowi, 2002: 34).

4. Infak

Infak adalah mendermakan harta benda di jalan Allah SWT dengan maksud mencari pahala (Mujieb, 1994: 121).

5. Sedekah

Sedekah adalah pemberian seorang (muslim) kepada orang lain secara sukarela dan ikhlas tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu.

6. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Cilacap

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah lembaga yang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri agama. BAZNAS Kabupaten Cilacap juga berada dalam pengawasan Sekda Kabupaten Cilacap.

7. Pandemi *Covid-19*

Adalah peristiwa menyebarnya penyakit *coronavirus* 2019 di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh *coronavirus* jenis baru yang diberi nama *SARS-CoV-2*. Wabah *Covid-19* pertama kali

dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 desember 2019 dan ditetapkan sebagai pandemi oleh organisasi kesehatan dunia (WHO) pada tanggal 11 maret 2020.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana upaya BAZNAS Kabupaten Cilacap mengingat adanya pandemi *covid-19* dalam meningkatkan kesadaran ASN untuk berzakat infaq sedekah?
2. Kendala apa yang dihadapi BAZNAS Kabupaten Cilacap dalam menghimpunan dana zakat infaq sedekah pada masa pandemi *covid-19* ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui upaya BAZNAS Kabupaten Cilacap dalam meningkatkan kesadaran ASN untuk berzakat infaq sedekah pada masa pandemi *Covid-19* Tahun 2020.
2. Untuk mengetahui kendala apa yang dihadapi BAZNAS Kabupaten Cilacap dalam menghimpun dana zakat infaq sedekah pada masa pandemi *covid-19*.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Bagi akademisi dapat dijadikan sarana untuk menambah wawasan ilmu dan pertimbangan dalam penyusunan penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi *fundraising* zakat infaq sedekah pada masa pandemi *Covid-19* khususnya pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Cilacap Tahun 2020.

2. Bagi instansi terkait dapat dijadikan tolak ukur sebagai acuan untuk meningkatkan performa berupa kritik dan saran.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dalam dunia pendidikan khususnya Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

E. Kajian Pustaka

Kegiatan penyusunan kajian pustaka bertujuan mengumpulkan data dan informasi ilmiah berupa teori-teori, metode atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah di dokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman sejarah, dokumen-dokumen dan lain-lain yang terdapat di perpustakaan. Selain itu kajian ini dilakukan dengan tujuan menghindarkan terjadinya pengulangan, penirun, plagiat, termasuk suaplagiat (Pohan, 2007: 42).

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1. Nurhidayat (2020)	Strategi <i>Fundraising</i> Zakat Pasca Pandemi <i>Covid-19</i>	Institusi zakat di Indonesia (BAZNAS maupun LAZ) saat ini masih mengintegrasikan penghimpunan secara manual dan digital. Kedua strategi ini masih menjadi andalan. Hal tersebut disesuaikan dengan segmentasi muzaki. Segmentasi muzaki di perkotaan dan muzakki milenial lebih menyukai digital <i>fundraising</i> .	Persamaan: Sama-sama meneliti tentang strategi <i>fundraising</i> zakat pada masa pandemi <i>covid-19</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan: Lokasi dan waktu.

<p>2. Eka Suci Fitriani, Raden Agrosamdhyo, Ely Mansur (2020)</p>	<p>Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) dalam Program Sebar Sembako pada Masa Pandemi Covid-19 di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Bali</p>	<p>Strategi penghimpunan ZIS yang dilakukan BAZNAS Provinsi Bali yaitu sosialisasi dan edukasi. Pembayaran ZIS bisa dilakukan dengan berbagai cara yaitu membayar di kantor BAZNAS Provinsi Bali, pelayanan jemput bola, membentuk UPZ di masing-masing lembaga pemerintahan dan swasta, pembayaran melalui transfer, pembayaran melalui scan barcode yang sudah bekerjasama dengan BAZNAS Provinsi Bali yaitu Qris barcode di masing-masing bank, Go Pay dan OVO, kemudian menjalin hubungan yang baik dengan para muzaki/ donatur.</p>	<p>Persamaan: Sama-sama meneliti tentang strategi penghimpunan ZIS yang dilakukan oleh lembaga BAZNAS pada masa pandemi covid-19 dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan: Lokasi, waktu dan fokus penelitian.</p>
<p>3. Pini Novia Dewi (2020)</p>	<p>Strategi <i>Fundraising</i> Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu</p>	<p>Strategi menentukan segmen dan target muzaki. Bentuk dari strategi dalam menentukan segmen dan target muzaki adalah menjadikan segmen pemerintahan dan koperasi seperti kalangan ASN, perusahaan dan juga dari masyarakat umum yang mempunyai harta mencapai nisab sebagai target muzaki. Strategi penyiapan sumber daya manusia dan sistem operasi. Bentuk dari strategi penyiapan sumber</p>	<p>Persamaan: Sama-sama meneliti tentang strategi <i>Fundraising</i> ZIS yang dilakukan oleh lembaga BAZNAS dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan: Lokasi dan waktu.</p>

