

**STRATEGI *FUNDRAISING* LAZIS MADANI KOTA TEGAL
DALAM PENINGKATAN JUMLAH MUZAKKI TAHUN 2020**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:

Lung Ayu Jitapsari

1701036102

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2021**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan
Telp. (024) 7506405 Semarang 50185 website: fakdakom.walisongo.ac.id,
email: fakdakom.uinws@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 5 (Lima) Eksemplar
Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Lung Ayu Jitapsari
NIM : 1701036102
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Strategi *Fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal
Dalam Peningkatan Jumlah Muzakki Pada Tahun
2020.

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 30 November 2021
Pembimbing,

Usfiyatul Marfu'ah, M.S.I
NIDN: 2014058903



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan
Telp. (024) 7506405 Semarang 50185 website.fakdakom.walisongo.ac.id.

PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH


Skripsi yang berjudul:
**STRATEGI FUNDRAISING LAZIS MADANI KOTA TEGAL DALAM
PENINGKATAN JUMLAH MUZAKKI TAHUN 2020**

Disusun Oleh:
Lung Ayu Jitapsari
1701036102


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Desember 2021 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Susunan Dewan Penguji


Ketua Sidang,


Dedy Susanto, S.Sos.L., M.S.I
NIP. 198105142007101001


Sekretaris Sidang,


Usfiyatul Marfu'ah, M.S.I
NIDN 2014058903


Penguji 1,


Dr. H. Kasmuri, M.Ag
NIP. 196608221994031003

Penguji 2,



Fania Mutiara Savitri, M.M
NIP. 199005072019032011

Mengetahui
Pembimbing,


Usfiyatul Marfu'ah, M.S.I
NIDN 2014058903

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal 6 Januari 2022




Dr. H. Kyu Supena, M. Ag
NIP. 19704102001121003

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 29 November 2021



Lung Ayu Jitapsari
NIM: 4701036102

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Alkhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah-Nya serta nikmat sehat wal ‘afiyat kepada kita. Semoga kita bisa menjadi hamba yang patuh dan taat serta selalu dalam bimbingan Allah SWT. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabatnya serta seluruh umat muslim yang selalu bershalawat dan berada di atas petunjuk-Nya. Aamiin.

Atas berkat, rahmat Allah Yang Maha Kuasa, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal Dalam Peningkatan Jumlah Muzakki Tahun 2020”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang, Bapak Wiwoho Kertarto dan Ibu Triasih yang tiada hentinya mendoakan, membimbing dan mendukung anak bungsunya dalam mengerjakan skripsi.
2. Kakak tersayang, Suci Hapsari yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi.
3. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
5. Dra. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
6. Ibu Hj. Ariana Suryorini, M.S.I selaku dosen wali.

7. Ibu Usfiyatul Marfu'ah, M.S.I selaku dosen pembimbing skripsi saya yang senantiasa sabar membimbing dan mendukung saya. Semoga Ibu sehat selalu.
8. Teruntuk seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan arahan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Teruntuk seluruh Staff Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah banyak membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.
10. Teruntuk seluruh Keluarga Besar Dausi bin Warga yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan cepat dan tepat.
11. Teruntuk sahabat-sahabat *until Jannah* ku Maoliyatul Khusna dan Jamilah Ja'far yang telah mendoakan, mendukung dan memberi ruang kepada penulis.
12. Teruntuk teman-teman seperjuangan Emy Sukowati, Mba Thoriqotul Jannah, Cantika Diah Pralita, Mba Jazila Ulya, Aulia Rohmatul Fitri, Amalia Zakiyah, Munawir, dan teman sekampung halaman Aida Nurmala yang telah mendukung dan memberi semangat dalam penulis menyelesaikan skripsi, serta teman-teman kelas MD-C 17.
13. Teruntuk Keluarga Besar IMT (Ikatan Mahasiswa Tegal) UIN Walisongo Semarang yang selalu memberi semangat "*cepat lulus, Lung!*".
14. Teruntuk Ibu Atfaliyah, S.H., dan Mba Lintang Amaliya, S.Pd., serta adik-adik SMK yang sedang praktek kerja lapangan di LAZIS Madani yang telah membantu memberikan data-data yang diperlukan penulis.
15. Teruntuk motor kesayanganku Surti dan laptopku Lepi yang telah setia menemaniku kapanpun dan dimanapun.
16. Teruntuk diriku sendiri, yang selalu belajar kuat dalam melihat teman-teman yang sudah lulus cepat, sedang diri masih berjuang mengerjakan skripsi sampai akhirnya tulisan ini bisa selesai.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat kepada semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Tegal, 12 November 2021



Penulis

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini dengan lancar, dan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Ibu dan Bapak yang selalu memberikan doa yang tiada henti serta dorongan semangat agar cepat selesai mengerjakan skripsi.
2. Kakak saya, yang telah membantu banyak dalam diskusi per-skripsian.
3. Teman-teman terbaik penulis yang selalu memberikan semangat, memberi ruang tukar-pikir dalam pengerjaan skripsi.
4. Seluruh Dosen Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
5. Almamater Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
6. Diriku sendiri yang sudah berjuang sampai titik penyelesaian skripsi.

MOTTO

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku”. (QS. Al-Baqarah [2]: 43)

It doesn't matter how slowly you go, as long as you don't stop

-Confucius-

ABSTRAK

Lung Ayu Jitapsari, 1701036102, Strategi *Fundraising* Dalam Peningkatan Jumlah Muzakki Tahun 2020.

Bentuk nyata dari dampak *Covid-19* terhadap perekonomian adalah PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Banyak karyawan yang dirumahkan dan berbagai perusahaan bahkan terancam gulung tikar. Hal ini menjadikan muzakki atau donatur kehilangan pekerjaannya selama masa krisis sehingga hilangnya pemasukan bagi muzakki atau para pelaku usaha atau profesi informal yang mengakibatkan mereka tidak mampu untuk membayar zakat karena harus memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri yang masih belum stabil. Dalam pandemi ini, lembaga pengelola zakat juga terkena dampaknya. Untuk meningkatkan jumlah muzakki, LAZIS Madani Kota Tegal harus memiliki strategi *fundraising* yang efektif agar muzakki tetap loyal pada lembaga. Karena bertambahnya muzakki memiliki arti penting karena posisi muzakki merupakan roda penggerak lembaga zakat. Lembaga zakat mengadakan sosialisasi yang bertujuan agar masyarakat luas bisa mendapatkan gambaran seputar zakat, dari mulai pemahaman akan kewajiban membayar zakat, tata cara berzakat, hingga kebermanfaatannya akan zakat itu sendiri, dengan begitu masyarakat bisa berpartisipasi dalam pelaksanaan zakat. Kesadaran yang timbul di dalam masyarakat dari adanya sosialisasi dapat menjadikan muzakki semakin tumbuh subur dan loyal terhadap lembaga tersebut.

Fokus penelitian yang dibahas dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi *fundraising* untuk peningkatan jumlah muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal pada tahun 2020. 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah muzakki tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *fundraising* peningkatan jumlah muzakki serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah muzakki tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang bersumber dari observasi, hasil wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZIS Madani Kota Tegal yakni 1. Membuat program, 2. Mempresentasikan program, 3. Menghimpun muzakki, 4. *Me-maintenance* muzakki.

Kata Kunci: Strategi, *Fundraising*, Muzakki

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
D. Tinjauan Pustaka	4
E. Metode Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Strategi <i>Fundraising</i>	13

1. Pengertian Strategi <i>Fundraising</i>	13
2. Metode Strategi <i>Fundraising</i>	14
3. Tujuan <i>Fundraising</i>	14
4. Langkah-langkah dalam <i>Fundraising</i>	16
B. Peningkatan	23
C. Muzakki.....	27
 BAB III UPAYA PENINGKATAN JUMLAH MUZAKKI LAZIS MADANI KOTA TEGAL	
A. Gambaran Umum LAZIS Madani Kota Tegal.....	33
1. Visi Misi LAZIS Madani Kota Tegal	33
2. Struktur Organisasi LAZIS Madani Kota Tegal	34
B. Persebaran Muzakki di Kota Tegal	35
1. Kategori Muzakki.....	35
2. Pemasaran Program Zakat.....	45
3. Menjaga Loyalitas Muzakki.....	57
 BAB IV PERAN MUZAKKI DI LEMBAGA PENGELOLA ZAKAT	
A. Muzakki Sebagai Mad'u Dakwah.....	59
B. Muzakki Sebagai Sumber Donatur (Pendanaan)	66
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
C. Penutup	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Program Kategori <i>Platinum</i>	36
Tabel 2 Program Kategori <i>Gold</i>	38
Tabel 3 Program Kategori <i>Silver</i>	39
Tabel 4 Program Kategori Rutin	41
Tabel 5 Program Kategori Insidental	42
Tabel 6 Pengelompokkan Media <i>Fundraising</i> Berdasarkan Metode <i>Direct</i> dan <i>Indirect</i>	52
Tabel 7 Laporan Keuangan Tahun 2019 dan Tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sebaran Muzakki Berdasarkan Nominal Kelas <i>Platinum</i>	36
Gambar 2 Sebaran Muzakki Berdasarkan Nominal Kelas <i>Gold</i>	37
Gambar 3 Sebaran Muzakki Berdasarkan Nominal Kelas <i>Silver</i>	39
Gambar 4 Sebaran Muzakki Berdasarkan Kepatuhan Membayar Kelas Rutin	40
Gambar 5 Sebaran Muzakki Berdasarkan Kepatuhan Membayar Kelas Insidental	42
Gambar 6 Sebaran Muzakki Berdasarkan Usia Produktif dan Non-produktif Tahun 2019	43
Gambar 7 Sebaran Muzakki Berdasarkan Usia Produktif dan Non-produktif Tahun 2020	44
Gambar 8 Tangkapan Layar <i>Broadcast</i> di Whatsapp	48
Gambar 9 Tangkapan Layar Akun <i>Facebook</i> LAZIS Madani Kota Tegal.....	49
Gambar 10 Tangkapan Layar Kegiatan LAZIS Madani Kota Tegal di Akun <i>Facebook</i>	49
Gambar 11 Tangkapan Layar Akun Instagram LAZIS Madani Kota Tegal	49
Gambar 12 Tangkapan Layar LAZIS Madani Kota Tegal di Akun Instagram	50
Gambar 13. Formulir Pendaftaran Calon Muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal	51
Gambar 14 Laporan Jumlah Penerima Manfaat Januari-Desember 2020	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

Lampiran 1.1 Tampak Depan Kantor LAZIS Madani Kota Tegal	80
Lampiran 1.2 Tampak Dalam Kantor LAZIS Madani Kota Tegal	80
Lampiran 1.3 Tangkapan Layar <i>Broadcast</i> di Whatsapp	81
Lampiran 1.4 Tangkapan Layar Akun <i>Facebook</i> LAZIS Madani Kota Tegal	81
Lampiran 1.5 Tangkapan Layar Kegiatan LAZIS Madani Kota Tegal di Akun <i>Facebook</i>	82
Lampiran 1.6 Tangkapan Layar Akun Instagram LAZIS Madani Kota Tegal.....	82
Lampiran 1.7 Tangkapan Layar LAZIS Madani Kota Tegal di Akun Instagram.....	83
Lampiran 1.8 Formulir Pendaftaran Calon Muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal	83
Lampiran 1.9 Laporan Jumlah Penerima Manfaat Januari-Desember 2020.....	84
Lampiran 1.10 Dokumentasi foto saat wawancara dengan Ketua dan Bendahara LAZIS Madani Kota Tegal.....	84
Lampiran II	
Lampiran 2 Hasil wawancara dengan Ketua LAZIS Madani Kota Tegal	85
Lampiran III	
Lampiran 3.1 Surat Izin Riset	88
Lampiran 3.2 Surat Terima Riset	89

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Jumlah Muzakki Tahun 2019 s/d Tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal	55
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bentuk nyata dari dampak *covid-19* terhadap perekonomian adalah PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Banyak karyawan yang dirumahkan dan berbagai perusahaan bahkan terancam gulung tikar. Sebanyak 114.340 perusahaan telah melakukan PHK dan merumahkan tenaga kerja sebanyak 1.943.916 orang. Perusahaan dengan sektor formal 77% dan dari sektor informal 23% (Yamali, dkk., 2020: 386). Hal ini menjadikan muzakki atau donatur kehilangan pekerjaannya selama masa krisis sehingga hilangnya pemasukan bagi muzakki atau para pelaku usaha atau profesi informal yang mengakibatkan mereka tidak mampu untuk membayar zakat karena harus memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri yang masih belum stabil. Ketidakmampuan muzakki atau donatur dalam membayar zakat akan berimbas kepada kondisi mustahik. Mustahik akan semakin menderita dengan dampak dari *Covid-19*. Pasalnya, mereka akan menghadapi kesulitan untuk memperoleh makanan dan kebutuhan pokok lainnya. Situasi ini akan memunculkan kekhawatiran yang besar kepada mustahik, misalnya: pekerja harian di sektor informal dan kaum ekonomi lemah yang kehidupannya hanya mengandalkan dari upah harian yang didapatkan.

Dalam pandemi ini, lembaga pengelola zakat juga terkena dampaknya. Pasalnya, banyak orang yang berlomba-lomba untuk menyelamatkan diri sendiri daripada menolong orang lain. Namun, masih banyak juga orang juga yang mau membantu di tengah kesulitan dana untuk mencegah dan mengatasi penyebaran covid-19 akibat PHK.

