

ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING TERHADAP PENINGKATAN PENGELOLAAN ZIS PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT KABUPATEN PONOROGO

Atik Abidah*

Abstrak:

Lahimya lembaga-lembaga amil zakat, seharusnya mampu menjadi sebuah harapan bagi para mustahiq, serta dapat terselesaikannya masalah kemiskinan dan pengangguran. Namun, harapan ini tidak akan tercapai apabila Lembaga Amil Zakat (LAZ) tidak memiliki orientasi dalam pemanfaatan dana zakat, infak, shadaqah (ZIS) yang tersedia, yang diambil secara langsung maupun tidak langsung dari masyarakat. Masalah dalam penelitian ini adalah (a) bagaimanakah strategi fundraising (penghimpunan dana zakat) pada Lembaga Amil Zakat dalam meningkatkan pengelolaan dana Zakat di Kabupaten Ponorogo. (b) Bagaimana dampak strategi fundrising pada peningkatan pengelolaan zakat pada lembaga-lembaga amil zakat di Kabupaten Ponorogo? Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, pertama, strategi fundraising dalam peningkatan pengelolaan ZIS pada berbagai LAZ di Kabupaten Ponorogo, menunjukkan LAZ yang bertaraf nasional mampu mengumpulkan dana yang lebih banyak dibandingkan dengan 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 tersebut. 2) Amil yang profesional dengan sistem manajemen yang bagus berpengaruh terhadap strategi fundraising, keuangan, maupun kinerja sebuah organisasi. Sebagian besar LAZ lokal hanya mengandalkan sistem tradisional dengan SDM yang lemah. Kedua, dampak strategi fundrising pada peningkatan pengelolaan zakat pada lembaga-lembaga amil zakat di Ponorogo menunjukkan bahwa LAZ yang dikelola secara profesional didukung manajemen yang berkualitas maka teknik pengumpulan maupun pendistribusian ZISnya baik, serta nilai manfaatnya lebih maksimal mereka akan tetap survive. Sementara LAZ yang dikelola secara asal-asalan atau hanya dipahami sebagai kerja sampingan, tanpa dukungan manajemen yang baik, maka teknik pengumpulan maupun pendistribusian ZISnya kurang maksimal

Kata kunci: Strategi Fundraising, ZIS, Kabupaten Ponorogo

*Dosen Program Studi Muamalah STAIN Ponorogo.

PENDAHULUAN

Di tengah problematika perekonomian, zakat muncul menjadi instrumen pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan umat di daerah. Zakat memiliki banyak keunggulan dibandingkan instrumen fiskal konvensional yang kini telah ada. Banyak pemikiran dan teori yang dikemukakan oleh para ahli dalam rangka menanggulangi masalah kemiskinan. Namun tidak semua teori dapat dipraktekkan dan dapat menanggulangi kemiskinan. Diharapkan dengan pengelolaan zakat yang secara profesional dan pendayagunaan secara produktif mampu memberikan kontribusi bagi penanggulangan kemiskinan.¹

Untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan perundangan yang berlaku yaitu, UU No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan ZIS, bahwa yang dimaksud pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.² Serta sesuai dengan syariat Islam yang amanah, kemanfaatan, keadilan, memenuhi kepastian hukum, terintegrasi, dan akuntabilitas.

Penghimpunan dana zakat (fundraising) boleh dikatakan selalu menjadi tema besar dalam organisasi amil zakat. Sebenarnya pengaturan penghimpunan zakat begitu sederhana dan tidak memerlukan pengetahuan khusus. Pelaksanaan pemungutan zakat secara semestinya, secara ekonomi dapat menghapus tingkat perbedaan kekayaan yang mencolok, serta sebaliknya dapat menciptakan redistribusi yang merata.³

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.⁴ Kegiatan fundraising memiliki setidaknya 5 (lima) tujuan pokok, yaitu

¹Ali Sakti, *Analisis Teoritis Ekonomi Islam, Jawaban atas Kekacauan Ekonomi Modern*, (Jakarta: Paradigma & Aqsa Publishing, 2007), 192

²Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

³M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), 248

⁴Didin Hanifudin dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta : IMZ, 2006), 47.

menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga (*brand image*), dan memberikan kepuasan pada donatur.⁵

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

Demikian halnya Lembaga Amil Zakat yang ada di Kabupaten Ponorogo, yang dari tahun ke tahun semakin banyak, dengan harapan bahwa dana ZIS yang dikumpulkan semakin banyak.

Lembaga-lembaga zakat yang ada di Kabupaten Ponorogo, mempunyai cara yang berbeda dalam melakukan pengumpulan zakat.

Kajian awal penulis pada tahun 2014 tentang LAZ Umat Sejahtera di Ponorogo berdiri tahun 2006 menyimpulkan bahwa, dana zakat yang dikumpulkan sejumlah Rp. 365.700.500, dengan strategi fundrising mengumpulkan dana, dengan jempot bola ke rumah-rumah muzakki, mengadakan kotak shodaqah melalui sekolah-sekolah, rumah sakit dan took-toko yang ada di sekitar ponorogo, LAZ Umat sejahtera juga melakukan sosialisasi tentang sadar zakat kepada masyarakat, dengan seminar, survey, brosur dan majalah.

Baitul Maal Hidayatullah (BMH) bertaraf Nasional, lembaga Zakat ini berdiri pada tahun 2011, mereka mampu mengumpulkan dana Rp. 553.272.400, melakukan fundrising dalam pengumpulan dana zakatnya dengan jalur utama yaitu dakwah untuk memberikan pemahaman tentang kesadaran zakat bagi masyarakat, BMH juga mendirikan beberapa stand di tempat- tempat umum, melalui brosur,

⁵M. Anwar Sani, *Jurus Menghimpun Fulus, Manajemen Zakat Berbasis Masjid*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 2010, 25.

iklan di Radio Aswaja FM, Gema Surya Radio, serta media lain yang memungkinkan para muzakki bisa cepat dan tanggap untuk segera membayarkan zakatnya. LAZNAS BMH Ponorogo bekerjasama dengan Lembaga keuangan syariah BSM, kesempatan kajian rutin bersama para nasabah setiap bulan dimanfaatkan untuk memberikan pemahaman tentang kesadaran berzakat.

Sedangkan LAZ Muhammadiyah, yang berdiri sejak 2012, mampu mengumpulkan dana Rp. 123.560.500, dalam pengumpulan dana mereka menggunakan tehnik jemput bola, sosialisasi dan memanfaatkan jaringan organisasi Muhammadiyah. LAZ Muhammadiyah melakukan kerjasama dengan IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) sebagai relawan, begitu juga bekerjasama dengan RSUD Aisyiyah, Swalayan Surya, Sekolah-sekolah Muhammadiyah dan panti asuhan yang tersebar di sekitar Ponorogo.