		<p> daya manusia dan sistem operasi yaitu syarat penetapan karyawan yang memiliki pendidikan S1 dan beragama Islam, mempunyai pengalaman bekerja, mengetahui tentang zakat dan mampu mengoperasikan komputer. Strategi membangun sistem komunikasi, bentuk dari strategi ini dengan cara melakukan pendekatan komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung dan komunikasi secara umum. Menggunakan berbagai media dan alat komunikasi seperti <i>handphone</i>, media cetak yang digunakan seperti spanduk, pamflet dan media sosial seperti facebook dan instagram yang digunakan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu. Strategi menyusun dan melakukan pelayanan. Bentuk strategi yang dilakukan dalam menyusun standar pelayanan kepada muzaki adalah melakukan pelayanan secara langsung yang dilakukan dikantor jika muzaki datang langsung ke kantor BAZNAS, melakukan pelayanan secara online atau transfer melalui rekening bank </p>	
--	--	---	--

		yang disediakan dan BAZNAS juga melakukan jemput zakat, infaq dan shadaqah bagi muzaki.	
4. Nur Malik Ibrahim (2019)	Strategi <i>Fundraising</i> Berbasis Media Sosial di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu	<p>Strategi yang dilakukan oleh BMH adalah merumuskan isi konten di media sosial facebook dan waktu yang tepat untuk mempostingnya. Postingannya meliputi tiga hal, yaitu:</p> <p>a) Sosialisasi Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS)</p> <p>b) Materi Dakwah</p> <p>c) Dokumentasi hasil kegiatan program kerja.</p> <p>Dalam pengimplementasiannya BMH memposting pamflet, foto atau video setiap hari. Dari hasil pengamatan penulis, setiap hari BMH memposting yang isi kontennya mengenai dakwah yang sifatnya umum. Namun apabila ada moment yang bagus untuk sosialisasi ZIS maka postingannya akan berhubungan dengan ZIS.</p> <p>Evaluasi dari implementasi strategi <i>fundraising</i> berbasis media sosial facebook yang dilakukan oleh BMH sudah sesuai dengan tujuan <i>fundraising</i>, yaitu dapat menghimpun dana ZIS dan menghimpun muzakki</p>	<p>Persamaan; Sama-sama meneliti tentang strategi <i>Fundraising</i> ZIS dan menggunakan metode penilitin kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Lokasi, waktu dan fokus penelitian.</p>

		dari masyarakat umum. Namun yang harus dilakukan oleh BMH untuk meningkatkan citra lembaga melalui media sosial facebook yaitu dengan cara meningkatkan hubungan komunikasi secara eksternal yaitu antara BMH dengan publik.	
5. Rizka Yasin Yusuf (2018)	Strategi <i>Fundraising</i> di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah	Strategi <i>fundraising</i> Dompot Dhuafa Jawa Tengah selama ini menggunakan metode <i>Above the line</i> dan <i>Bellow the line</i> yakni secara teori sama dengan <i>fundraising</i> secara langsung dan tidak langsung. Penggalangan dana dengan cara memanfaatkan layanan seperti jemput zakat, transfer zakat, bayar langsung di kantor dan memanfaatkan sosial media yang di punyai (Facebook, instagram, Twitter, youtube). Selain itu Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan strategi kemitraan dalam merealisasikan program-program yang telah direncanakan. Strategi ini dapat diterima baik oleh mitra dan membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima masyarakat. Pencapaian ini tidak lepas dari kerja keras pihak karyawan dan	Persamaan: Sama-sama meneliti strategi <i>fundraisin</i> dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan: Lokasi, waktu dan fokus penelitian.