Oleh karena itu, banyak lembaga pengelola zakat yang berlomba-lomba melakukan berbagai upaya pencegahan penularan covid-19. Salah satunya upaya yang dilakukan LAZIS Madani Kota Tegal. LAZIS Madani Kota Tegal melakukan upaya preventif berupa pengedukasian masyarakat akan pentingnya hidup sehat seperti olahraga, mencuci tangan dengan sabun di air mengalir,

menggunakan masker ketika keluar rumah, menjaga jarak dan menghindari kerumunan. Sementara untuk itu, LAZIS Madani harus menciptakan inovasi dalam penghimpunan zakat, dapat dilihat dari penghimpunan dana zakat yang berhasil dihimpun oleh LAZIS Madani pada tahun 2019 sebesar Rp 235.250.400 dan pada tahun 2020 mencapai Rp 231.858.382, ini mengalami penurunan. Hal ini dapat mempengaruhi jumlah muzakki di lembaga tersebut.

Untuk meningkatkan jumlah muzakki, LAZIS Madani Kota Tegal harus memiliki strategi fundraising yang efektif agar muzakki tetap loyal pada lembaga. Karena bertambahnya muzakki memiliki arti penting karena posisi muzakki merupakan roda penggerak lembaga zakat. Kehadiran muzakki di dalam lembaga zakat menjadi hal yang sangat penting untuk menopang suatu lembaga zakat. Lembaga zakat mengadakan sosialisasi yang bertujuan agar masyarakat luas bisa mendapatkan gambaran seputar zakat, dari mulai pemahaman akan kewajiban membayar zakat, tata cara berzakat, hingga kebermanfaatannya akan zakat itu sendiri, dengan begitu masyarakat bisa berpartisipasi dalam pelaksanaan zakat. Kesadaran yang timbul di dalam masyarakat dari adanya sosialisasi dapat menjadikan muzakki semakin tumbuh subur dan loyal terhadap lembaga tersebut.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam kegiatan fundraising yang dilakukan oleh LAZIS Madani Kota Tegal yang akan dituangkan ke dalam skripsi dengan judul “**Strategi Fundraising LAZIS Madani Kota Tegal dalam Peningkatan Jumlah Muzakki Tahun 2020**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini:

1. Bagaimana strategi *fundraising* untuk peningkatan jumlah muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal pada tahun 2020?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah muzakki tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui strategi *fundraising* peningkatan jumlah muzakki tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah muzakki tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi dua yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini memberikan informasi dan pengembangan pengetahuan yang berkaitan dengan penerapan strategi *fundraising* pada Jurusan Manajemen Dakwah.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada:

1) LAZIS Madani Kota Tegal

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada amil bahwa pengelolaan strategi *fundraising* digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan pengelolaan strategi *fundraising*.

2) Muzakki

Diharapkan dapat membantu para muzakki dalam proses penunaian zakat.

3) Mustahik

Diharapkan dapat membantu para mustahik untuk memenuhi kebutuhan hidupnya serta menjadikan mustahik yang bisa berdaya mandiri

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian dengan judul Strategi *Fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal dalam Peningkatan Jumlah Muzakki Tahun 2020 belum pernah ditemukan namun demikian terdapat beberapa hasil penelitian atau kajian terdahulu yang ada relevansinya dengan penelitian yang akan dilakukan, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sabar Waluyo dengan skripsi yang berjudul “*Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan Muzakki*”, tahun 2016.

Penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas dalam mendapatkan muzakki, faktor pendukung dan faktor penghambat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, strategi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas secara garis besar dikelompokkan menjadi dua bagian yakni strategi *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Faktor pendukungnya adalah mempunyai jejaring yang jelas, mempunyai payung hukum yang jelas dan mempunyai segmentasi donatur. Sedangkan faktor penghambatnya adalah banyak pengurus yang belum mempunyai kesadaran, minimnya respon pimpinan, minimnya kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* dalam upaya meningkatkan donasi muzakki sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang strategi *fundraising* untuk peningkatan jumlah muzakki penelitian ini tidak membahas peningkatan jumlah muzakki sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas peningkatan jumlah muzakki. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas strategi *fundraising*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Anggi Syahrullah dengan skripsi yang berjudul “*Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*”, tahun 2018.

Penelitian ini membahas tentang perumusan strategi *fundraising* yang diterapkan oleh BAZNAS Pusat dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki, bagaimana implementasi strategi *fundraising* dan evaluasi *fundraising* yang telah diterapkan oleh BAZNAS Pusat terhadap tingkat kepercayaan muzakki. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, strategi yang dilakukan oleh BAZNAS dibagi menjadi 3 tahap yaitu analisis SWOT, implementasi strategi dan ritel dan evaluasi strategi yang terbukti meningkatkan penghimpunan dan kepercayaan muzakki pada setiap tahunnya.

Perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang strategi *fundraising* untuk peningkatan penerimaan jumlah muzakki, penelitian ini tidak membahas peningkatan penerimaan jumlah muzakki sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas peningkatan penerimaan jumlah muzakki. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas strategi *fundraising*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zainul Ilyas dengan skripsi yang berjudul “*Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Daarut Tauhid Peduli (DT Peduli) Cabang Jakarta*”, tahun 2019.

Penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* yang diterapkan oleh DT Peduli Cabang Jakarta dalam meningkatkan jumlah muzakki. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, strategi yang dilakukan oleh DT Peduli Cabang Jakarta

yaitu dengan Membuat program, Memahami karakter donatur, *Maintenance* donatur dan implementasi dari fungsi manajemen yaitu *organizing* atau pembagian tugas kepada para petugas *fundraising*. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah muzakki.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Asep Syaifulloh dengan skripsi yang berjudul “*Strategi Fundraising Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ HARFA) Banten*”, tahun 2020.

Penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ Dhuafa) dalam meningkatkan kepercayaan muzakki. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, strategi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ Dhuafa) yaitu: Menciptakan program, Promosi, Kerjasama program dan *Maintenance* muzakki yang kemudian dilanjutkan dengan evaluasi berdasarkan analisis SWOT. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang strategi *fundraising* untuk peningkatan jumlah muzakki penelitian ini tidak membahas peningkatan jumlah muzakki sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas peningkatan jumlah muzakki. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas strategi *fundraising*.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Aisyah Wulandari dengan skripsi yang berjudul “*Analisa Strategi Pengumpulan dan Pendayagunaan Zakat Dampaknya Terhadap Peningkatan Muzakki (Studi Kasus Pada LAZISNU Jember)*”, tahun 2020.

Penelitian ini membahas tentang analisa strategi pengumpulan dan pendayagunaan zakat dampaknya terhadap peningkatan muzakki yang diterapkan oleh LAZISNU Jember. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, strategi yang dilakukan oleh LAZISNU Jember yaitu dengan penentuan segmen dan target muzakki, penyiapan sumber daya dan sistem operasi, membangun sistem komunikasi, menyusun dan melakukan sistem pelayanan untuk menjaga kepercayaan muzakki dan menarik minta para muzakki baru. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas pendayagunaan zakat sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak membahas pendayagunaan zakat. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas strategi *fundraising* atau pengumpulan zakat dalam peningkatan jumlah muzakki.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis data deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif artinya data yang diperoleh dikumpulkan dan diwujudkan secara langsung dalam bentuk deskripsi atau gambaran tentang suasana atau keadaan obyek secara menyeluruh dan apa adanya berupa kata-kata lisan atau tertulis dari orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 2010: 3). Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang konkret tentang strategi *fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal dalam peningkatan jumlah muzakki tahun 2020.

2. Data dan Sumber Data

Data adalah segala keterangan (informasi) mengenai semua hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, tidak semua

informasi adalah data penelitian. Data hanyalah sebagian saja dari informasi, yakni yang berkaitan dengan penelitian (Moleong, 2004: 3). Sumber data adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2005: 157). Data penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu:

a. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti tanpa ada perantara. Data diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Data atau informasi juga diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner lisan dengan menggunakan wawancara (Moleong, 2010: 175). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pengurus *fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung namun dapat memberikan tambahan yang mendukung data primer. Sumber data sekunder diambil dari buku, jurnal, arsip resmi dan bahan kepustakaan lain yang relevansinya dengan penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Metode pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan melibatkan hubungan interaksi sosial antara peneliti dan informan dalam suatu latar penelitian (pengamatan obyek penelitian di lapangan). Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat semua peristiwa. Cara ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran atau fakta yang ada di lapangan (Moleong, 2010: 125-126). Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi langsung ke LAZIS Madani Kota Tegal guna mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2005: 186).

Dalam penelitian ini, penulis membuat daftar pertanyaan untuk digunakan saat wawancara guna memperoleh data yang dibutuhkan terkait dengan peningkatan jumlah muzakki. Wawancara akan dilakukan kepada Ibu Atfaliyah, S.H., selaku pimpinan LAZIS Madani Kota Tegal sekaligus ketua bagian *fundraising* dan bendahara LAZIS Madani Kota Tegal yaitu Mba Lintang Amalia Setyowati, S.Pd.

c. Dokumentasi

Menurut Moleong (2005: 217-218) dokumen dibedakan menjadi dua yaitu dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaan. Dokumen pribadi mencakup buku harian, surat pribadi dan otobiografi. Sedangkan dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi. Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan suatu lembaga sosial, misalnya majalah, bulletin, pernyataan dan berita yang disiarkan kepada media massa. Dalam penelitian ini, penulis mendapat dokumentasi dari buku, dokumen, arsip-arsip dan foto-foto LAZIS Madani Kota Tegal.

4. Teknis Analisis Data

Analisis data mengikuti model analisis Miles dan Heberman. Analisis data terdiri dari tiga sub proses yang saling terkait, yaitu; reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Proses ini

dilakukan sebelum pengumpulan data, tepatnya pada saat menentukan rancangan dan perencanaan penelitian; pada saat proses pengumpulan data dan analisis awal; dan setelah tahap pengumpulan akhir (Moleong, 2013: 330-331).

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, kemudian langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian adalah langkah terakhir. Tahap verifikasi dilakukan penetapan makna dari data yang tersedia.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini, peneliti membagi kerangka penelitian menjadi tiga bagian yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir diharapkan dapat lebih sistematis dan mudah dipahami.

Bagian awal terdiri dari Halaman Judul, Halaman Persetujuan Pembimbing, Halaman Pengesahan, Kata Pengantar, Persembahan, Motto, Abstrak dan Daftar Isi.

Bagian utama dari penelitian ini terdiri atas lima bab, sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan. Bab ini berisi tentang:

1. Latar Belakang
2. Rumusan Masalah
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian
4. Tinjauan Pustaka
5. Kerangka Teori
6. Metode Penelitian
7. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB II : Landasan Teori. Bab ini berisi tentang:

1. Strategi *Fundraising*
 - a) Pengertian Strategi *Fundraising*
 - b) Metode *Fundraising*
 - c) Tujuan *Fundraising*
 - d) Langkah-langkah *Fundraising*
2. Peningkatan
3. Muzakki

BAB III : Peningkatan Muzakki LAZIS Madani Kota Tegal. Bab ini berisi tentang:

1. Profil LAZIS Madani Kota Tegal
2. Persebaran Muzakki di Kota Tegal, yang meliputi:
 - a) Kategori muzakki
 - b) Pemasaran program zakat
 - c) Menjaga loyalitas muzakki

BAB IV : Peran Penting Muzakki dalam Lembaga Pengelola Zakat.

Bab ini berisi tentang:

1. Muzakki sebagai mad'u dakwah
2. Muzakki sebagai donatur (sumber pendanaan)

BAB V : Penutup yang membahas kesimpulan dan saran yang sudah diterangkan pada bab sebelumnya.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Strategi *Fundraising*

1. Pengertian Strategi *Fundraising*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007: 1092), strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Salim (1982: 687), *fundraising* adalah paduan dari kata *fund* dan *raising*. *Fund* berarti dana, sedangkan *raising* berasal dari kata *rise* yang berarti mengumpulkan.

Strategi *fundraising* adalah rencana yang cermat untuk menggalang atau menggali dana dalam rangka melakukan suatu kegiatan. Menurut Cholik (2015: 12), perlu adanya penegasan bahwa *fundraising* merupakan upaya menghimpun dana baik material maupun non material dari masyarakat. Dana tersebut kemudian dimanfaatkan sebagai penunjang pelaksanaan pembangunan bidang kesejahteraan sosial, mental, agama, kerohanian, kesehatan, serta pendidikan di kalangan masyarakat setempat.

Norton (2002: 15) di dalam bukunya yang berjudul menggalang dana menjelaskan bahwa, menggalang dana adalah meyakinkan orang agar mau menyumbang, dan menunjukkan alasan-alasan mengapa kegiatan yang bersangkutan penting. Menggalang dana merupakan sebuah proses yang terdiri atas dua tahap. Tahap pertama, menunjukkan kepada calon donatur bahwa ada kebutuhan penting yang dapat dipenuhi melalui sebuah kegiatan. Tahap kedua adalah memastikan calon donatur sependapat bahwa kebutuhan tersebut penting dan perlu dilakukan sesuatu untuk mengadakan perubahan.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh sebuah lembaga atau organisasi baik menghimpun dana maupun menghimpun muzakki atau donatur untuk kepentingan masyarakat luas.