LAZ yang terus berkembang di wilayah Ponorogo perkembangannya sangat signifikan dengan kenaikan pengumpulan dana zakat. Namun demikian sebagian LAZ yang usianya lebih tua dari sisi pengelolaannya masih tradisional penggalangan dananya lebih sedikit di bandingkan dengan Lembaga-lembaga zakat yang baru saja berdiri. Tentunya ini menarik untuk di Kaji dalam sebuah penelitian apakah strategi fundrising dalam penggalangan dana pada Lembaga-lembaga ZIS yang ada di Ponorogo mampu meningkatkan pengelolaan ZIS secara signifikan.

HASIL PENELITIAN

1) Zakat dan Manajemen Fundrising

Menurut istilah syara' zakat adalah kadar harta tertentu, diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan berbagai syarat semata-mata mencari ridha Allah.⁶ Menurut etimologi yang dimaksudkan dengan zakat adalah sejumlah harta tertentu yang telah mencapai syarat tertentu yang diwajibkan Allah untuk dikeluarkan dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Dengan perkataan “yang wajib (dikeluarkan)” berarti zakat tidak mencakup hak yang sifatnya sunnah atau tathawwu' seperti Shadaqah tathawwu' (sedekah sunnah).⁷

⁶Wahardjani, dkk, *Fiqh Islam*, (Yogyakarta: PT Citra Karsa Mandiri), 2000.

⁷M.Niphan Abdul Halim, *Mengapa Zakat Disyariatkan*, Bandung: M2S, 2001), 28.

Secara sosial zakat berfungsi sebagai lembaga jaminan sosial, dengan adanya lembaga zakat maka kelompok lemah dan kekurangan tidak akan lagi merasa khawatir terhadap kelangsungan hidup yang mereka jalani. Hal ini terjadi karena dengan adanya substansi zakat merupakan mekanisme yang menjamin kelangsungan hidup masyarakat miskin, sehingga mereka merasa hidup di tengah masyarakat manusia yang beradab, memiliki nurani, kepedulian dan saling tolong menolong.⁸

Amil zakat sebagai salah satu dari delapan asnaf merupakan alat legitimasi Allah Swt. yang diberi kewenangan dalam pengelolaan zakat. Meski demikian ternyata belum direspon dengan baik oleh umat Islam, demikian pula kalau dikaitkan dengan Q.S at-Taubah: 103 dalam ayat ini ada kata “khudz” yang berarti ambillah. Menurut Ibnu Arabi, khitab lafadz khudz itu adalah ditujukan kepada nabi Muhammad Saw. sehingga mafhum mufawadah-nya adalah tidak bisa zakat itu diambil oleh selain beliau, atas dasar inilah para pembangkang zakat tidak mau mengeluarkan zakat lagi pada masa Sayyidina Abu Bakar. Ada perbedaan pendapat apakah ayat di atas maksudnya zakat wajib atau sunnah, adanya perintah untuk mengambil yang dilakukan Rosulullah atau penggantinya (ulama/amil), secara implisit menekankan agar zakat itu dikelola oleh sebuah pengurus/lembaga yang mengurus zakat.⁹

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

Inventarisasi mustahiqin perlu dilakukan sedini mungkin. Bahkan, jika mungkin peta mustahiqin itu sudah dimiliki sejak lama

⁸Nurul Huda dan Mohamad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 304.

⁹Abu Bakar Ibnu Araby, *Ahkamul al-Qur'an* (Beirut: Daarul Ma'rifah, tth), 1006.

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

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

Fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga/organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dan jalannya roda operasional agar lembaga/organisasi sosial tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan yang telah digariskan.¹⁰ Begitu penting peran fundraising itu sendiri dapat dikatakan sebagai faktor pendukung lembaga dalam membiayai program dan membiayai kegiatan operasional lembaga.

Fundraising berhubungan dengan kemampuan perorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran dan kepedulian mereka. Dalam hal ini lembaga perlu membangun etika fundraising dengan mengacu pada misi lembaga.¹¹

Fundraising tidak identik dengan uang semata, ruang lingkupnya begitu luas dan mendalam, karena pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi sebuah lembaga. Dana ZIS dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka mengentaskan kemiskinan dan mempersempit jurang pemisah antara si kaya dengan si miskin.

¹⁰Yuli Pujihardi, Pengantar dalam Panduan Menggalang Dana Perusahaan : Teknik dan Kiat Sukses Menggalang Dana Sosial Perusahaan, (Kota Depok : Pustaka, 2006).

¹¹Darwina Widjajanti, *Rencana Strategis Fundraising*, (Jakarta : Pustaka, 2006), 4.

Penghimpunan dana zakat boleh dikatakan selalu menjadi tema besar organisasi amil zakat. Untuk menangkap dan mengejar “bola zakat” sudah mereka siapkan berbagai alat kerja lengkap dengan tabel-tabel kalkulasi zakat.¹²

Adapun dalam konteks lebih rinci, aktifitas fundraising, yaitu penggalangan dana/daya akan dilakukan dengan telaah manajemen pemasaran (marketing), motivasi dan relasi. Dalam konteks ini pengalangan dana/daya tidak hanya bersifat pemberian semata yang sangat dipengaruhi oleh pertimbangan calon donator.¹³

Adapun tujuan fundraising bagi sebuah organisasi zakat:¹⁴

a) Tujuan pokok dari gerakan fundraising adalah pengumpulan dana. Sesuai dengan istilahnya (fundraising) berarti pengumpulan uang, namun yang di maksud di sini bukanlah uang semata, tetapi merupakan dana dalam arti yang luas, termasuk di dalamnya barang atau jasa yang memiliki nilai materi, meski dana dalam arti uang memiliki peran yang sangat penting, karena sebuah organisasi zakat tanpa dana tentunya tidak akan bisa berjalan dengan baik, karena dalam operasional membutuhkan dana dalam arti uang. Sebuah organisasi zakat yang tidak dapat mengumpulkan uang dalam proses fundraisingnya adalah termasuk organisasi yang gagal, meskipun dia memiliki keberhasilan yang lain. b) Fundraising juga bertujuan untuk menambah jumlah muzakki dan donatur. OPZ yang baik adalah OPZ yang memiliki data pertambahan muzakki dan donator tiap hari. Sebenarnya yang dibutuhkan adalah pertambahan jumlah dana untuk program-program mereka juga operasionalnya. Ada dua hal yang bisa dilakukan OPZ dalam hal ini, pertama; menambah jumlah sumbangan pada setiap donatur dan muzakki, dan yang kedua; menambah jumlah donatur atau muzakki.

Tujuan c) Membentuk dan meningkatkan citra lembaga, secara langsung atau tidak akan mempengaruhi citra baik atau

¹²Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Malang : UIN Maliki Press, 2010), 176.