		para pendukung-pendukung Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Dengan penyesuaian dari kebiasaan masyarakat dalam penggalangan dana membuat pengelolaan zakat semakin meningkat dan lebih baik lagi. Akan tetapi penyesuaian masih belum bisa maksimal apabila strategi-strategi baru tidak ditemukan untuk menggalang dana.	
--	--	---	--

Sumber: Jurnal dan Skripsi.

Pertama, oleh Nurhidayat (2020) judul penelitian “Strategi *Fundraising* Zakat Pasca Pandemi *Covid-19*.” Hasil penelitian tersebut, institusi zakat di Indonesia (BAZNAS maupun LAZ) saat ini masih mengintegrasikan penghimpunan secara manual dan digital. Kedua strategi ini masih menjadi andalan. Hal tersebut disesuaikan dengan segmentasi muzaki. Segmentasi muzaki di perkotaan dan muzakki milenial lebih menyukai digital *fundraising*.

Perbedaan jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah BAZNAS maupun LAZ pasca pandemi melakukan penghimpunan dana secara digital karena segmentasi muzakki milenial lebih menyukai digital *fundraising*.

Kedua, oleh Eka Suci Fitriani, Raden Agrosamdhyo dan Ely Mansur (2020) judul penelitian “Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) dalam Program Sebar Sembako pada Masa Pandemi *Covid-19* di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Bali.” Hasil penelitian tersebut, strategi penghimpunan ZIS yang dilakukan BAZNAS Provinsi Bali yaitu sosialisasi dan edukasi, pembayaran ZIS bisa dilakukan dengan berbagai cara yaitu membayar di kantor BAZNAS Provinsi Bali, pelayanan jemput bola, membentuk UPZ di masing-masing lembaga pemerintahan dan swasta, pembayaran melalui

transfer, pembayaran melalui scan barcode yang sudah bekerjasama dengan BAZNAS Provinsi Bali yaitu Qris barcode di masing-masing bank, Go Pay dan OVO, kemudian menjalin hubungan yang baik dengan para muzaki/donatur.

Perbedaan jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah strategi dalam penghimpunan dana ZIS yang dilakukan BAZNAS Provinsi Bali dengan cara sosialisasi dan edukasi. BAZNAS Provinsi Bali dalam pengumpulan dana ZIS juga melakukan pelayanan jemput bola, melalui digital *fundraising*. BAZNAS Provinsi Bali pada masa pandemi memiliki program sebar sembako.

Ketiga, oleh Pini Novia Dewi (2020) judul penelitian “Strategi *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS) di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu.” Hasil penelitian tersebut, strategi menentukan segmen dan target muzaki. Bentuk dari strategi dalam menentukan segmen dan target muzaki adalah menjadikan segmen pemerintahan dan koperasi seperti kalangan ASN, perusahaan dan juga dari masyarakat umum yang mempunyai harta mencapai nisab sebagai target muzaki. Strategi penyiapan sumber daya manusia dan sistem operasi. Bentuk dari strategi penyiapan sumber daya manusia dan sistem operasi yaitu syarat penetapan karyawan yang memiliki pendidikan S1 dan beragama Islam, mempunyai pengalaman bekerja, mengetahui tentang zakat dan mampu mengoperasikan komputer. Strategi membangun sistem komunikasi, bentuk dari strategi ini dengan cara melakukan pendekatan komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung dan komunikasi secara umum. Menggunakan berbagai media dan alat komunikasi seperti *handphone*, media cetak yang digunakan seperti spanduk, pamflet dan media sosial seperti facebook dan instagram yang digunakan BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu. Strategi menyusun dan melakukan pelayanan. Bentuk strategi yang dilakukan dalam menyusun standar pelayanan kepada muzaki adalah melakukan pelayanan secara langsung yang dilakukan di kantor jika muzaki datang langsung ke kantor BAZNAS, melakukan pelayanan secara online atau

transfer melalui rekening bank yang disediakan dan BAZNAS juga melakukan jemput zakat, infaq dan shadaqah bagi muzaki.