2. Metode Strategi *Fundraising*

Suparman (dalam Cholikh, 2015: 15) menyebutkan bahwa metode *fundraising* adalah suatu bentuk kegiatan yang khas dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Hal tersebut yang membedakan penggunaan metode *fundraising* antar lembaga maupun antar organisasi. Terdapat dua metode yang dapat dilakukan dalam kegiatan *fundraising* yaitu secara langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

a) Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*)

Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) yaitu metode *fundraising* menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Bentuk *fundraising* ini berupa proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki yang dapat seketika (langsung) dilakukan. Sebagai contoh dari metode ini adalah *Direct Advertising*, *Direct Mail*, *Telefundraising* dan presentasi langsung.

b) Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*)

Metode ini merupakan suatu metode *fundraising* yang menggunakan teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Contohnya adalah *image campaign* dan penyelenggaraan event, *advertorial* melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi dan mediasi para tokoh, dan lain-lain.

3. Tujuan *Fundraising*

Fundraising merupakan pengumpulan dana. *Fundraising Campaign* berarti kampanye pengumpulan dana. *Fundraising* juga dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpunan dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai

program dan kegiatan operasional organisasi atau lembaga sehingga mencapai tujuannya (Faradis, 2015: 506).

Menurut Sani (2010: 25-27) Kegiatan *fundraising* memiliki setidaknya 5 tujuan pokok, yaitu:

a) Menghimpun Dana

Dana tak hanya berupa uang, tapi juga barang atau jasa yang memiliki nilai komersil. Bila aktivitas *fundraising* tidak menghasilkan dana, berarti dia *fundraising* yang gagal. Meskipun barangkali menghasilkan *impact* yang berbentuk selain dana.

b) Menghimpun atau *Me-maintain* Donatur

Tujuannya untuk meningkatkan jumlah donasi per-orang dan pada saat yang memperbanyak penyumbang. Sehingga dana yang dihimpun diharapkan bagai bola salju, semakin membesar dan membesar.

c) Menghimpun Simpatisan atau Pendukung

Terkadang ada seseorang atau kelompok yang telah berinteraksi dengan aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah LAZ kemudian mereka terkesan, menilai positif dan bersimpati. Tetapi, pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu sebagai donasi karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur.

d) *Brand Image*

Fundraising adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan interaksi, dimana hal ini akan membentuk citra lembaga. Citra lembaga dapat bersifat positif dan dapat pula bersifat negatif. Dengan citra lembaga, setiap orang akan menilai lembaga dan ujungnya adalah bersikap atau menunjukkan perilaku positif atau negatif terhadap lembaga tersebut.

e) Memuaskan Donatur

Ujung dari *fundraising* salah satunya adalah memuaskan donatur. Sebab, jika donatur puas, mereka akan mendonasikan dananya kembali kepada lembaga dan menceritakan lembaga kepada orang lain secara positif. Secara tidak langsung, donatur yang puas akan menjadi tenaga *fundraiser* (penghimpun) alami (tidak diminta, tidak dilantik dan tidak dibayar).

Sebaliknya, jika donatur tidak puas, maka ia akan menghentikan donasinya dan menceritakan kepada orang lain tentang lembaga secara negatif. Karena fungsi kegiatan *fundraising* adalah lebih banyak berinteraksi dengan donatur, maka secara otomatis kegiatan fundraising juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.

4. Langkah-langkah dalam *Fundraising*

Sebagai sebuah lembaga amil zakat yang membutuhkan para donatur, Sani (2010: 28-29) berpendapat bahwa ada langkah-langkah yang harus ditempuh dalam melakukan *fundraising*. Langkah-langkah tersebut, yakni:

a) Berinovasi dalam Program

Salah satu faktor yang mempengaruhi calon donatur dalam berdonasi adalah program yang ditawarkan lembaga zakat. Untuk dapat menilai posisi peran dan program dalam keberhasilan *fundraising*, maka lembaga amil zakat harus bisa mengamati dari berbagai unsur akan aspek analisis yang melingkupi beberapa hal, antara lain:

- 1) Jenis program, dalam jenis program dapat dianalisis apakah kegiatan tersebut termasuk kegiatan jenis hibah sosial (karitatif), program kebencanaan, dakwah, pendidikan pelatihan atau pengembangan ekonomi.
- 2) Sifat program, sifat program ini apakah termasuk sifat bantuan sesaat atau bersifat pemberdayaan.

- 3) Bentuk program, merupakan program baru atau mengikuti contoh program yang sudah ada.
- 4) Metode pelaksanaan program, disini apakah metode pelaksanaan program dilakukan sendiri atau bekerjasama dengan pihak lain.
- 5) Nilai program, apakah manfaat program yang telah ditawarkan ini terbatas atau multimanfaat. Nilai atau makna kandungan yang melekat pada sebuah program akan menentukan keberhasilan program sebagai alat fundraising. Semakin besar nilai atau makna yang dimiliki program, maka akan memiliki daya tawar yang semakin tinggi.

b) Menyajikan dalam Proposal

Langkah berikutnya yang harus dilakukan oleh lembaga amil zakat adalah menyiapkan proposal. Siapkanlah proposal yang bagus, terarah, dan jelas. Penyajian proposal memiliki 2 hal, yaitu:

- 1) Tujuan:
 - a) Menyampaikan pesan dan tawaran
 - b) Berharap dukungan
 - c) Mendapatkan donasi

2) Syarat:

(a) Mudah dimengerti

Kegagalan yang terjadi dari beberapa kasus *fundraising* hanya disebabkan oleh kekakuan *fundraiser* dalam menerjemahkan keinginan calon donatur. Kemampuan menyederhanakan maksud dan tujuan donatur sangat dibutuhkan dalam presentasi program, selama bukan pada hal-hal yang prinsip.

(b) Menjelaskan: apa, bagaimana, mengapa, dimana, kapan dan siapa

Komunikasi menjadi sangat penting dalam lembaga zakat untuk menjelaskan programnya dengan runtut dan jelas kepada calon donatur. Komunikasi ini bukan hanya kepada

donatur, melainkan juga kepada penerima manfaat bahkan kepada calon donatur.

(c) Memperkenalkan lembaga

Disadari atau tidak, aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga amil zakat baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga. *Fundraising* adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan interaksi sehingga dapat membentuk citra lembaga dalam benak khalayak. Citra ini bisa bersifat positif, bisa pula bersifat negatif. Dengan citra, setiap orang akan menilai lembaga dan ujungnya adalah menunjukkan perilaku terhadap lembaga tersebut. Jika citra lembaga bersifat positif, maka mereka akan mendukung dan bersimpati, dengan begitu mereka akan memberikan donasinya kepada lembaga. Sebaliknya, jika citra lembaga bersifat negatif, maka mereka akan menghindari bahkan mencegah orang-orang untuk berdonasi di lembaga tersebut.

(d) Dapat ditindaklanjuti

Program yang ditawarkan oleh lembaga amil zakat kepada donatur dapat mudah ditindaklanjuti dengan saling menjaga komunikasi.

(e) Ringkas dan fleksibel

Seorang *fundraiser* harus mampu menyampaikan pesan dengan waktu yang seefektif mungkin. Jika waktu sangat sempit, sampaikan hal yang menarik dan penting saja, kurangi gimik dan basa-basi.

(f) Lebih bagus jika menggunakan visual

Dalam penawaran program, alangkah lebih baiknya disajikan dengan menggunakan visual karena dapat menjadi daya tarik sendiri bagi para donatur.

c) Presentasi Program

1) Kenali *audience*

Terkadang ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga amil zakat, mereka kemudian terkesan, menilai positif, dan bersimpati. Tetapi, pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu (misalnya dana) sebagai donasi karena ketidakmampuan mereka. Maka, kelompok seperti ini kemudian akan menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Mereka akan berusaha dan bersedia menjadi pendukung sekaligus promotor lembaga kepada orang lain. Kelompok ini juga diperlukan oleh lembaga sebagai pemberi kabar informal kepada setiap orang yang memerlukan.

2) Harus mudah dipahami

Seorang *fundraiser* harus paham dengan lembaga dan program secara utuh, dengan pemilihan kalimat yang tepat, maka calon donatur akan paham maksud program, proses program, dan menjadi tahu pengalaman-pengalaman *fundraiser* dalam menjalankan program.

3) Gunakan bahasa mereka

Gunakan bahasa yang baik dan elegan, dan buka presentasi dengan mendoakan perusahaan atau calon donatur dan lembaga amil zakat sendiri. Bersabarlah, jangan mendesak dan terkesan menekan. Komunikasi hipnotis dapat dilakukan pada tahapan ini.

4) Pilih poin penting

Ketika program akan dipresentasikan, hindari membuat terlalu banyak tulisan karena itu akan membuat calon donatur bosan dan tidak tertarik sama sekali. Maka dari itu, pilihlah poin-poin penting saja yang akan dipresentasikan serta buatlah semenarik mungkin.

5) Perhatikan *respon* atau *feedback*

Calon donatur juga ingin diperhatikan dengan baik. Presentasi yang baik akan membuat calon donatur merespon dengan baik pula. Melalui *feedback* dari calon donatur yang dirangkum dengan baik oleh layanan *customer service*, sebuah lembaga amil zakat dapat memperbaiki jasa atau produk serta dapat membuat inovasi baru sesuai kebutuhan donatur.

6) Tindaklanjut presentasi

Setelah melakukan presentasi, biasanya calon donatur akan menyampaikan bahwa mereka membutuhkan beberapa waktu untuk mempelajari dan berkoordinasi dengan beberapa pihak. Pada saat itu, dapat ditanyakan waktu yang pas untuk lembaga amil zakat berkoordinasi kembali. Tawarkan untuk menghubungi mereka dan jangan lupa meminta kontak serta bertukar kartu nama.

7) Negosiasi

Negosiasi merupakan suatu proses saat dua pihak mencapai perjanjian yang dapat memenuhi kepuasan semua pihak yang berkepentingan. Lembaga amil zakat melakukan negosiasi bersama dengan calon donatur guna mencapai keinginan calon donatur sekaligus menguntungkan kedua belah pihak.

8) Memorandum of Understanding (*MoU*)

Lembaga amil zakat menyediakan *MoU* yang akan ditandatangani oleh para calon donatur sebagai bentuk kesepakatan dan memperjelas status keterlibatan donatur dalam program.

9) Buat *event* yang menarik perhatian

Ada banyak ide kreatif untuk membuat acara penggalangan dana menjadi lebih menarik. Lembaga amil zakat bisa membuat *event* sendiri atau bermitra dengan pihak lain untuk mensukseskan acara tersebut. Di sini, muzakki dapat diikutsertakan.

10) Komunikasikan melalui media

Tak hanya media luring (*offline*) saja, lembaga amil zakat dapat mengadopsi media daring (*online*) untuk dijadikan strategi

komunikasi pemasaran untuk menarik perhatian masyarakat yang membuat masyarakat tertarik menjadi calon donatur.

11) Jaga komunikasi dengan donatur.

Donatur adalah orang, organisasi, atau perusahaan yang pernah atau masih menyalurkan dana (ZIS) kepada lembaga amil zakat untuk disalurkan kepada mustahik. Menjaga komunikasi dengan para donatur dapat dilakukan dengan komunikasi yang terbuka dan jelas seperti mengirimkan informasi dan bulletin, hal ini dapat membantu membangun kredibilitas.

d) Menyusun Strategi Promosi

1) Pemetaan wilayah

Pemetaan wilayah potensi zakat merupakan salah satu bagian dari pilar arsitektur zakat Indonesia yaitu pilar III tentang kelembagaan zakat nasional yang meliputi sistem penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan.

2) Penyebaran alat promosi: brosur, leaflet, pamphlet, poster, baliho dan media massa.

Dalam hal ini, promosi merupakan salah satu alat komunikasi pemasaran, yakni alat strategi pemasaran dengan memberikan informasi yang secara tepat agar masyarakat mengenal suatu lembaga amil zakat dan diharapkan menjadi donatur.

e) Proses Penghimpunan

Dalam proses penghimpunan ZIS, donatur dapat melakukan pembayaran secara langsung, menggunakan transfer antar bank, dan amil dapat secara sukarela melakukan jemput bola dengan mendatangi donatur.

f) Pelayanan Donatur: Pra, Proses, Pasca

Agar donatur puas dan terus dapat mendonasikan zakat di lembaga amil zakat, maka memelihara donatur adalah sebuah tugas yang sangat penting. Tugas ini dapat dilakukan melalui

serangkaian kegiatan yang dapat disebut sebagai kegiatan pelayanan donatur. Ada beberapa faktor yang menentukan keberhasilan pelayanan kepada donatur, yaitu:

- 1) Pelayanan informasi, guna memberikan pelayanan informasi yang baik, maka setiap lembaga amil zakat harus melakukan pelayanan yang baik diantaranya menyediakan buku praktis panduan zakat, konsultasi zakat.
- 2) Memberikan kemudahan berkomunikasi, seperti menyediakan nomor telepon yang mudah dihubungi serta kesigapan *customer service* khususnya dalam menjawab telepon dan melayani pertanyaan.
- 3) Kemudahan pembayaran zakat, yaitu lembaga amil zakat harus menyediakan kuitansi pembayaran, memiliki nomor rekening dan bersedia melakukan jemput bola atau jemput zakat.
- 4) Keramahan serta kecepatan *customer service* dalam setiap pelayanan.

g) Publikasi Donasi

Tanpa pengelolaan dan pelaporan keuangan yang jelas, suatu lembaga amil zakat tidak mungkin mendapat kepercayaan donatur. Oleh karenanya, lembaga amil zakat harus menerapkan standar keuangan yang telah digariskan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dengan menggunakan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 45. Akan tetapi, mengingat lembaga amil zakat memiliki karakteristik sumber dana yang spesifik, maka acuannya beralih ke Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 109 yang telah disusun oleh IAI dan Dewan Syariah Nasional MUI. Publikasi donasi dapat melalui *website*, harian umum, sosial media serta jika sewaktu-waktu ada donatur yang ingin meminta laporannya, maka lembaga amil zakat harus siap memberikan.

h) Pertanggungjawaban

Program dan keuangan lembaga amil zakat harus dipertanggungjawabkan kepada dua pihak, yakni lembaga amil zakat itu sendiri atau kepada pihak selaku payung lembaga tersebut dan yang paling penting adalah kepada publik.

i) Evaluasi Program

Evaluasi program menjadi sangat penting dalam lembaga amil zakat, dikarenakan evaluasi program dapat mengetahui keberhasilan dan keterlaksanaan suatu program yang biasanya digunakan untuk pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan lembaga amil zakat ke depannya.