¹³Sebagaimana yang disampaikan Norton, dalam bukunya, *Menggalang Dana: Pedoman bagi Lembaga Swadaya Masyarakat*, (Jakarta: yayasan Obor); bahwa dalam manajemen penggalangan dana/daya, komunikasi dan saling empati serta adanya *trust* di antara lembaga pengelola dan calon donator harus ditingkatkan. Dalam hal ini, bisa saja sebenarnya calon donator sangat berkeinginan untuk berderma, tetapi tidak menemukan lembaga yang tepat sehingga lembaga tentu berkesempatan untuk mewujudkan niat donator dengan baik

¹⁴Ahmad, Juwaini, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, (Jakarta: PIRAMEDIA), 5-7.

buruk pada sebuah OPZ. Jika respon masyarakat positif, tentunya akan semakin menarik donatur dan muzakki untuk ikut bergabung. Namun jika penilaian terhadap OPZ itu tidak baik, maka tentunya akan mempengaruhi keberlangsungan OPZ, dengan tidak adanya donatur atau muzakki yang bergabung pada organisasi mereka.

d) Gerakan fundraising juga mempunyai tujuan memuaskan donatur dan muzakki, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang, yaitu menjaga loyalitas muzakki dan donatur, agar tetap memberikan bantuan pada OPZ. Hal ini dapat ditempuh dengan memberikan kepuasan terhadap donatur dan muzakki terhadap pelayanan, program dan operasional OPZ. Hal ini tentunya akan memiliki dampak, jika donatur dan muzakki puas atas semuanya, tentunya dia akan terus bergabung pada OPZ tersebut.

e) Menggalang simpatisan atau pendukung. OPZ tentunya akan membutuhkan kepanjangan tangan dari organisasinya untuk menyampaikan apa yang menjadi tujuan dan gerakan mereka, di sinilah peran simpatisan atau pendukung yang akan membantu OPZ dalam menyampaikan tentang OPZ pada masyarakat secara luas. Untuk mendapatkan simpatisan atau pendukung tentunya tidak mudah, dibutuhkan citra lembaga yang baik dan bersih, sehingga pendukung rela untuk bergabung dan membantu keberlangsungan OPZ.

2) Prinsip-prinsip Fundraising

Fundraising menjadi kebutuhan umum karena dipandang sangat penting untuk keberpihakannya kepada masyarakat miskin. Adapun prinsip-prinsip fundraising adalah: a) Prinsip fundraising harus meminta. Sebuah penelitian yang diadakan oleh sebuah organisasi amal besar menanyakan kepada orang-orang yang tidak memberi sumbangan. Donatur biasanya memberikan sumbangan ketika mereka diminta, walaupun mereka tanpa mengharapkan imbalan. Bagi donatur, ia tetap meyakini bahwa perasaan telah melakukan sesuatu yang berharga menjadi hal yang penting bagi dirinya seperti donasinya ternyata dapat meningkatkan taraf hidup dalam masyarakat tertentu. Tetapi ada juga donatur yang menyumbang karena butuh penghargaan dari orang lain dan dari masyarakat karena ia bermurah hati memberikan sumbangan.¹⁵

¹⁵Norton, 2002, 11.

c) Prinsip *Fundraising* berarti berhubungan dengan orang lain, artinya semakin banyak berhubungan, berkenalan ataupun mempunyai jaringan dengan banyak pihak, maka kemungkinan banyak orang yang memberikan sumbangan pada lembaga menjadi semakin besar. Seseorang menjadi anggota donatur sebuah lembaga adalah keinginan untuk menolong orang lain atau melakukan sesuatu bagi masyarakat luas. Tugas lembaga pengelola zakat adalah bagaimana lembaga dapat berperan dengan melakukan apa yang diinginkan donatur atau masyarakat. d) Prinsip *fundraising* berarti menjual. Penggalangan dana/daya adalah sebuah proses yang terdiri atas dua tahap. Tahap pertama, menunjukkan kepada calon donator bahwa ada kebutuhan penting yang dapat lembaga tawarkan melalui kegiatan lembaga. Pada umumnya, orang atau suatu lembaga dengan mudah bersedia untuk diminta menjadi donator atau memberikan sumbangan, ketika mereka sependapat bahwa kebutuhan itu penting dan perlu dilakukan sesuatu yang berarti untuk itu. Kedua, bahwa sebuah lembaga siap melakukan sesuatu yang berarti untuk mengabdikan pada masyarakat dan dapat menunjukkan kepada mereka bahwa dukungan dari mereka akan dapat membuahkan hasil yang lebih baik. Penggalangan dana/daya bukan hanya meminta uang saja tetapi lebih mengenai menilai bahwa donatur dapat merespon apa yang dibutuhkan masyarakat melalui program lembaga dengan menerima program tersebut.¹⁶

Selanjutnya c) Prinsip Kepercayaan dan hubungan masyarakat.¹⁷ Biasanya donator lebih suka memberikan sumbangan kepada organisasi dalam suatu kegiatan yang mereka kenal. Ini berarti reputasi organisasi dan hubungan masyarakat yang baik menjadi penting, seperti: membeberkan hasil-hasil yang dicapai dalam brosur yang dikirimkan kepada masyarakat. Semua contoh-contoh hal tersebut dapat membuat orang menyadari penting apa yang dilakukan dan membuat yakin bahwa sebuah lembaga dapat melakukan kegiatan yang berguna dan membuahkan hasil. Inilah yang membuat lebih mudah bagi mereka untuk memutuskan mendukung lembaga. d) Prinsip *fundraising* adalah mengucapkan terima kasih. Mengucapkan terima kasih sangatlah penting, sebagai sebuah penghargaan dan pengakuan kedermawanan donator. Juga

¹⁶*Ibid*, 14.

¹⁷*Ibid*, 13.

merupakan sebuah tindakan untuk kepentingan sendiri dalam arti yang baik, yaitu donator menjadi merasa lebih dihargai dari lembaga dan barangkali akan mau memberikan sumbangan lagi secara kontinyu. Lembaga yang mengucapkan terima kasih setiap saat ada kesempatan tentu mendapat imbalan yang berarti dalam bentuk kesetiaan donator sebagai pendukung dan mungkin tidak percaya donator memberikan sumbangannya berulang kali hanya karena ucapan terima kasih yang disampaikan setiap ada kesempatan yang baik. Meskipun demikian, dalam kenyataannya banyak donator yang mengeluh, bahwa mereka tidak pernah mendapatkan ucapan terima kasih, bahkan dari organisasi yang mereka dukung sekalipun.¹⁸

Keterlibatan dan kesungguhan berbuat untuk jangka panjang itulah yang diperlukan oleh lembaga sehingga masyarakat atau donatur dalam hal ini muzakki dapat memberikan sumbangan mereka secara teratur dan dalam jumlah yang sesuai. Semua upaya tersebut dilakukan untuk mencari donator dan meyakinkan mereka agar mau terlibat dalam organisasi yang dipimpin. Hal ini akan benar-benar berhasil jika donator terus memberikan dana/dayanya selama bertahun-tahun dan semakin besar jumlahnya. Bahkan selanjutnya donator bersedia mengajak saudara, teman, kerabat untuk ikut bergabung pada lembaga tersebut.