Keempat, Nur Malik Ibrahim (2019) judul penelitian “Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu.” Hasil Penelitian tersebut, strategi yang dilakukan oleh BMH adalah merumuskan isi konten di media sosial facebook dan waktu yang tepat untuk mempostingnya. Postingannya meliputi tiga hal, yaitu:

- a) Sosialisasi Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).
- b) Materi dakwah.
- c) Dokumentasi hasil kegiatan program kerja.

Dalam peng-implemmentasiannya BMH memposting pamflet, foto atau video setiap hari. Dari hasil pengamatan penulis, setiap hari BMH memposting yang isi kontennya mengenai dakwah yang sifatnya umum. Namun apabila ada moment yang bagus untuk sosialisasi ZIS maka postingannya akan berhubungan dengan ZIS.

Evaluasi dari implementasi strategi *fundraising* berbasis media sosial facebook yang dilakukan oleh BMH sudah sesuai dengan tujuan *fundraising*. Yaitu dapat menghimpun dana ZIS dan menghimpun muzakki dari masyarakat umum. Namun yang harus dilakukan oleh BMH untuk meningkatkan citra lembaga melalui media sosial facebook yaitu dengan cara meningkatkan hubungan komunikasi secara eksternal yaitu antara BMH dengan publik.

Kelima, oleh Rizka Yasin Yusuf (2018) judul penelitian “Strategi *Fundraising* di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah.” Hasil penelitian tersebut, strategi *fundraising* Dompot Dhuafa Jawa Tengah selama ini menggunakan metode *Above the line* dan *Bellow the line* yakni secara teori sama dengan *fundraising* secara langsung dan tidak langsung. Penggalangan dana dengan cara memanfaatkan layanan seperti jemput zakat, transfer zakat, bayar langsung di kantor dan memanfaatkan sosial media yang di punyai (Facebook, instagram, twitter, youtube). Selain itu

Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan strategi kemitraan dalam merealisasikan program-program yang telah direncanakan. Strategi ini dapat diterima baik oleh mitra dan membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima masyarakat. Pencapaian ini tidak lepas dari kerja keras pihak karyawan dan para pendukung-pendukung Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Dengan penyesuaian dari kebiasaan masyarakat dalam penggalangan dana membuat pengelolaan zakat semakin meningkat dan lebih baik lagi. Akan tetapi penyesuaian masih belum bisa maksimal apabila strategi-strategi baru tidak ditemukan untuk menggalang dana.

F. Sistematika Pembahasan

Guna mempermudah penulisan ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori dan juga hasil penelitian yang berasal dari studi kepustakaan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang jenis metode penelitian, metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil dari pengamatan atau penelitian. Hasil pengamatan merupakan isi bagian yang penting dari teks ilmiah. Hasil pembahasan sebagai pertimbangan atau acuan untuk dijadikan sebagai sebuah teori.

BAB V PENUTUP

Membahas mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, keterbatasan serta saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan tentang strategi *fundraising* zakat, infaq dan sedekah dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. BAZNAS Kabupaten Cilacap transparansi dalam mengelola dana zakat infaq sedekah kepada para muzakki dan munfiq yang terhimpun dari beberapa UPZ, mulai dari ASN, UPZ Organisasi Perangkat Daerah (OPD), UPZ kecamatan, UPZ BUMD, UPZ BUMN dan lembaga negara yang ada di Kabupaten Cilacap, hal tersebut mempengaruhi kepercayaan terhadap lembaga BAZNAS Kabupaten Cilacap sehingga para muzakki maupun munfiq tidak ragu untuk menyetorkan dana zakat infaq sedekahnya.

Kerjasama bersama UPZ dalam mentasyarufkan maksimal 60% dari jumlah yang dikumpulkan oleh UPZ kemudian 35% ditasyarufkan oleh BAZNAS Kabupaten Cilacap dan 5% amil untuk operasional UPZ turut mempengaruhi peningkatan perolehan dana zakat infaq sedekah di BAZNAS Kabupaten Cilacap.