B. Pengertian Peningkatan

Peningkatan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti proses, cara, perbuatan menaikkan, maksudnya segala sesuatu usaha untuk mengangkat sesuatu hal dari yang semula memiliki posisi yang rendah menuju kepada posisi yang lebih tinggi. Sementara itu, Nuriyanto (dalam Adi, 2003: 67) mengatakan peningkatan berasal dari kata tingkat, yang berarti lapis atau lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan. Tingkat juga berarti pangkat, taraf dan kelas. Sedangkan peningkatan berarti kemajuan. Secara umum peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat dan kualitas maupun kuantitas. Peningkatan dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Selain itu, peningkatan juga berarti pencapaian dalam proses, ukuran sifat, hubungan dan sebagainya (Zamroni, 2007: 2). Adapun pendapat lain yaitu menurut Sawiwati, peningkatan adalah sebuah cara atau usaha untuk mendapatkan kembali keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik (Pagappong, 2015: 3).

Dari beberapa pengertian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa, peningkatan adalah suatu cara, proses atau usaha dalam rangka mengasah kemampuan untuk menjadi lebih baik sehingga dapat menimbulkan perasaan puas dan bangga atas pencapaian yang telah diharapkan.

Perkembangan dan peningkatan jasa pada suatu perusahaan dari tahun ke tahun menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari persaingan kualitas dan kuantitas pelayanan yang diberikan. Kualitas menggambarkan nilai dari suatu objek karena terjadinya proses yang memiliki tujuan yang berupa peningkatan, sedangkan kuantitas merupakan jumlah hasil dari sebuah proses. Perusahaan dituntut berusaha membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan pelayanan yang baik. Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh suatu perusahaan haruslah bersifat inovatif dan berorientasi pada loyalitas pelanggan (Rofiah, 2017: 69-70).

Secara harfiah loyal berarti setia atau kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Kesetiaan ini menyertai komitmen konsumen yang menjelaskan keadaan dimana mereka tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain. Pearson (dalam Pribanus Wantara, 2015) mengatakan loyalitas merupakan sikap atau perilaku seorang konsumen yang menguntungkan perusahaan, seperti melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain.

Loyalitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kepatuhan dan kesetiaan. Loyalitas adalah kondisi masyarakat mempunyai sifat kesetiaan, kepatuhan, ketaatan terhadap suatu lembaga. Denny (2001: 89), mengatakan bahwa loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk baik barang maupun jasa tertentu yang merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Artinya, muzakki tetap setia pada satu lembaga walaupun banyak pengaruh dari luar.

Kesetiaan konsumen terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, Loudon dan Bitta (1993: 365) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kelayaitasan konsumen terhadap suatu merek, yaitu:

1. Variabel sosial ekonomi, demografi dan psikologis mempunyai hubungan dengan loyalitas terhadap merek, tetapi lebih ditunjukkan pada produk tertentu daripada terhadap produk secara umum. Jadi, muzakki mempunyai ketertarikan dan keterikatan dengan program yang ditawarkan oleh lembaga pengelola zakat.
2. Perilaku loyalitas dari ketua kelompok mempengaruhi loyalitas dari anggota lain. Menjalani relasi yang baik dapat menimbulkan rasa loyal antar ritel maupun corporate dengan lembaga pengelola zakat.
3. Karakteristik konsumen mempunyai hubungan dengan loyalitas terhadap toko yang pada akhirnya berpengaruh terhadap loyalitas konsumen produk.
4. Loyalitas konsumen terhadap merek mempunyai hubungan yang positif dengan variable resiko struktur pasar.

Griffin (2005: 66), menemukan bahwa ada empat ciri pelanggan yang loyal, yaitu:

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur. Jadi, muzakki yang loyal akan melakukan donasi secara berulang atau rutin pada satu lembaga pengelola zakat.
2. Membeli produk lainnya dari perusahaan. Tidak hanya berdonasi saja, para muzakki yang loyal memilih untuk melakukan infaq, sedekah atau mengikuti program lain yang diadakan oleh satu lembaga pengelola zakat.
3. Merekomendasikan kepada orang lain. Muzakki akan merekomendasikan kepada orang lain seperti teman dan keluarga untuk berdonasi di lembaga tersebut.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Muzakki yang loyal terhadap lembaga tersebut tidak akan terpengaruh untuk berdonasi di lembaga lain.

Loyalitas muzakki adalah kesetiaan seseorang untuk berdonasi atau mengikuti program lain yang diadakan oleh suatu lembaga pengelola zakat. Lembaga amil zakat sebagai organisasi nirlaba yang berada ditengah-tengah masyarakat (muzakki) sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan amanah mereka karena dana yang diperoleh dari muzakki akan di distibusikan untuk kegiatan sosial dan keberlangsungan program-program pemberdayaan masyarakat.

Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi donatur yang berdonasi melalui sebuah organisasi pengelola zakat. Karena jika hal tersebut terpenuhi, maka donatur akan selalu memberikan donasinya terhadap lembaga tersebut. Pada dasarnya, model *fundraising* dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu metode *fundraising* langsung atau *direct fundraising* dan metode *fundraising* tidak langsung atau *indirect fundraising* (Fazri, 2017: 4).

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

Strategi ini adalah dengan menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* di mana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika dilakukan. Apabila dalam diri donatur muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser* organisasi, maka segera dapat dilakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia (Ridwan, 2016: 301)

2. Strategi *Fundraising* Tidak Langsung (*indirect fundraising*)

Strategi *fundraising* tidak langsung adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* di mana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan cara promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat tanpa secara

khusus diarahkan untuk menjadi transaksi donasi pada saat itu (Ridwan, 2016: 301)

Sebuah lembaga pengelola zakat melakukan kedua model strategi *fundraising* ini, karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri. Strategi *fundraising* langsung diperlukan karena tanpa metode langsung donatur akan kesulitan untuk mendonasikan dananya. Sedangkan jika semua bentuk *fundraising* dilakukan secara langsung maka akan tampak donatur berpotensi menciptakan kejenuhan. Kedua metode dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus mampu dalam mengkombinasikan kedua model strategi ini (Yusuf: 2018: 24). Lembaga pengelola zakat perlu melakukan inovatif guna mendapatkan calon muzakki atau donatur. Metode konvensional saja tidak cukup, perlu melakukan upaya jemput bola dengan menggunakan teknologi untuk mendapatkan muzakki dan mempertahankan muzakki.

C. Pengertian Muzakki

Menurut Undang-undang No. 23 Tahun 2011 pasal 1 ayat 5 menyatakan bahwa muzakki adalah seorang muslim atau badan usaha yang mewajibkan menunaikan zakat. Adapun yang dimaksud dengan kewajiban bagi orang-orang tertentu untuk mengeluarkan sebagian hartanya adalah para muzakki. Jumhur ulama mengatakan bahwa orang yang disepakati wajib mengeluarkan zakat adalah merdeka, telah sampai umur, berakal dan nishab yang sempurna. Sedangkan harta yang wajib dikeluarkan zakatnya yang disepakati mayoritas ulama adalah emas, perak dan binatang ternak dan penuh setahun dimiliki oleh muzakki (Al-Shiddieqy. 2006: 19). Hafidhuddin (2009: 114), berpendapat bahwa muzakki adalah seorang muslim yang dibebani kewajiban mengeluarkan zakat disebabkan terdapat kemampuan harta setelah sampai nishab dan haulnya. Pendapat lain seperti Qardhawi (2006: 224), mengatakan bahwa muzakki adalah pribadi atau kelompok yang telah memenuhi syarat untuk berzakat serta mengeluarkan zakat tersebut kepada yang berhak menerima baik secara langsung atau melalui Badan atau Lembaga Amil Zakat.

Dari beberapa pengertian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa muzakki adalah orang atau badan usaha yang dikenai kewajiban membayar zakat atas kepemilikan harta yang telah mencapai nishab dan haul. Muzakki dapat disebut juga sebagai mad'u yang mempunyai suatu kebutuhan yang bisa dipenuhi di lembaga pengelola zakat. Ilyas (dalam Hariyanto, 2018: 71), menyebutkan bahwa kepentingan dakwah itu berpusat kepada apa yang dibutuhkan oleh komunitas atau masyarakat (mad'u), bukan kepada apa yang dikehendaki oleh pelaku dakwah (da'i). Dakwah mesti berorientasi kepada kepentingan mad'u (*mad'u centred preaching*) dan tidak kepada kepentingan da'i (*da'i centred preaching*).

Saputra (dalam Marwantika, 2019: 3), mengatakan kata mad'u secara etimologi berasal dari bahasa arab yaitu diambil dari *isim maf'ul* (kata yang menunjukkan obyek atau sasaran). Menurut terminologi, mad'u merupakan orang atau kelompok yang lazim disebut dengan jamaah yang sedang menuntut ajaran agama dari seorang da'i baik mad'u tersebut orang dekat atau orang jauh, muslim atau non muslim, laki-laki atau perempuan. Seorang da'i akan menjadikan mad'u sebagai obyek bagi transformasi keilmuan yang dimilikinya. Mad'u sebagai obyek dakwah bagi seorang da'i adalah salah satu unsur yang penting dalam sistem dakwah.

Berbeda dengan Aziz (dalam Marwantika, 2019: 4), menyebutkan bahwa mad'u di sini diposisikan bukan sebagai obyek atau sasaran dakwah, dengan maksud agar da'i menjadi teman berfikir dan bertindak bersama dengan mitra dakwah. Hubungan antara da'i dengan mad'u yang ideal adalah bukan hubungan yang subyek-obyek, bukan pula sebagai sasaran yang terkesan pasif dan hanya pendakwah yang aktif. Oleh karena itu, dengan adanya kemitraan, kesejajaran antara pendakwah dan mitra dakwah akan mendorong mereka agar dapat saling berbagi pengetahuan, pengalaman, dan pemikiran tentang pesan dakwah.

Dari dua perspektif di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa muzakki sebagai mad'u dapat diartikan muzakki sebagai pihak penerima pesan dakwah atau sasaran dakwah yang memiliki suatu kebutuhan dakwah yang bisa dicapai bersama dengan da'i.

Menurut syari'at Islam, seorang muzakki memiliki kewajiban tertentu yang harus dilaksanakan, diantaranya:

1. Mencatat harta kekayaan yang dimilikinya.
2. Menghitung zakat dengan benar.
3. Membayarkan zakat pada amil zakat.
4. Meniatkan membayar zakat karena Allah SWT.
5. Melafalkan akad saat membayar zakat.
6. Menunaikan infaq dan shadaqah jika harta masih berlebih (Huda & Heykal, 2013: 299)

Supadie (2015: 165-172), mengatakan dalam mengeluarkan zakat, agama memberikan syarat-syarat yang wajib dilakukan seseorang untuk mengeluarkan zakat. Syarat-syarat tersebut yaitu:

1. Muslim

Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa yang wajib dikenai zakat adalah orang muslim.

2. Merdeka

Merdeka ialah orang yang terbebas dari kekuasaan orang lain, lawannya adalah hamba sahaya. Para ahli fiqh berpendapat bahwa hamba sahaya (budak) tidak dikenai wajib zakat, karena secara hukum mereka tidak memiliki harta karena diri mereka dianggap sebagai harta.

3. Baligh dan berakal

Syarat ini dikemukakan oleh madzhab Hanafi. Oleh sebab itu, anak kecil atau orang gila yang memiliki harta mencapai satu nishab tidak wajib zakat karena mereka tidak dituntut untuk beribadah seperti sholat dan puasa. Akan tetapi mayoritas jumhur 'ulama tidak menerima pendapat ini, mereka berpendirian bahwa apabila anak kecil atau orang gila memiliki harta satu nishab atau lebih maka wajib dikeluarkan zakatnya. Alasan mereka adalah bahwa teks-teks suci (ayat/hadits) yang mewajibkan zakat terhadap kekayaan muslim tidak membedakan apakah pemiliknya baligh dan berakal atau tidak. Membayar zakat jika harta yang dimilikinya telah mencapai nishab. Nishab zakat harta berbeda-beda, tergantung jenis harta bendanya.