3) Unsur-Unsur Fundraising.

Adapun unsur-unsur fundraising, sebagaimana dijelaskan Purwanto¹⁹ yaitu berupa: a) Analisis kebutuhan, yaitu berisi tentang kesesuaian dengan syari'ah, laporan dan pertanggung jawaban, manfaat bagi kesejahteraan umat, pelayanan yang berkualitas, silaturahmi dan komunikasi. Donator atau muzakki yang memahami Islam dengan baik, akan menanyakan bagaimana pelaksanaan pengelolaan ZIS yang dikelola sebuah lembaga. Tentunya mereka menginginkan sesuatu yang baik dengan tuntunan sesuai syara'. Mereka tidak mau apa yang sudah dikerjakan, termasuk dalam pembayaran ZIS akan sia-sia, tidak ada nilainya dihadapan Allah. Pertanyaan yang

¹⁸Norton, 15.

¹⁹Huda, Miftahul, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising: Study tentang Penggalangan Wakaf pada Yayasan Hasyim Asy'ari Pondok Pesantren Tebuireng Jombang*, (Yayasan Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan Yayasan Dana Sosial Al-Falah Surabaya, Kementerian Agama RI, 2012), 37-38.

disampaikan donator atau muzakki pada lembaga zakat sesungguhnya bertujuan menghilangkan keraguan yang ada dalam dirinya terhadap pelaksanaan pengelolaan zakat yang dikelola oleh lembaga yang bersangkutan. Selanjutnya apabila mereka yakin terhadap lembaga pengelola zakat, sudah sesuai dengan prinsip syara', maka mereka akan dengan rela menyalurkan dana ZIS mereka pada lembaga tersebut. b) Segmentasi donator/muzakki adalah sebuah metode tentang bagaimana melihat donator dan muzakki secara kreatif, baik perorangan, organisasi dan lembaga berbadan hukum. Artinya perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di masyarakat. Tidak seharusnya sebuah lembaga zakat melihat masyarakat sebagai pasar secara sederhana, bisa-bisa salah sasaran. Dengan segmentasi yang tepat, lembaga zakat dapat menempatkan sumber daya sesuai dengan segmen-segmen masyarakat yang telah diidentifikasi. c) Identitas profil donator dan muzakki, hal ini difungsikan untuk mengetahui lebih awal identitas calon donator/muzakki itu sendiri. Profil donator/muzakki perseorangan dapat berbentuk biodata atau CV, sedangkan untuk calon donatur/muzakki organisasi atau lembaga hukum dalam bentuk company profil lembaga. d) Produk. Dalam pengelolaan zakat produk tidak bisa hanya didefinisikan sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai, yang diterima seseorang dalam sebuah transaksi, tetapi lebih tepat apabila produk diartikan sebagai kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri yang berwujud dan tidak berwujud. Produk adalah hal yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan muzakki, karena produk tidak hanya berbentuk barang tetapi juga jasa. Produk lembaga zakat merupakan produk layanan yang memudahkan donator dan muzakki menunaikan kewajiban zakatnya.

Unsur Produk dalam pengelolaan ZIS antara lain²⁰ a) Positioning atau sering dijelaskan sebagai strategi untuk memenangkan dan menguasai benak donatur/muzakki dan masyarakat umum, melalui program-program yang ditawarkan. b) Harga dan biaya transaksi. Harga adalah nilai yang harus dikurbankan seseorang konsumen untuk menikmati produk. Namun terkait dengan pengelolaan zakat, bagi donatur dan muzakki harga adalah besarnya pengorbanan yang

²⁰April Purwanto, 2009, 85-94.

harus ia keluarkan untuk menikmati jasa penyaluran ZIS melalui sebuah lembaga zakat. c) Promosi, adalah sebagai media dari lembaga kepada masyarakat luas sebagai calon donatur/muzakki, guna untuk menginformasikan kepada donatur/muzakki maupun masyarakat umum mengenai produk atau program yang ditawarkan. Promosi ini juga meyakinkan kepada mereka untuk bersimpati dan mendukung terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Maintenance, atau upaya lembaga untuk senantiasa menjalin hubungan dengan donatur/muzakki dan masyarakat luas. Tidak ada maksud lain yang diharapkan dalam menjalin hubungan kecuali adanya loyalitas dalam rangka meningkatkan perkembangan lembaga.

4) Strategi Fundraising

Beberapa langkah perlu dilakukan untuk persiapan rencana strategis mobilisasi dan penggalangan sumber-sumber dana/daya sebuah lembaga. Langkah-langkah tersebut adalah: (1) rencana program jangka panjang atau rencana strategis, (2) anggaran jangka panjang untuk rencana strategis, (3) menetapkan skala prioritas program, (4) membangun scenario penggalangan sumber lembaga, (5) tujuan fundraising, (6) strategi fundraising, (7) identifikasi sumber-sumber dana/daya, (8) membuat tim kerja dan rencana kerja, (9) pemantauan hasil kerja, dan (10) evaluasi dan rencana ke depan.²¹

5) Manajemen Fundraising dalam Pengelolaan Zakat.

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

a. Perencanaan

Di dalam perencanaan ditentukan sesuatu yang ingin dilakukan, yaitu dengan usaha memilih berbagai alternatif, strategi, kebijaksanaan

²¹*Ibid*, 20.

serta taktik yang ingin dilaksanakan, prosedur dan program. Dengan adanya berbagai tujuan zakat maka hendaklah diprioritaskan tujuan yang utama, apakah tujuan untuk kepentingan mustahik, muzakki atau kepentingan secara umum. Pada waktu membuat perencanaan untuk melakukan sesuatu maka harus dipertimbangkan taktik, strategi, prosedur dan program apa yang ingin dilakukan begitu juga dengan pertimbangan kebijaksanaan jangan sampai ditinggalkan. Perencanaan yang dibuat haruslah bersifat: Menyumbangkan pada pencapaian tujuan organisasi, merupakan dasar tolak fungsi manajemen yang lain yaitu organisasi pengarah, koordinasi, dan pengawasan, merupakan fungsi dari setiap orang yang berada dalam organisasi, baik horizontal maupun vertikal, efisien, artinya jika dilaksanakan, rencana tersebut dapat mencapai tujuan dengan biaya sekecil-kecilnya. Di dalam perencanaan biasanya meliputi; upaya penetapan apa saja yang harus dilaksanakan, kapan dan bagaimana melaksanakannya. Upaya pembatasan sasaran dan bagaimana mencapainya seefektif mungkin, dan upaya mengakses informasi penting, mencari alternative yang perlu dan menginformasikan rencana yang telah disetujui.

b. Pengorganisasian

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

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan suatu usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu agar semua dapat dilakukan, serta bekerjanya rencana yang disiapkan. Agar sesuatu berhasil maka perlu dikeluarkan perintah secara baik. Dalam pelaksanaan harus ada bimbingan dan pengarahan yang sifatnya sederhana, mudah difahami, dan hendaklah bersifat konsultatif. Pada saat mengadakan pengarahan

hendaknya diberikan materi jadwal anggaran secara detail, memelopori munculnya kepemimpinan yang berani mengambil keputusan dengan tepat, cepat, dan cermat serta memberi perintah apa yang diperlukan dalam rangka pencapaian tujuan.

d. Pengawasan

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

6) Urgensi Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat.