BAZNAS Kabupaten Cilacap berupaya secara pelan tapi pasti dalam meningkatkan kesadaran para ASN dalam berzakat infaq sedekah karena berzakat sifatnya harus benar-benar atas dasar kesadaran diri sendiri.

2. Adapun kendala yang dihadapi BAZNAS Kabupaten Cilacap adalah karena kurangnya pemahaman para ASN dalam melaksanakan wajib zakat profesi bagi para ASN yang sudah memenuhi nisab.

B. Saran

Setelah penulis menguraikan kesimpulan di atas, adapun saran-saran yang dapat penulis kemukakan agar sekiranya dapat menjadi manfaat, sebagai berikut:

Perlunya mengadakan sosialisasi terkait pentingnya berzakat, infaq dan sedekah, beberapa muzaki tingkat kesadaran rendah dalam melaksanakan kewajiban membayarkan zakatnya karena kurangnya pengetahuan tentang zakat, hal tersebut bisa dilakukan dengan seminar, konferensi secara online secara *to the point* agar para ASN tidak merasa bosan dalam mengikuti konferensi online tersebut, maupun dengan pemberitaan dan penulisan di media massa, baik cetak maupun elektronik, sehingga pembahasan zakat tidak asing lagi dan mereka dapat termotivasi serta tercerahkan. Dalam proses sosialisasi zakat perlu untuk melenyapkan mitos yang masih membayangi masyarakat sehingga merasa berat untuk berzakat, memberikan pengertian bahwa zakat tidak merugikan ataupun mengurangi jumlah harta yang dimiliki seseorang karena jumlah zakat yang dikeluarkan sangatlah kecil, jumlah zakat meningkat justru karena rezeki yang meningkat.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Hamid, dkk.2009. *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Strategi Penggalangannya*. Depok: piramedia
- Al-Qordhowi, Yusuf.2002. *Fiqh Zakat*. Jakarta: Pustaka Lentera Antarnusa
- Assauri, Sofian.2013. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Press
- Dahlan, Ahmad.2019. *Buku Saku Perzakatan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Depdikbud.1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Furqon, Ahmad.2015. *Manajemen Zakat*. Semarang: Walisongo Press
- Hadari, Nawawi.2005. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- <http://humas.cilacapkab.go.id/potensi-zakat-asn-cilacap-cukup-tinggi-capai-34-milyar/?print=pdf#:~:text=potensi%20zakat%20dilingkungan%20ASN%20Kabupaten,22%20milyar%20lebih%20per%20tahun>. Diakses pada tanggal 11 April 2021
- Ibn Mandlur, Jamaluddin.1997. *Lisan al- Arab*. Beirut: Dar ash-Shadir
- Imam, Sentot W.2008. *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*. Surabaya: Indeks
- M. Abdul Mujieb dkk.1994. *Kamus Istilah Fiqh*. Jakarta: Pustaka Firdaus
- M. Arifin.1991. *Ilmu Pendidikan Islam, Suatu Pendekatan Teoritik dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner*. Jakarta: Bumi Aksara
- Miftahudin, Muhammad.2005. *Terj, Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Moloeng, Lexy, J.2010. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Narimawati, Umi.2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media

- Norton, Michael.2002. *Menggalang Dana: Penuntun Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-Negara Selatan* (Masri Maris, Penerjemah) Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Nurhidayat.(2020). *Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19*. Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i. Vol 7
- Nur, Ibrahim.2010. “Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu”. Skripsi. Bengkulu: IAIN Bengkulu
- Pini, Novia.2020. “Strategi Fundraising Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (ZIS) Di BAZNAS Kabupaten Idragiri Hulu”. Skripsi. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim
- Purwanto, April.2009. *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Jakarta: Teras
- Rachmat.2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Rizka, Yusuf.2018. “Strategi Fundraising Di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah”. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo
- Sargeant, Adrean.2010. *Fundraising Pricipal and Practices*. Sans Fransisco: John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved
- Suci, Eka,dkk.(2020). *Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Dalam Program Sebar Sembako Pada Masa Pandemi Covid-19 di BAZNAS Provinsi Bali*.Widya Balina: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi, Vol 5
- Sugiyono.2017.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tim Prima Pena.2015. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gita Media Press