Dalam Buku Ensiklopedia Zakat yang ditulis oleh Dr. Sa'id bin ali bin Wahf al-Qaththani (2018: 78-84), syarat wajib zakat ada 5, diantaranya:

1. Islam

Zakat tidak dipungut dari orang kafir dan tidak pula ia diterima darinya baik kekafirannya itu asli kafir atau kafir karena murtad. Peralnya, zakat ini adalah bagian dari agama Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. At-Taubah [9]: 54

وَمَا مَنَعَهُمْ أَنْ تُقْبَلَ مِنْهُمْ نَفَقَاتُهُمْ إِلَّا أَنَّهُمْ كَفَرُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَلَا يَأْتُونَ الصَّلَاةَ إِلَّا وَهُمْ كُسَالَىٰ لَا يُنْفِقُونَ إِلَّا وَهُمْ كَارِهُونَ

“Dan yang menghalang-halangi infak mereka untuk diterima adalah karena mereka kafir (ingkar) kepada Allah dan Rasul-Nya dan mereka tidak melaksanakan shalat, melainkan dengan malas dan tidak (pula) menginfakkan (harta) mereka, melainkan dengan rasa enggan (terpaksa).”

Zakat berfungsi sebagai penyucian bagi orang muslim, seperti firman Allah QS. At-Taubah [9]: 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ - ١٠٣

“Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”

2. Merdeka

Zakat juga tidak diwajibkan atas budak (hamba sahaya), sebab statusnya masih sebagai budak dan kepemilikannya belum sempurna. Karena hamba sahaya tidak punya apa-apa maka harta yang dimilikinya adalah milik tuannya. Hal ini didasarkan pada hadits Abdullah bin Umar bin al-Khattab, dia berkata: “Aku mendengar Nabi Muhammad SAW bersabda: *“Siapa yang membeli pohon kurma yang telah diserbukkan (disemai), maka buahnya menjadi milik penjual kecuali jika pembeli mensyaratkan (buahnya untuk pembeli). Siapa yang membeli hamba sahaya (budak) yang mempunyai sejumlah harta, maka harta itu menjadi milik penjualnya kecuali jika pembeli mensyaratkan (harta itu untuk pembeli).”*

3. Memiliki nishab

Memiliki nishab, yakni mempunyai harta yang sudah mencapai batas wajibnya zakat. Memiliki nishab-yakni nishab zakat-berbeda-beda, tergantung jenis harta yang dimilikinya. Kalau harta seseorang belum mencapai nishab, dia tidak wajib menunaikan zakat sampai hartanya mencapai nishab yang ditetapkan syariat.

4. Kepemilikan tetap

Kepemilikan tetap, maknanya orang yang memiliki harta itu memilikinya secara tetap. Syarat tersebut kerap diistilahkan dengan kepemilikan sempurna atau kepemilikan penuh. Makna kepemilikan sempurna adalah harta tersebut tidak terikat dengan kepemilikan orang lain yang berhak mengelolanya melainkan mutlak miliknya sendiri.

5. Harta berada di tangannya selama satu tahun penuh

Harta berada di tangannya selama satu tahun penuh kecuali harta mu'asysyar. Hal ini didasarkan pada hadits 'Aisyah ra. dia bercerita: Aku pernah mendengar Rasulullah SAW bersabda:

سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : لَا زَكَاةَ فِي مَالٍ
حَتَّى يَحُولَ عَلَيْهِ الْحَوْلُ

“Tidak ada zakat pada harta yang kurang dari setahun.”

Begitu juga hadits Ali ra, di dalamnya disebutkan:

عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَيْسَ فِي مَالٍ زَكَاةٌ حَتَّى يَحُولَ
عَلَيْهِ الْحَوْلُ

“Tidak ada zakat pada harta hingga mencapai satu tahun (yakni ia dimiliki secara sempurna selama waktu itu.”

Artinya, zakat tidak wajib dikeluarkan dari suatu harta sampai harta itu ada di tangan seseorang selama dua belas bulan sejak dimilikinya. Haul (setahun) ini adalah syarat wajib zakat untuk tiga macam harta yaitu zakat

hewan ternak yang digembalakan, uang atau yang berfungsi sebagai uang seperti emas, perak dan barang dagangan.

BAB III

UPAYA PENINGKATAN JUMLAH MUZAKKI

A. Gambaran Umum LAZIS Madani Kota Tegal

LAZIS Madani dilahirkan oleh adanya kebijakan pusat dari dua lembaga sosial sebelumnya yaitu yayasan Pos Keadilan Peduli Umat (LKN PKPU) dan Lembaga Amil Zakat Nasional Inisiatif Zakat Indonesia (LAZNAS IZI) di tingkat kota atau kabupaten yang ditutup seluruh tanah air. Dengan berbagai konsideran dan kajian mendalam, maka pada tanggal 12 Februari 2019 melalui akta notaris di bentuk Yayasan Inisiatif Madani sebagai LAZ tingkat kota atau kabupaten dibawah naungan Lembaga Amil Zakat Nasional Inisiatif Zakat Indonesia (LAZNAS IZI).

LAZIS Madani telah mendapat pengesahan dari Kementerian Hukum dan HAM RI melalui SK MENKUM HAM nomor AHU, 002811, AH,01,04 tahun 2019 pada tanggal 21 Februari 2019 sebagai yayasan yang berbadan hukum. Legalitas lembaga amil zakat, yayasan inisiatif madani bermitra dengan LAZNAS IZI yang kemudian menjadikan lembaga sebagai mitra penghimpunan dan mitra salur zakat sebagai aktivitas lembaga tersebut sah menurut Undang-undang Republik Indonesia. Legalitas sebagai mitra pengelolaan zakat IZI tertuang dalam *MoU* (perjanjian kerjasama) dengan nomor *MoU*: IZI-P/MIZI-037/I/MoU/2019.

LAZIS Madani adalah sebuah lembaga nirlaba yang bergerak dalam penghimpunan, pengelolaan dan ZISWAF baik dari perseorangan, kelompok atau instansi. Oleh karena itu, sudah seharusnya lembaga ini dapat menarik minat masyarakat dalam membayarkan zakat, infaq, sedekah dan wakaf.

1. Visi, Misi dan Tujuan LAZIS Madani Kota Tegal

LAZIS Madani Kota Tegal mempunyai maksud dan tujuan di bidang sosial, keagamaan dan kemanusiaan dengan visi dan misi sebagai berikut:

a) Visi LAZIS Madani Kota Tegal

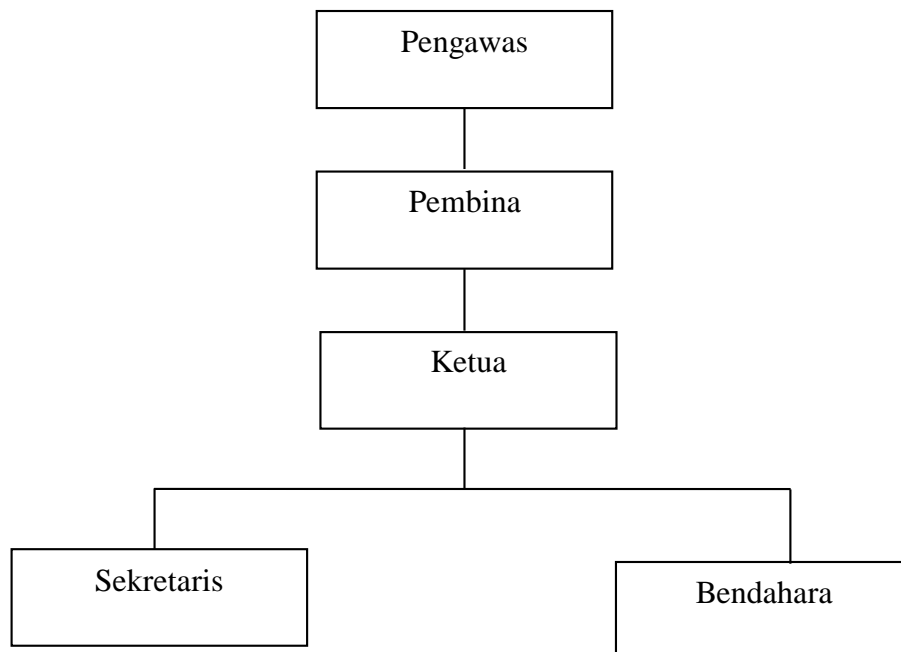
Menjadi lembaga professional, terpercaya dan terarah yang menginspirasi gerakan kebajikan dalam membangun kemandirian.

b) Misi LAZIS Madani Kota Tegal

- 1) Menjalankan fungsi edukasi, informasi, konsultasi, dan penghimpunan dana zakat
- 2) Mendayagunakan dana zakat bagi mustahiq dengan prinsip-prinsip kemandirian
- 3) Menjalin kemitraan dengan masyarakat, dunia usaha, pemerintah dan ekonomi dan budaya lainnya.

2. Struktur Organisasi LAZIS Madani Kota Tegal

LAZIS Madani Kota Tegal mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



- a. Pembina; Penghadap Nyonya Anna Fauziyyah, S.kep., M.Kep.
- b. Pengurus;
 - 1) Ketua; Penghadap Nyonya Atfaliyah, S.H.
 - 2) Sekretaris; Tuan Subihan Prasetyo, S.Si.
 - 3) Bendahara; Nyonya Lintang Amalia Setyowati, S.Pd.
- c. Pengawas; Tuan Djoko Adhi Saputro, S.Pd.

B. Persebaran Muzakki di Kota Tegal

1. Kategori Muzakki

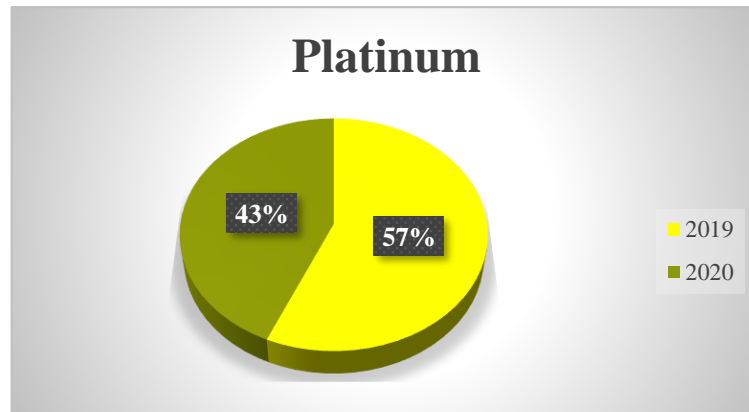
LAZIS Madani Kota Tegal merupakan lembaga amil zakat regional yang melakukan penghimpunan dana dan muzakki zakat sesuai ketentuan syariat. Namun, lembaga ini seringkali mengalami kendala dalam mendata muzakki. Dengan demikian, untuk mempermudah pendataan muzakki LAZIS Madani Kota Tegal membaginya berdasarkan beberapa kategori, diantaranya adalah:

a) Berdasarkan Nominal

Ketua LAZIS Madani Kota Tegal mengatakan bahwa pengklasifikasian muzakki di lembaga ini berdasarkan nominal terbagi menjadi 3 (tiga) kelas, yaitu *platinum*, *gold*, dan *silver*. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) *Platinum*

Platinum adalah muzakki yang rutin berdonasi dengan nominal tinggi. Muzakki yang masuk dalam kategori *platinum* adalah muzakki yang berzakat dengan nominal lebih dari Rp 1.000.000. Data pada tahun 2019 mengatakan bahwa muzakki *platinum* di LAZIS Madani berjumlah 39 orang sedangkan pada tahun 2020 jumlah ini turun menjadi 30 orang. Berikut adalah persentase jumlah muzakki kelas *platinum* dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020:



Gambar 1. Sebaran Muzakki Berdasarkan Nominal Kelas *Platinum*

Adapun program yang didapat untuk muzakki *platinum* adalah:

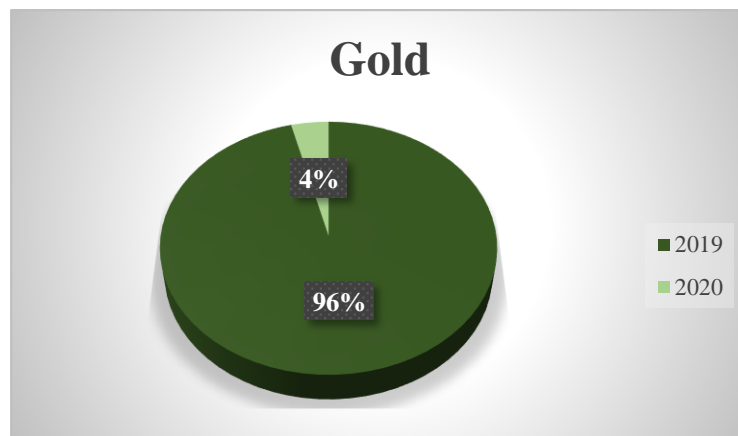
Tabel 1. Program Kategori *Platinum*

Kategori <i>Platinum</i>	
Kunjungan pengurus atau sapa muzakki	Kegiatan ini rutin dilakukan sebanyak 1 kali dalam sebulan. Para muzakki ada yang bertemu langsung di kantor LAZIS Madani untuk membahas aktivitas mereka seputar zakat serta ada yang melalui via whatsapp.
Layanan titip doa (Rumah Tahfidz)	Kegiatan ini rutin dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jum'at melalui via whatsapp.
Tausyah jum'at dan meme nasihat	Sama halnya dengan layanan titip doa, kegiatan ini juga dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jumat melalui via whatsapp.
Informasi program	Amil memberikan informasi program LAZIS Madani

	kepada muzakki baik secara langsung (kunjungan muzakki) atau melalui via whatsapp.
--	--