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

dapat melangsungkan keberlangsungan hidupnya sampai masa depan.

PEMBAHASAN

1) Strategi *Fundraising* dalam Meningkatkan Pengelolaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Di Kabupaten Ponorogo.

LAZ yang diteliti meliputi a) LAZ lokal: LAZ Umat Sejahtera, LAZIS-NU dan LAZISMU. b) LAZ yang berskala nasional: BMH, Yatim Mandiri dan LMI. menunjukkan bahwa secara umum penggalan dana/daya yang mereka lakukan sudah cukup bagus, dengan adanya strategi-strategi inovatif yang mereka lakukan. Namun dilihat dari sisi hasil penggalan dana yang peneliti temukan, bahwa LAZ (lokal) ternyata sangat minim, jika dibandingkan dengan LAZ yang berskala nasional. Hal ini bisa dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1. Penerimaan LAZ DI Kabupaten Ponorogo Tahun 2016

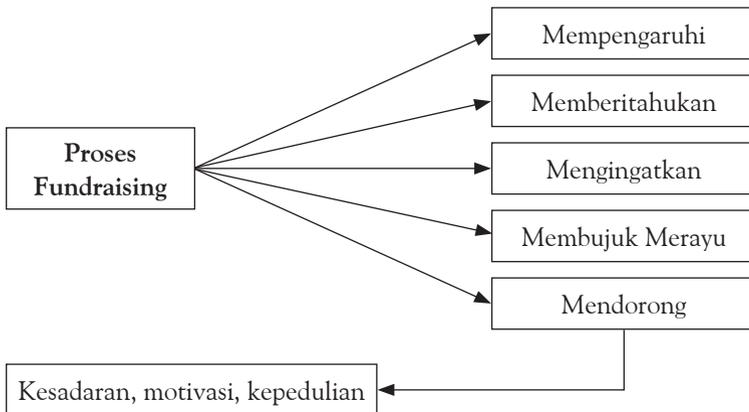
No.	Tahun	BMH (2011)	Yatim Mandiri (2013)	LAZ Umat Sejahtera	LAZIS-NU	Tahun 2016	LMI (2016)
		Dana	Dana	Dana	Dana	Bulan	Donatur
1.	2013	125.941.050,-	500 Jt	340.825.700,-	-	Maret	155 org
2.	2014	553.272.400,-	900 Jt	315.179.700,-	-	April	165 org
3.	2015	948.587.303,-	1,3 M	358.884.100,-	250.539.790,-	Mei	179 org
4.	2016	Target 1M	Target 1,5M	Target 500Jt	-	Juni	185 org

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa, LAZ Nasional mampu mengumpulkan dana yang lebih banyak dibandingkan dengan LAZ Lokal, bahkan ada LAZ Lokal yang mengalami penurunan dalam pengumpulannya. Dari data yang telah tersaji, bahwa semua itu dipengaruhi oleh beberapa hal: a) Brand image lembaga yang bagus, secara tidak langsung memengaruhi, sedikit banyaknya dana yang dikumpulkan. b) Amil Profesional, masih banyak lembaga zakat (lokal) yang hanya mengandalkan pengumpulan dana zakat dengan sistem kepengurusan yang ada, padahal yang masuk dalam jajaran pengurus adalah mereka yang sangat sibuk dan punya pekerjaan di luar, sehingga dalam penggalan dananya, tidak bisa fulltime, bahkan ada yang pendapatan dana zakatnya menurun karena amilnya tidak mau bekerja lagi karena upah yang diterima dianggap tidak cukup. Sedangkan LAZ yang sifatnya Nasional,

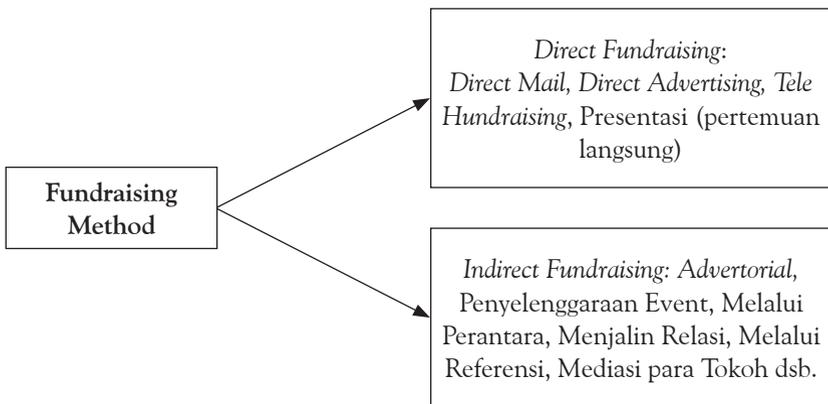
mereka mempunyai tim khusus dalam penggalian dana, para amil ini direkrut dengan khusus, baik dari sisi manajemen maupun sisi attitudenya mendapat pelatihan, yang berbasis pesantren, sehingga tidak mengurangi kinerja para amil, bisa fulltime bekerja, meski hak upah mereka sesuai dengan aturan syara, yaitu tidak lebih dari 1/8 bagian. Dan c) Sistem manajemen yang bagus, baik dalam hal strategi fundraising, keuangan maupun kinerja, ternyata sangat berpengaruh dalam sebuah organisasi. Banyak lembaga zakat yang hanya bekerja sambilan, tanpa manajemen, baik dalam konteks pengumpulan maupun pendistribusian, maka hasilnya juga tidak maksimal. Sedangkan lembaga zakat yang bekerja dengan manajemen yang bagus, maka hasilnya pun bagus dan memuaskan bahkan tetap bisa eksis di tengah persaingan yang luar biasa dengan semakin banyaknya lembaga zakat, khususnya di wilayah Ponorogo.