2) *Gold*

Gold adalah muzakki yang rutin berdonasi dengan nominal sedang antara Rp 500.000 sampai dengan Rp 900.000. Dapat diketahui muzakki yang berada di kelas *gold* pada tahun 2019 berjumlah 78 orang sedangkan 33 orang pada tahun 2020, jumlah ini mengalami penurunan yang signifikan. Berikut adalah diagram yang menunjukkan persentase muzakki kelas *gold* dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020:



Gambar 2. Sebaran Muzakki Berdasarkan Nominal Kelas *Gold*

Berikut adalah tabel program yang didapat oleh kategori *gold* di LAZIS Madani Kota Tegal:

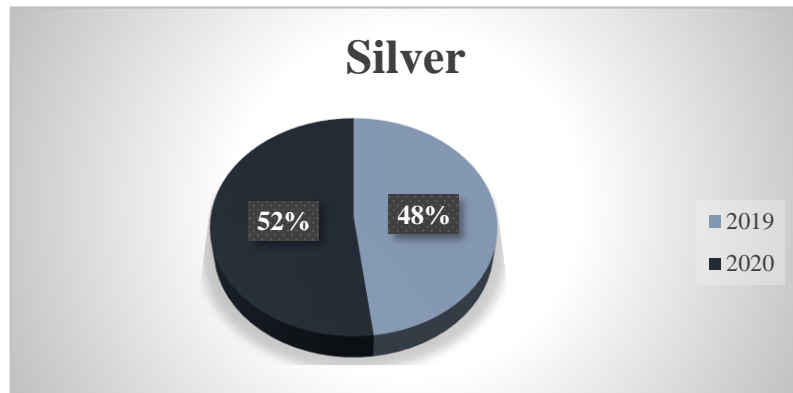
Tabel 2. Program Kategori *Gold*

Kategori <i>Gold</i>	
Kunjungan pengurus atau sapa muzakki	Kegiatan ini rutin dilakukan sebanyak 1 kali dalam sebulan. Para muzakki ada yang bertemu langsung di kantor LAZIS Madani untuk membahas aktivitas mereka seputar zakat serta ada yang melalui via whatsapp.
Layanan titip doa (Rumah Tahfidz)	Kegiatan ini rutin dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jum'at melalui via whatsapp.
Tausyah jum'at dan meme nasihat	Sama halnya dengan layanan titip doa, kegiatan ini juga dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jumat melalui via whatsapp.
Informasi program	Amil memberikan informasi program LAZIS Madani kepada muzakki baik secara langsung (kunjungan muzakki) atau melalui via whatsapp.

3) *Silver*

Silver adalah muzakki yang rutin berdonasi dengan nominal kurang dari Rp 500.000. Jumlah muzakki kelas *silver* mengalami peningkatan, pada tahun 2019 jumlah muzakkinya adalah 130 orang kemudian bertambah 11 orang menjadi 141 orang di tahun

2020. Berikut adalah persentase muzakki kelas *silver* dari tahun 2019 sampai tahun 2020:



Gambar 3. Sebaran Muzakki Berdasarkan Nominal Kelas *Silver*

Tak hanya kategori *platinum* dan *gold* yang mendapat program dari LAZIS Madani Kota Tegal, kategori *silver* juga mendapatkan program, diantaranya:

Tabel 3. Program Kategori *Silver*

Kategori <i>Silver</i>	
Kunjungan pengurus atau sapa muzakki	Kegiatan ini rutin dilakukan sebanyak 1 kali dalam sebulan. Para muzakki ada yang bertemu langsung di kantor LAZIS Madani untuk membahas aktivitas mereka seputar zakat serta ada yang melalui via whatsapp.
Layanan titip doa (Rumah Tahfidz)	Kegiatan ini rutin dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jum'at melalui via whatsapp.

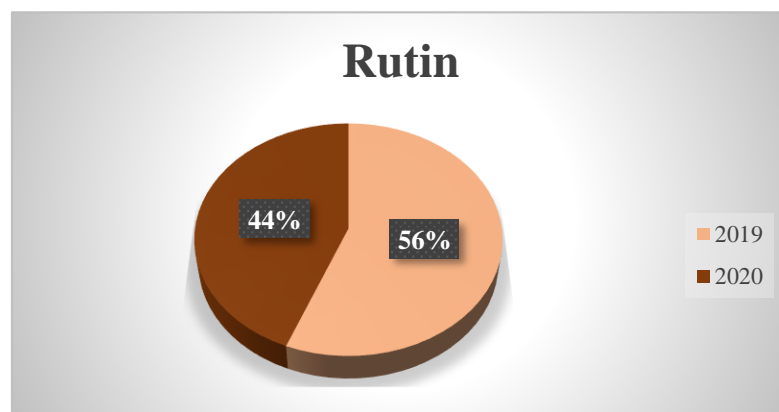
Tausyah jum'at dan meme nasihat	Sama halnya dengan layanan titip doa, kegiatan ini juga dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jumat melalui via whatsapp.
Informasi program	Amil memberikan informasi program LAZIS Madani kepada muzakki baik secara langsung (kunjungan muzakki) atau melalui via whatsapp.

b) Berdasarkan Kepatuhan Membayar

LAZIS Madani membagi muzakki ke dalam 2 kelas, diantaranya:

1) Rutin

Rutin adalah muzakki yang rutin berdonasi dengan nominal yang bervariasi. Muzakki rutin yang berdonasi di LAZIS Madani pada tahun 2019 mencapai 65 orang, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 51 orang. Berikut adalah persentase jumlah muzakki berdasarkan kepatuhan membayar kelas rutin pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020:



Gambar 4. Sebaran Muzakki Berdasarkan Kepatuhan Membayar Kelas Rutin

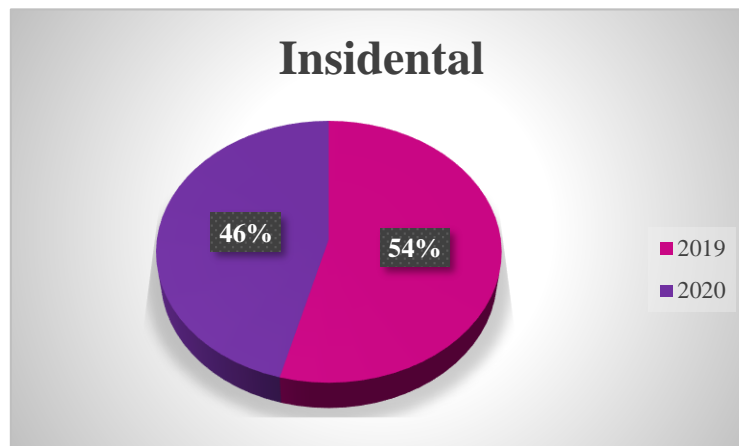
Untuk kategori muzakki berdasarkan kepatuhan membayar, mereka juga mendapatkan program seperti yang didapat oleh kategori muzakki berdasarkan nominal. Untuk kategori rutin programnya adalah:

Tabel 4. Program Kategori Rutin

Kategori Rutin	
Layanan titip doa (Rumah Tahfidz)	Kegiatan ini rutin dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jum'at melalui via whatsapp.
Tausyah jum'at dan meme nasihat	Sama halnya dengan layanan titip doa, kegiatan ini juga dilakukan 1 kali dalam seminggu pada hari jumat melalui via whatsapp.
Informasi program	Amil memberikan informasi program LAZIS Madani kepada muzakki baik secara langsung (kunjungan muzakki) atau melalui via whatsapp

2) Insidental

Insidental adalah muzakki yang berdonasi hanya sewaktu-waktu saja (tidak rutin) dengan nominal yang bervariasi. Total muzakki pada tahun 2019 berjumlah 182 orang, sayangnya jumlah ini juga menurun menjadi 154 orang pada tahun 2020. Berikut adalah persentase jumlah muzakki berdasarkan kepatuhan membayar kelas insidental pada tahun 2019 sampai 2020:



Gambar 5. Sebaran Muzakki Berdasarkan Kepatuhan Membayar Kelas Insidental

Muzakki yang berada di kelas insidental mendapatkan program tambahan dari LAZIS Madani Kota Tegal, seperti berikut:

Tabel 5. Program Kategori Insidental

Kategori Insidental	
Tausyah jum'at dan meme nasihat	Kegiatan ini dilakukan setiap hari jumat melalui via whatsapp.
Informasi program	Amil memberikan informasi program LAZIS Madani kepada muzakki baik secara langsung (kunjungan muzakki) atau melalui via whatsapp

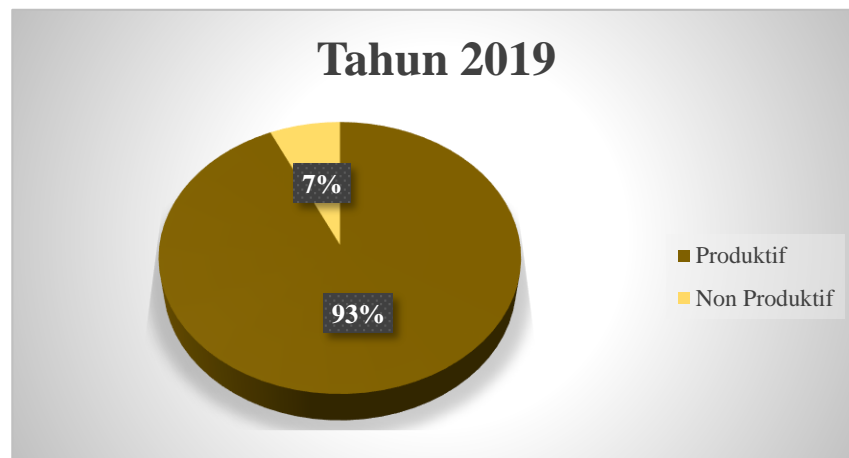
c) Berdasarkan Usia

Pengkategorian muzakki berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui rentang usia yang melaksanakan perintah untuk berzakat. Dari sini dapat

diketahui dari kalangan usia mana yang tertib melaksanakan penunaian zakat.

“Kalo persebaran muzakki berdasarkan usia kita punya datanya, dibagi menjadi 2 (dua) yaitu produktif yang masih bekerja dan non-produktif ini yaitu pensiunan atau yang sudah tidak bekerja tapi masih punya penghasilan.” (Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal pada 31 Juli 2021).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa persebaran muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal yang berdasarkan usia dibagi menjadi 2 (dua), yaitu usia produktif atau usia kerja dan usia non-produktif. Usia produktif dapat diukur dari rentang usia 17-60 tahun, sementara usia non-produktif diukur dari rentang usia lebih dari 60 tahun. Berikut adalah data persebaran muzakki berdasarkan usia produktif dan non-produktif pada tahun 2019:

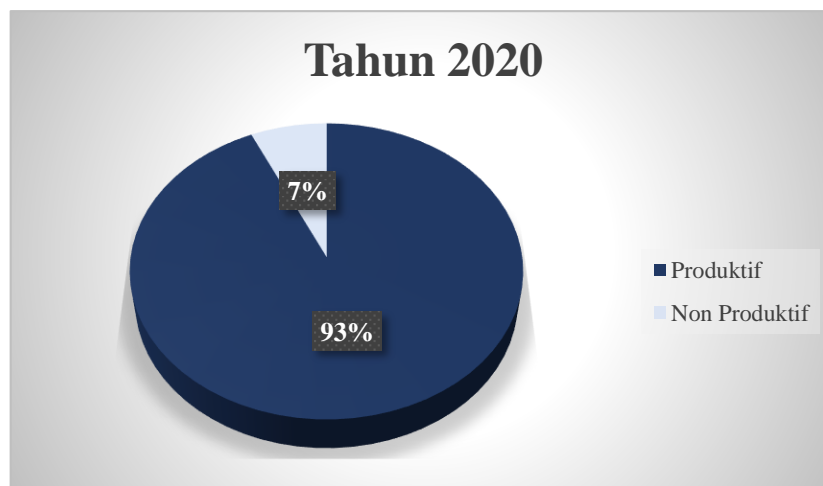


Gambar 6. Sebaran Muzakki Berdasarkan Usia Produktif dan Non-produktif Tahun 2019

Pada tahun 2019 usia produktif muzakki yang terdaftar dengan usia produktif adalah 230 orang. Usia produktifnya adalah dari rentang 17-60 tahun. Sedangkan untuk usia non-produktif berjumlah 17 orang.

Meskipun tidak lagi produktif, para muzakki masih tetap loyal menjadi muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal.