Lebih jauh, dapat dikatakan bahwa proses pengumpulan zakat dalam konteks masa kini sudah banyak mengikuti konsep fundraising. Sumber utama fundraising dalam zakat adalah muzakki, mengingat proses fundraising zakat merupakan hal yang sangat mendasar bagi upaya pengelolaan zakat, pihak-pihak yang terkait dan telah diberi wewenang dalam pengelolaan zakat (baca: BAZ dan LAZ), harus mampu meyakinkan masyarakat muslim mengenai pentingnya zakat. Karenanya lembaga zakat harus mencanangkan konteks fundraisingnya dengan strategi yang tepat, yang dapat digambarkan dalam bagan di bawah ini :

Skema 1. Proses Fundraising



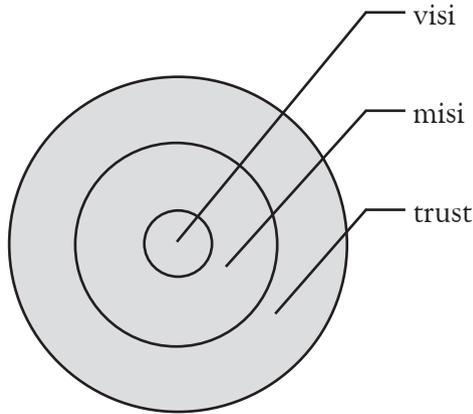
Bagan di atas adalah merupakan proses awal dari fundraising, dan proses awal ini akan lebih mudah dilakukan apabila lembaga zakat memahami bahwa tujuan fundraising adalah menghimpun dana zakat, memperbanyak muzakki, meningkatkan citra lembaga, menghimpun simpatisan/relasi pendukung, meningkatkan kepuasan muzakki. Dari sekian tujuan fundraising tersebut, mencapai kepuasan muzakki merupakan tujuan pada tingkatan tertinggi, karena kepuasan muzakki bukan hanya memperdalam kepercayaan publik kepada lembaga pengelola zakat, tetapi juga merupakan asset yang harus dipertahankan dalam jangka panjang. Di samping proses awal fundraising di atas, dalam mencapai tujuan pengumpulan zakat yang maksimal, proses fundraising juga membutuhkan strategi atau metode tertentu, yang secara sederhana dapat di baca dalam bagan di bawah ini:



Dari bagan di atas menunjukkan bahwa metode atau strategi fundraising di bagi menjadi 2 yaitu: *Direct Fundraising* (secara langsung) dan *Indirect Fundraising* (secara tidak langsung). *Fundraising* secara langsung adalah tehnik-tehnik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung, yaitu bentuk-bentuk fundraising, di mana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika atau langsung. Sedangkan fundraising tidak langsung adalah tehnik-tehnik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung, yaitu bentuk-bentuk fundraising tanpa memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika.

2) Dampak Strategi Fundraising Pada Peningkatan Pengelolaan Zakat pada Lembaga-lembaga Amil Zakat di Kabupaten Ponorogo.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjadi fundraiser yang baik. Pertama (a) memahami visi dan misi institusi secara jelas. Pemahaman tersebut berguna untuk mengingatkan pada tiap fundraiser alasan mereka berada pada posisi tersebut. Tidak hanya itu, penjelasan mengenai visi dan misi institusi pada calon donor atau muzakki juga akan membangun rasa percaya. Dan mereka akan yakin bahwa donasi yang diberikan jatuh pada institusi yang tepat. Hal ini dapat dijelaskan dalam bagan di bawah ini :



Pada Laz Nasional (BMH, LMI dan Yatim Mandiri), visi dan misi di paparkan sangat jelas, karena selaku cabang dari kantor pusat mereka diharuskan mengikuti semua hal yang sudah dirumuskan secara nasional. Bahkan karena berbasis pesantren (BMH), visi dan misi, tidak hanya dipaparkan dalam bentuk tulisan, tetapi melekat dalam tiap tindakan mereka yang harus mencerminkan visi misi yang ada. Hal ini lah yang menjadi salah satu sebab, mereka mendapatkan kepercayaan masyarakat Ponorogo khususnya. Ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya dana/daya yang mendukung kegiatan mereka, dan semakin banyak muzakki dan simpatisan yang bergabung dan mendukung semua kegiatan mereka.

Demikian juga halnya dengan LMI dan Yatim Mandiri, karena mereka, dapat dilihat bahwa dukungan pada lembaga yang mereka kelola juga luar biasa. Hal ini dapat dilihat dengan semakin bertambahnya muzakki, dana/daya yang mendukung kegiatan

mereka. Termasuk LMI yang belum genap 1 tahun berdiri, sudah mampu mengumpulkan donatur yang terus bertambah dari bulan ke bulan, hal ini menunjukkan bahwa organisasi zakat yang mereka pimpin, mampu meraih kepercayaan masyarakat, khususnya wilayah Ponorogo.

Sedangkan pada LAZIS-NU dan LAZIS-MU serta LAZ Umat Sejahtera, sebagai (LAZ Lokal), secara umum mereka juga sudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, dengan visi misi dan program yang mereka tawarkan, namun karena masih bersifat kerjanya “sambilan” maka program yang mereka canangkan belum banyak menunjukkan hasil yang maksimal, karena minimnya dana yang mereka kelola.

Kedua (b) fundraiser harus menargetkan donor yang tepat dan potensial sesuai dengan guideline lembaga. Fundraiser juga dapat memanfaatkan database directory untuk melihat daftar perusahaan yang tepat. Setelah itu, sangat penting untuk mencari tahu semua hal mengenai perusahaan tersebut seperti kontak, background, dan hal lainnya untuk memudahkan pekerjaan.



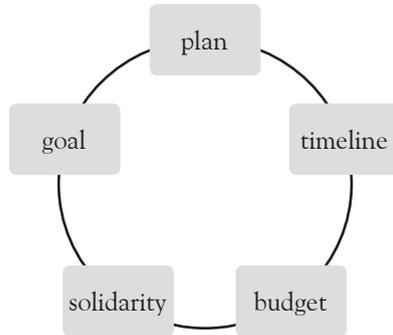
LAZ Nasional (BMH, LMI dan Yatim Mandiri) ketika bekerja dalam penggalangan dana/daya, selain bekerja dengan tim, mereka juga selalu menargetkan dana yang harus dikumpulkan pada amil. Mereka akan memberikan reward bagi amil yang mampu melampaui target pengumpulan dana ZIS. Mereka juga mempunyai program kunjungan pada muzakki, sebagai bentuk silaturahmi yang diwajibkan pada setiap amil mereka. Hal ini pula yang mempengaruhi, tingkat kepercayaan masyarakat muzakki khususnya, juga para simpatisan, untuk terus bergabung pada ketiga lembaga tersebut, bahkan mereka dengan sukarela mereka mau mengajak saudara, teman untuk ikut bergabung pada organisasi pengelola zakat di mana mereka bergabung.

Sedangkan Pada LAZ Umat Sejahtera, amil yang bekerja awalnya diberi haknya sebagai amil, sebagaimana ketentuan yang ada dalam fiqih, yaitu 1/8 dari dana yang terkumpul. Namun dengan sistem ini banyak sekali amil yang akhirnya keluar karena merasa tidak cukup dengan hak mereka. Hal ini terjadi karena amil yang bekerja pada LAZ Umat Sejahtera adalah amil yang direkrut dengan latar belakang yang beragam. Saat ini LAZ Umat Sejahtera, mengatur strategi dengan melakukan perekrutan amil yang dibayar dengan sistem gaji, yang diambilkan dari uang infaq dan shadaqah, tetapi amil dalam hal ini harus mencapai target yang di haruskan, jika tidak maka amil dapat dikeluarkan. Dengan sistem ini memang dana yang terkumpul lebih banyak, yang secara otomatis tentunya lebih banyak program yang dapat dijalankan.