Tahun 2020, usia produktif muzakki yang terdaftar dengan usia produktif adalah 190 orang. Jumlah ini menurun dari tahun sebelumnya yaitu dengan jumlah 230 orang. Sedangkan untuk usia non-produktifnya berjumlah 14 orang. Meskipun dalam masa pandemi dan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, para muzakki masih tetap loyal menjadi muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal. Berikut adalah data persebaran muzakki berdasarkan usia produktif dan non-produktif pada tahun 2020:



Gambar 7. Sebaran Muzakki Berdasarkan Usia Produktif dan Non-produktif Tahun 2020

d) Berdasarkan Demografis

Potensi wilayah dapat memberikan gambaran tentang kondisi potensial suatu desa. Untuk mendapatkan gambaran kondisi mustahik, diperlukan suatu upaya pemetaan untuk melihat jumlah muzakki dan besarnya potensi di suatu wilayah tersebut. Namun, hal ini tidak didukung oleh kondisi di LAZIS Madani Kota Tegal.

“LAZIS Madani belum mempunyai data persebaran muzakki berdasarkan wilayah, karena kami belum sempat untuk memilah-milah mana muzakki yang dari wilayah kecamatan Tegal Timur, mana muzakki yang dari wilayah Tegal Barat, dan dari wilayah yang lain baik dari wilayah Kota Tegal, Kabupaten Tegal, Brebes, Pemalang dan Pekalongan, atau biasa kita nyebutnya se-karesidenan Pekalongan.” (Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal pada 31 Juli 2021).

Berdasarkan wawancara di atas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa LAZIS Madani Kota Tegal belum memiliki data persebaran muzakki berdasarkan demografis, dikarenakan beberapa faktor yang menyebabkan mereka belum bisa mengolah data tersebut.

e) Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan dapat membedakan seseorang dalam status sosial dan dapat mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Dalam sebuah lembaga amil zakat, sebaran muzakki berdasarkan pekerjaan menjadi hal penting karena dari situ dapat dilihat rata-rata muzakki dengan pekerjaan apa yang rutin berzakat.

Lembaga LAZIS Madani Kota Tegal belum memiliki data persebaran muzakki berdasarkan pekerjaan karena bagi lembaga, pekerjaan muzakki merupakan salah satu bagian dari privasi muzakki yang harus tetap dijaga oleh lembaga (Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal pada 31 Juli 2021).

2. Pemasaran Program Zakat

Dalam rangka menarik minat masyarakat sebuah lembaga zakat perlu memiliki program kerja yang memudahkan dan memberi kenyamanan dalam penunaianya. Dalam hal ini, LAZIS Madani memiliki beberapa program kerja untuk menarik minat masyarakat dalam membayar zakat, infaq, sedekah dan wakafnya. Program-program yang dimiliki oleh LAZIS Madani

diaplikasikan dengan dua media *fundraising*, yaitu media luring (*offline*) dan media daring (*online*).

“Dari program yang sudah kita buat, media yang digunakan itu ada dua, yang pertama media *offline* kemudian media *online*.” (Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal pada 23 Maret 2021)

a) Media luring (*offline*)

Media luring diartikan sebagai kegiatan yang tidak menggunakan akses internet dalam kegiatan *fundraising*, di dalam kegiatan *fundraising* seperti membuka gerai di beberapa tempat.

“Kalau *offline*, kita buka gerai-gerai zakat biasanya di masjid-masjid terus di alun-alun nanti kita sediakan brosur-brosur kegiatan, juga kita membuka konsultasi zakat.” (Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal pada 23 Maret 2021).

Media luring ini meliputi beberapa kegiatan, yaitu:

1) Pelayanan di Kantor LAZIS Madani

Donatur yang ingin membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf secara langsung bisa mendatangi kantor LAZIS Madani di Jalan Nakula belakang GOR Wisanggeni Kota Tegal.

2) Gerai Zakat

Guna memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi muzakki dalam berdonasi, LAZIS Madani membuka gerai di masjid-masjid, alun-alun Kota Tegal. Program ini bisa termasuk dengan istilah “jemput bola”.

3) Spanduk

Media iklan yang sangat efektif ini dapat menjangkau semua elemen masyarakat. Iklan dengan menggunakan spanduk memiliki kelebihan yang sifatnya permanen, tahan lama dan

dapat dilihat dari jarak jauh. Pemasangan spanduk dipasang di depan kantor LAZIS Madani Kota Tegal.

4) Brosur

Brosur merupakan bentuk promosi tertulis yang digunakan oleh LAZIS Madani. Brosur sebagai iklan pengingat di mana segala informasi yang dibutuhkan dimuat sehingga pembaca akan mengetahui apa saja isi brosur tersebut, seperti alamat gerai zakat, nomor layanan zakat, program yang ditawarkan, nomor *MoU* dan nomor rekening LAZIS Madani Kota Tegal.

5) Standing *Banner*

Standing banner digunakan oleh LAZIS Madani Kota Tegal untuk promosi lembaga. *Standing banner* diletakkan di sebelah pintu masuk kantor LAZIS Madani Kota Tegal.

6) Corporate

LAZIS Madani Kota Tegal menjalin kerjasama dengan pihak perusahaan dengan memaksimalkan zakat profesi dan dana CSR (*Corporate Social Responsibility*).

b) Media daring (*online*)

Media daring yang digunakan oleh LAZIS Madani Kota Tegal melibatkan akses internet dalam kegiatan *fundraising*-nya.

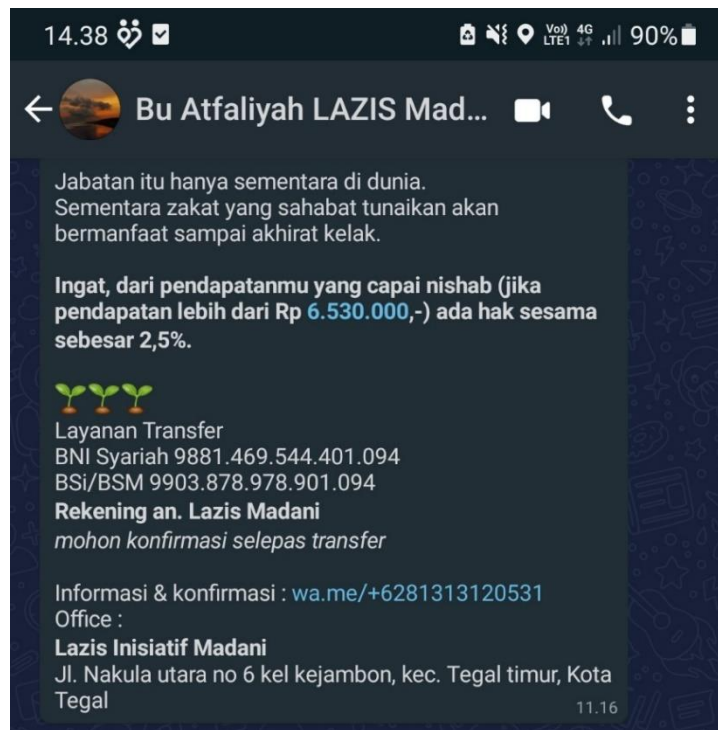
“Untuk media yang online, kita komunikasi sama muzakkinya lebih sering pakai whatsapp ya, karena lebih mudah. Selain whatsapp, kita juga punya facebook sama Instagram, kegiatan-kegiatan lembaga kita share di sana.” (Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal pada 23 Maret 2021).

Beberapa wujud media daring (*online*) yang diaplikasikan adalah:

1) *Broadcast* via WhatsApp

Broadcast memuat ajakan berzakat dan laporan masuknya zakat dari muzakki. Konten yang disebar via whatsapp juga lebih banyak, termasuk dapat mengirimkan foto dan video singkat

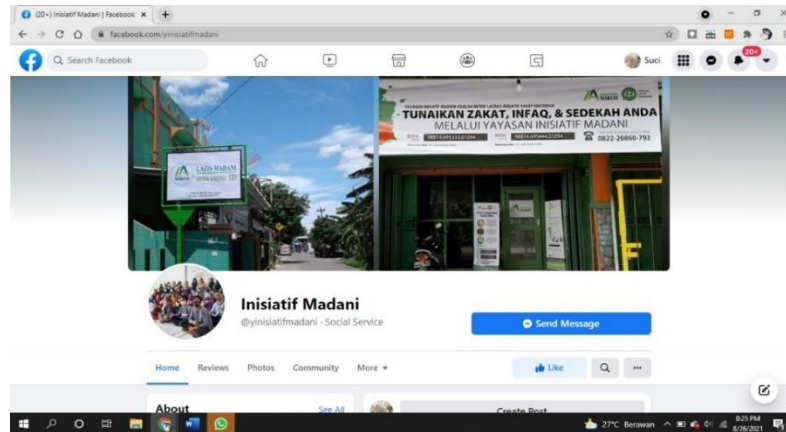
tentang program-program LAZIS Madani Kota Tegal. Berikut *script* atau naskah yang digunakan oleh LAZIS Madani Kota Tegal untuk mengajak para calon muzakki:



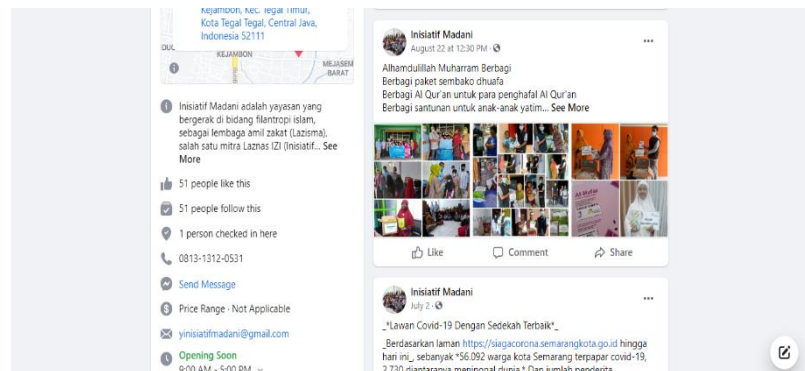
Gambar 8. Tangkapan Layar *Broadcast* di Whatsapp

2) Facebook dan Instagram

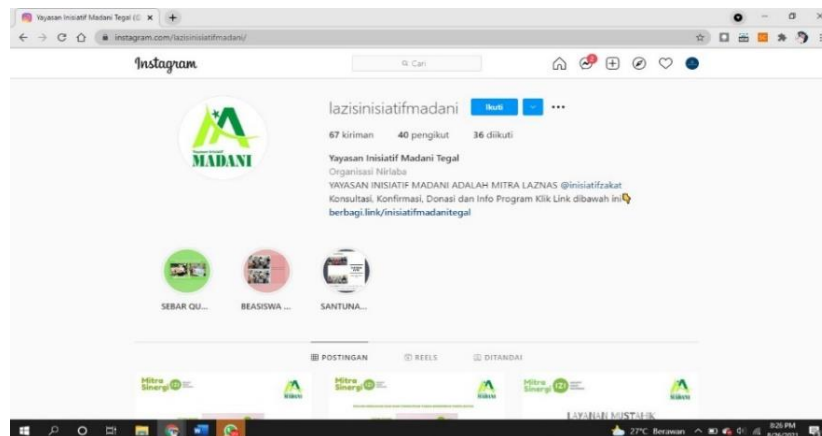
LAZIS Madani Kota Tegal juga aktif dalam berselancar di media sosial. Mereka aktif memberikan informasi dan ajakan untuk berdonasi. Untuk akun facebook LAZIS Madani Kota Tegal dapat diakses melalui <https://facebook.com/yinisatifmadani> dengan nama akun Inisiatif Madani. Sementara itu, untuk media sosial instagramnya dapat diakses melalui <https://instagram.com/lazisinisiatifmadani/> dengan nama akunnya adalah @lazisinisiatifmadani.



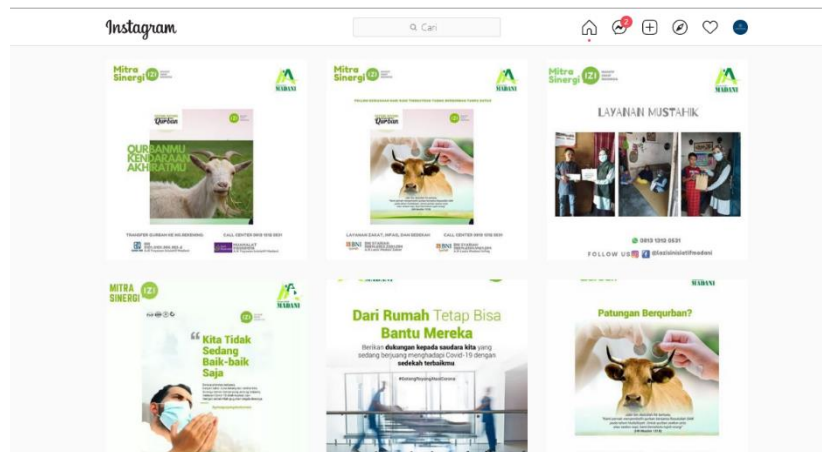
Gambar 9. Tangkapan Layar Akun Facebook LAZIS Madani Kota Tegal



Gambar 10. Tangkapan Layar Kegiatan LAZIS Madani Kota Tegal di Akun Facebook



Gambar 11. Tangkapan Layar Akun Instagram LAZIS Madani Kota Tegal



Gambar 12. Tangkapan Layar LAZIS Madani Kota Tegal di Akun Instagram

c) Layanan Pembayaran ZIS

Pembayaran ZIS dapat dilakukan melalui Kantor LAZIS Madani Kota Tegal secara langsung, dengan sistem jemput zakat, melalui Bank, ATM (transfer, SMS *banking*, Internet *banking* dan *Mobile banking*). Berikut adalah nomor rekening LAZIS Madani Kota Tegal:

(a) Nomor rekening zakat

Bank	Nomor Rekening	Atas Nama
BNI Syariah	9881-4695-3330-1094	Lazis Madani Zakat
BSM	9903-8789789-01094	Lazis Madani Zakat

(b) Nomor rekening infaq

Bank	Nomor Rekening	Atas Nama
BNI Syariah	9881-4695-4440-1094	Lazis Madani Infaq
BSM	9903-8777888-01094	Lazis Madani Infaq

Kemudian setelah melakukan transfer, muzakki diharapkan untuk melakukan konfirmasi donasi ke nomor 0822-2686-0793. Sementara itu untuk layanan jemput zakat merupakan salah satu program guna memudahkan para muzakki yang sibuk. Pembayaran zakat, infaq dan sedekah dapat dijemput oleh amil ke rumah muzakki.