Sedangkan LAZIS-NU, amil yang bekerja hanya dengan sambilan, yang secara otomatis dana yang terkumpulkan juga relatif sedikit, sehingga program yang mereka canangkan belum sepenuhnya dapat dijalankan, dan lebih banyak yang sifatnya konsumtif dalam distribusinya. LAZIS-MU, dalam pengumpulan dana, sudah cukup bagus karena banyak melibatkan unit-unit usaha yang dimiliki organisasi mereka, bahkan melalui jaringan pendidikan, baik kampus maupun sekolah Muhammadiyah. Dalam hal distribusi pun mereka banyak mendapatkan dukungan dari para pengikut mereka, sehingga program yang dijalankan juga sudah cukup berjalan dengan bagus.

(c) pengorganisasian. Fundraiser harus membuat target yang tepat saat melakukan fundraising. Maka, dibutuhkan rencana dan pengaturan yang matang agar target sesuai yang diinginkan. Jika timeline dan deadline target sudah dirancang, perlu juga menyusun anggaran dana untuk menjalankan rencana yang semula dibuat. Hal yang perlu diperhatikan adalah berapa anggaran dana awal untuk memulai fundraising dan berapa banyak uang yang akan didapat dari donatur atau muzakki.

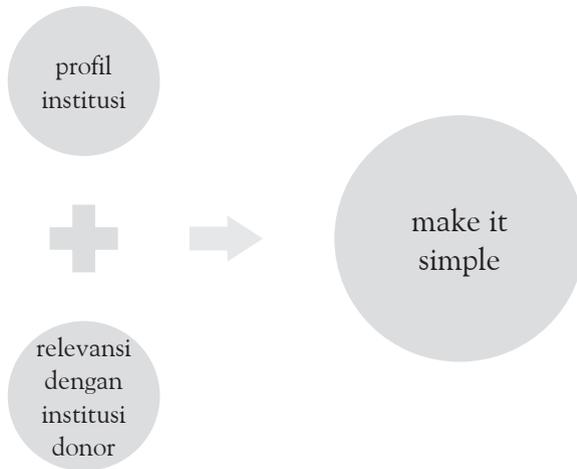
Dalam pengorganisasian kerja fundraising secara tim, kekompakan menjadi hal yang sangat penting. Ada banyak kelebihan jika fundraising dilakukan secara tim. Misalnya anggota baru tim bisa belajar dari anggota tim yang sebelumnya lebih berpengalaman. Sementara itu, anggota baru juga dapat memberikan ide baru yang segar pada tim. Selain itu, sesama anggota tim dapat saling memberikan semangat untuk menambah antusiasme bekerja.



Dalam point ke tiga ini, yang bisa melakukannya adalah LAZ yang sifatnya Nasional (BMH, LMI dan Yatim Mandiri), karena mereka bekerja dengan memanaj semua hal, mulai dari pembuatan program dan tim yang bekerja, semuanya didukung secara Nasional, sehingga memudahkan mereka dalam menjalankan program-program yang mereka canangkan bahkan yang sifatnya produktif, hal ini didukung pula dengan banyaknya dana yang mereka kelola. Sedangkan LAZ (lokal), mereka masih lebih banyak menyalurkan dana ZIS dalam bentuk konsumtif, meskipun mereka memiliki program-program produktif, namun karena terkendala dana yang tidak banyak, mereka lebih banyak melakukan distribusi zakat dalam bentuk konsumtif.

(d) hal yang perlu diperhatikan saat pertemuan pertama dengan calon donatur. Fundraiser tidak mungkin langsung menceritakan semua hal saat pertama kali bertemu dengan calon donatur. Ada baiknya jika kita lebih dulu menceritakan mengenai lembaga atau organisasi yang kita representasikan.

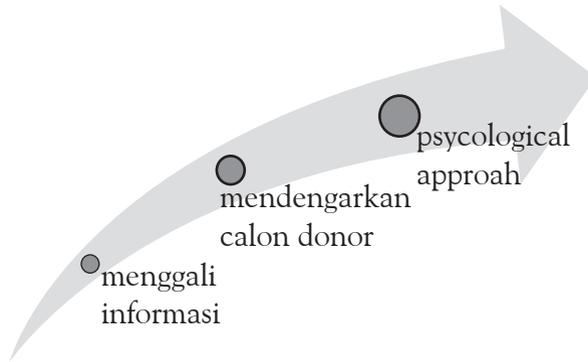
Prinsipnya, fundraiser harus menyampaikan informasi mengenai profil lembaga sesimpel mungkin dan relevan dengan calon donator atau muzakki yang bersangkutan. Lalu fundraiser perlu mempertanyakan bagaimana cara agar bisa bekerjasama dengan calon donatur atau muzakki dan melihat bagaimana responnya. Selanjutnya, kita tinggal melakukan follow up melalui telepon, sms, ataupun email.



Hal ini telah dilakukan pula oleh 5 LAZ, namun yang paling efektif adalah dengan melakukan kunjungan kepada muzakki, melakukan penyuluhan, atau melalui pengajian-pengajian (karena masyarakat Ponorogo dengan siklus agamanya yang kuat, sangat menyukai metode ini), sehingga langkah menjaring muzakki dan mengenalkan lembaga mereka, lebih mudah dilakukan. Bahkan beberapa lembaga melakukan tindakan pro aktif, dengan menjemput bola, dengan mendatangi bahkan menghitung zakat para muzakki.

(e) fundraiser harus bisa melihat kebutuhan perusahaan calon donator atau muzakki. Sehingga perusahaan tersebut bisa mendapatkan solusi dari masalah yang dialaminya. Kesalahan yang biasanya terjadi yaitu sales atau fundraiser justru datang dengan cara seperti meminta pada calon donatur. Hal ini juga dihadapi oleh semua LAZ, ini terjadi karena banyak sekali masyarakat khususnya wilayah Ponorogo yang kesadaran tentang pembayaran zakat pada lembaga masih kurang. Sehingga LAZ harus berjuang luar biasa untuk mendapatkan kepercayaan mereka.

(f) hindari presentasi yang terlalu panjang saat meeting. Fundraiser juga perlu menggali sebanyak mungkin informasi mengenai perusahaan tersebut. Selain itu, fundraiser juga harus memiliki kapasitas untuk mendengarkan dan bukan hanya selalu bicara. Pendekatan yang dilakukan pun tidak harus selalu secara institusional tapi juga personal melalui *psycological approach*. Karena membuat partner semakin nyaman berbicara, maka dampaknya akan semakin bagus untuk fundraiser.



Dari penjelasan di atas, dapat kita simpulkan bahwa, dari 5 LAZ yang penulis teliti, semuanya sudah menunjukkan langkah yang strategis dalam tehnik fundraisingnya. Hal ini bisa dilihat bahwa semua LAZ sudah memiliki visi misi, program-program yang bagus, yang ditawarkan pada muzakki.

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

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

PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Strategi Fundraising dalam peningkatan pengelolaan ZIS pada LAZ-LAZ di Kabupaten Ponorogo, dapat di simpulkan sebagai berikut: LAZ Nasional mampu mengumpulkan dana yang lebih banyak dibandingkan dengan LAZ Lokal, bahkan ada LAZ Lokal yang mengalami penurunan dalam pengumpulannya. Dari data yang telah tersaji, bahwa semua itu dipengaruhi oleh beberapa hal :

- a. Brand Image lembaga yang bagus, yang memang secara tidak langsung mempengaruhi, sedikit banyaknya dana/daya yang dikumpulkan.
- b. Amil Profesional, masih banyak lembaga zakat (lokal) yang hanya mengandalkan pengumpulan dana zakat dengan sistem kepengurusan yang ada, padahal yang masuk dalam jajaran pengurus adalah mereka yang sangat sibuk dan punya pekerjaan di luar, sehingga dalam penggalangan dananya, tidak bisa bersifat fulltime, bahkan ada yang pendapatan dana zakatnya menurun karena amilnya tidak mau bekerja lagi karena upah yang diterima dianggap tidak cukup. Sedangkan laz yang sifatnya Nasional, mereka mempunyai tim khusus dalam penggalian dana, yang para amil ini direkrut dengan khusus, baik dari sisi manajemen maupun sisi attitude nya, yang berbasis pesantren, sehingga tidak mengurangi kinerja para amil, bisa fulltime bekerja, meski hak upah mereka sesuai dengan aturan syara, yaitu tidak lebih dari 1/8 bagian.
- c. Sistem manajemen yang bagus, baik dalam hal strategi fundraising, keuangan maupun kinerja, ternyata sangat berpengaruh dalam sebuah organisasi. Banyak lembaga zakat yang hanya bekerja sambilan, tanpa manajemen, baik dalam konteks pengumpulan maupun pendistribusian, maka hasilnya juga tidak maksimal. Sedangkan lembaga zakat yang bekerja dengan manajemen yang bagus, maka hasilnya pun bagus dan memuaskan bahkan tetap bisa eksis di tengah persaingan yang luar biasa dengan semakin banyaknya lembaga zakat, khususnya di wilayah Ponorogo.

Adapun saran atas penelitian ini adalah bahwa melakukan Kajian terhadap pengelolaan zakat dalam perspektif fundraising

memiliki kegunaan, baik yang bersifat teoritis atau akademis maupun praktis. Secara teoritis atau akademis, diharapkan hasil penelitian ini menghasilkan pengembangan keilmuan yang bersifat konseptual atas konsep atau teori tentang penggalangan dana zakat dengan strategi fundraising, sekaligus diharapkan mampu memberikan sumbangan pemahaman dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya di wilayah Kota Ponorogo mengenai Strategi fundrising dalam pengelolaan zakat dan problematikanya.

Adapun kegunaan secara praktis adalah adanya suatu tawaran strategi fundraising dalam pengelolaan zakat bagi para pihak yang berwenang dalam mengelola zakat, khususnya yang ada di wilayah Kabupaten Ponorogo, dalam hal ini Lembaga-Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo, semoga bisa menjadi satu pengetahuan atas pengembangan strategi fundrising dalam pengelolaan ZIS, sehingga semakin meningkatkan dana zakat yang dikelola untuk kesejahteraan Mustahik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, Atik, Zakat, Filantropi dalam Islam, STAIN PO press, 2010
- Al-Hafiz Abu 'Abdillah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim bin Mughirah al-Bukhary, Shahih al-Bukhary, Jilid I Juz 2, 'utsman Khalifah, t.tp, 1314h.
- Al Minawi, At-Taufiq ala Muhimmat Ta'arif, Cairo, Alamul Kutub, 1990
- Abdur Rahman Ghazaly, dkk., Fiqih Muamalah, Jakarta, Kencana, 2010.
- 'Abd al-Rahman al-jaziri, Kitab al-Fiqh ala Madzahib al-Arba'ah, (Beirut: daral-Fikr, 1994).
- Ahmad, Juwaini, Panduan Direct Mail untuk Fundraising, Jakarta: Piramedia.

- M.Nippan Abdul Halim, M. Nippan, Mengapa Zakat Disyariatkan, Bandung : M2S, 2001.
- Dardiri, Hasyiyah al-Dasuki 'ala al-Syarh al-Kabir.
- A.Faishal Haq dan A.Syaiful Anam, Hukum Wakaf dan Perwakafan di Indonesia, Pasuruan : Pt.GBI, 1994, Cet.ke-4.
- Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial, Airlangga University Press, Surabaya, 2001
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, Metodologi Penelitian. cetakan 5. Jakarta: Bumi Aksara, 2003
- Daud Ali, Muhammad, Sistem dan Pengembangan Ekonomi Islam Melalui Zakat dan Wakaf, Jakarta, UI Press.
- Direktorat Jenderal BIMASISLAM, Direktorat Pengembangan Zakat, Fiqih Zakat, 2015.
- Direktorat Jenderal BIMAS Islam, Panduan Pengembangan Usaha Bagi Mustahik, 2015
- Direktorat Jenderal BIMAS Islam, Membangun Peradaban Zakat Nasional, 2015
- Dirjen BIMAS Islam, Standarisasi Amil Zakat Di Indonesia, 2015
- Dirjen BIMAS Islam, Peraturan perundang-undangan Pengelolaan Zakat, 2015
- Dirjen BIMAS Islam, Pedoman Zakat 9 Seri, 2015
- Dirjen BIMAS Islam, Managemen Pengelolaan Zakat, 2015.
- Dirjen BIMAS Islam, Panduan Organisasi Pengelola Zakat, 2015.
- Kemenag RI DITJEN BIMAS Islam, Direktorat Pemberdayaan Zakat, Managemen Pengelolaan Zakat, 2015.
- Direktorat Jenderal BIMASISLAM, Direktorat Pengembangan Zakat Dan Wakaf, Departemen Agama RI, Panduan Pemberdayaan Tanah Wakaf Produktif Strategis di Indonesia, 2005
- Hafiduddin, Didin dan Ahmad Juwaeni, Membangun Peradaban Zakat, Jakarta : IMZ, 2006.

Handoko, T Hani., Dasar-Dasar Managemen produksi dan operasi, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1994.

Hermawan, kartajaya, Positioning, diferensiasi and brand, Jakarta:Gramedia.

Huda, Nurul dan Mohamad Haykal, Lembaga keuangan Islam : Tinjauan Teoritis dan Praktis, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010.

Huda, Miftahul Pengelolaan wakaf dalam perspektif Fundraising, Kementerian Agama RI, 2012.