Caranya mudah, hanya dengan menghubungi layanan jemput zakat 0822-2686-0793.

d) Formulir Pendaftaran Calon Muzakki

Dengan mengisi formulir pendaftaran, maka calon muzakki dapat menerima dan mengetahui informasi-informasi dari lembaga pengelola zakat, juga sebagai database lembaga pengelola zakat agar mereka dapat mengetahui ada berapa calon muzakki yang bergabung dalam satu tahun.

“Sebelum calon muzakki menjadi muzakki di LAZIS Madani, ada formulir yang bisa diisi terlebih dahulu sama calon muzakki. Nantinya dari pengisian formulir itu, kita bisa memasukkan nama-nama mereka di database kita. Ini berlaku untuk muzakki ritel dan muzakki corporate.” (Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal pada 21 Agustus 2021).

Gambar 13. Formulir Pendaftaran Calon Muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal

Hasil wawancara di atas yang kemudian didukung oleh gambar 13, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa, setiap calon muzakki wajib mengisi formulir pendaftaran. Saat mengisi formulir calon muzakki wajib menuliskan data diri, seperti NPWP (apabila ada), nama (sesuai dengan KTP), tanggal lahir, *e-mail*, nomor handphone, nomor whatsapp, dan alamat rumah. Sementara untuk data pekerjaan, yang harus diisi adalah pekerjaan, jabatan, alamat kantor, nominal zakat, dan metode pembayaran zakat.

Pengelompokkan media *fundraising* berdasarkan metode *direct* dan *indirect*

Media	<i>Direct</i>	<i>Indirect</i>
<i>Offline</i>	1. Pelayanan di kantor LAZIS Madani Kota Tegal 2. Gerai zakat 3. <i>Corporate</i> 4. Ritel 5. Celengan amal	1. Spanduk 2. Brosur 3. <i>Banner standing</i> 4. Kalender duduk
<i>Online</i>	<i>Broadcast</i> WhatsApp	Facebook dan Instagram

Tabel 6. Pengelompokkan media *fundraising* berdasarkan metode *direct* dan *indirect*

Pemasaran program kerja LAZIS Madani Kota Tegal yang di tawarkan kepada muzakki dibagi menjadi 2 antara lain:

- a) Muzakki Lama
 - 1) Relasi

LAZIS Madani Kota Tegal selalu menjaga relasi dengan para muzakki lama baik muzakki ritel maupun muzakki *corporate*, dengan tujuan agar mereka tetap nyaman untuk berzakat di sini. Ini dibuktikan dengan wawancara dengan Ibu Atfaliyah, pada 03 Juli 2021:

“Relasi itu penting ya bagi kami. Kami membuka dan menjalin relasi dengan muzakki ritel dan muzakki corporate, baik via whatsapp ataupun ketemu langsung. Kami menanyakan kabar mereka, mengajak mereka untuk berpartisipasi di acara-acara yang diadakan sama Madani. Setelah itu, setelah acara selesai kita melakukan pelaporan donasi kepada para muzakki.”

Berdasarkan wawancara di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan menjalin dan menjaga relasi yang baik dengan para muzakki, adalah hal yang sangat penting bagi LAZIS Madani Kota Tegal dalam menjalin relasi dengan para muzakkinya.

2) *Calling*

Fundraiser akan menghubungi muzakki untuk mengingatkan jadwal muzakki berzakat, memberi informasi laporan pendistribusian zakat dan bukti setoran donasi. Muzakki juga dapat melakukan konsultasi zakat, infaq, sedekah dan wakaf.

b) Calon Muzakki

1) Relasi

Strategi *fundraising* langsung yang dilakukan pertama kali oleh LAZIS Madani Kota Tegal adalah membuka relasi. *Fundraiser* mendatangi ritel dan *corporate* satu persatu dengan membawa brosur untuk nantinya

menggait para calon muzakki. Setelah itu, *fundraiser* akan mendata calon muzakki yang berminat berzakat di lembaga.

2) *Calling*

Setelah membuka relasi, *fundraiser* atau amil menghubungi calon muzakki via whatsapp untuk menanyakan kelanjutan dari relasi yang telah dibuka.

3) *Visiting*

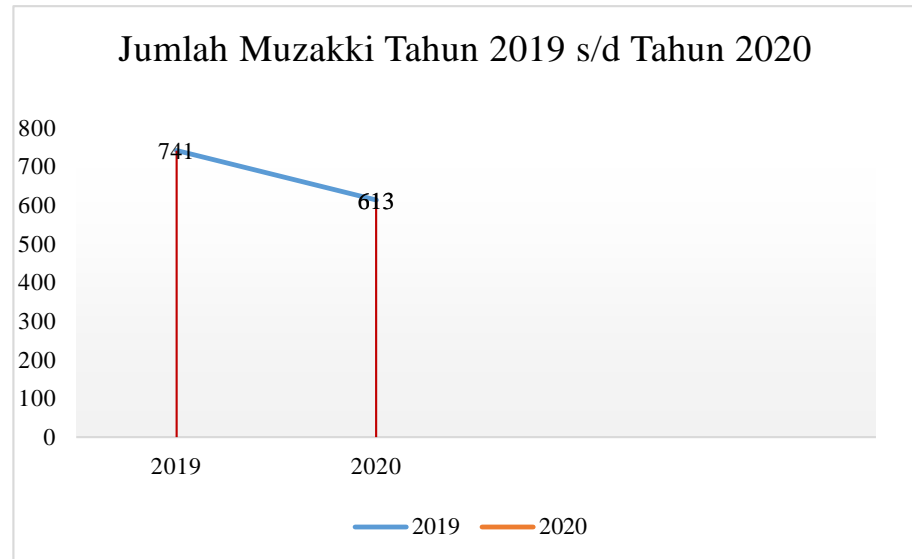
Kemudian *fundraiser* melakukan *visiting* kepada calon muzakki. Jika calon muzakki tertarik untuk berzakat maka *fundraiser* atau amil akan melakukan *visiting*. Jika calon muzakki tidak tertarik maka *fundraiser* akan langsung melakukan *closing*. Namun, jika calon muzakki tertarik maka amil akan mendatangi calon muzakki guna database calon muzakki.

4) *Closing*

Tahap terakhir dari layanan *online* adalah *closing*. Di dalam *closing* terdapat jawaban setuju atau tidaknya dalam proses penawaran program serta gabungannya calon muzakki ke lembaga pengelola zakat.

Sebagaimana yang telah penulis ungkapkan pada bab sebelumnya, bahwa suatu strategi *fundraising* yang baik akan menghasilkan hasil yang baik pula. Dalam setiap lembaga amil zakat pasti ada target yang harus dicapai, begitu pula dengan LAZIS Madani Kota Tegal. Adapun tujuan dan target daripada penerimaan jumlah muzakki LAZIS Madani Kota Tegal harus bisa lebih meningkat dari jumlah penerimaan tahun sebelumnya.

Berkenaan dengan hasil pelayanan LAZIS Madani Kota Tegal dalam meningkatkan jumlah muzakki pada tahun 2020, dapat dilihat dari grafik dibawah ini:



Grafik 1. Jumlah Muzakki Tahun 2019 sampai dengan Tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwasannya, jumlah muzakki pada tahun 2019 yang berhasil dihimpun sebanyak 741 orang. Sedangkan pada tahun 2020 jumlah muzakki yang berhasil dihimpun hanya mencapai 613 orang. Dengan demikian, jumlah peningkatan muzakki dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 mengalami penurunan 1,44%.

Sebagaimana penurunan penerimaan jumlah muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal dapat dilihat pada tabel berikut:

Keterangan	2019	2020
Dana Zakat	Rp 235.250.400	Rp 231.858.382

Tabel 7. Laporan Keuangan Tahun 2019 dan Tahun 2020 di LAZIS Madani Kota Tegal

Pada tabel di atas, peneliti menemukan jumlah penerimaan dana dari laporan keuangan LAZIS Madani Kota Tegal yang telah di audit oleh auditor, di mana laporan keuangan ini mengalami

penurunan khususnya pada penelitian di bidang zakat yaitu penghimpunan pada tahun 2019 sebanyak Rp 235.250.400 sedangkan Rp 231.858.382 pada tahun 2020. Hal ini terjadi karena adanya pemutusan hubungan kerja pada ritel dan perusahaan yang *collabs* di situasi pandemi yang menyerang tahun 2020. Dari peristiwa tersebut, perusahaan dan ritel yang menjadi donatur atau muzakki di LAZIS Madani perlahan menarik diri karena sulitnya ekonomi yang menerjang mereka. Dari dana yang telah terkumpul, terdapat laporan jumlah penerima manfaat atau mustahik, sebagai berikut:



Gambar 14. Laporan Jumlah Penerima Manfaat Januari-Desember 2020

Meskipun mengalami penurunan pada tahun 2020, penghimpunan dana yang telah terkumpul tersebut telah berhasil disebarkan kepada para penerima manfaat atau mustahik di Kota dan Kabupaten Tegal. Sepanjang bulan januari sampai dengan bulan desember ada 7.206 orang yang telah menerima bantuan dari LAZIS Madani Kota Tegal.

3. Menjaga Loyalitas Muzakki

Kualitas dapat kita terima apabila produk ataupun jasa mempunyai beberapa keunggulan yaitu bagaimana produk ataupun jasa dapat memenuhi harapan bagi para pengguna. Lembaga zakat menjalankan fungsinya sebagai penyalur zakat yang mana itu diperoleh dari para muzakki dengan tepat sasaran dan bisa memberikan manfaat yang baik untuk muzakki maupun mustahik. Kemudian, lembaga zakat dapat membuka rekening sehingga diharapkan masyarakat akan mudah menyalurkan zakatnya tanpa harus datang ke kantor lembaga zakat. Setelah muzakki menyalurkan zakatnya, maka lembaga zakat sebaiknya menghubungi atau menginformasikan kepada muzakki bahwa zakatnya telah diterima dan di distribusikan kepada siapa saja agar muzakki merasa puas sehingga hal ini dapat merujuk kepada loyalitas. Terakhir, *service*. *Service* di sini mengartikan pelayanan yaitu bagaimana lembaga zakat mampu memberikan *service* yang baik misalnya petugas amil zakat berkunjung atau jemput bola kepada muzakki.

LAZIS Madani Kota Tegal dalam menjaga loyalitas muzakki melakukan berbagai upaya agar mereka tetap teguh pendirian untuk berzakat di sini. Ini dibuktikan dengan wawancara dengan Ibu Atfaliyah pada 03 Juli 2021:

“Kita berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik kepada muzakki, kita membuat program semenarik mungkin, kita berusaha menjaga relasi sama muzakki-muzakkinya dengan kita silaturahmi ke kantor atau ke rumahnya, kita menanyakan kabar mereka, mengingatkan jadwal muzakki berzakat, konsultasi zakat, kemudian jika ada muzakki yang sakit kita ke sana untuk menjenguknya, juga kita mengajak mereka untuk ikut serta dalam kegiatan-kegiatan lembaga. Walaupun di tahun 2020 kemarin kita mengalami penurunan jumlah muzakki, tapi alhamdulillah, masih ada muzakki yang tetap berzakat di sini.”

Dari wawancara dengan Ketua LAZIS Madani Kota Tegal di atas, terungkap bahwa amil melakukan pendekatan kepada muzakki dengan menanyakan kabar mereka melalui whatsapp, mengingatkan muzakki jika

sudah memasuki jadwal mereka untuk berzakat, menjenguk muzakki yang sakit, mengajak para muzakki untuk ikut serta dalam kegiatan-kegiatan lembaga, memberikan pelayanan konsultasi dan penghitungan zakat bagi muzakki yang masih kebingungan dalam proses berzakat, juga selalu memberikan notifikasi pelaporan zakat kepada para muzakki setiap setelah selesai melakukan kegiatan lembaga.

BAB IV

PERAN PENTING MUZAKKI DALAM LEMBAGA PENGELOLA ZAKAT

A. Muzakki Sebagai Mad'u Dakwah

Sebagaimana yang telah kita ketahui, mad'u merupakan pihak penerima pesan dakwah atau biasa disebut dengan sasaran dakwah. Muzakki sebagai mad'u mempunyai kebutuhan yang bisa dipenuhi di lembaga pengelola zakat, yakni kebutuhan penerimaan informasi seputar perzakatan, kebutuhan merasakan manfaat dari berzakat, penerimaan informasi penghitungan serta informasi pengelolaan dana zakat yang dikelola oleh lembaga.

Gerakan *fundraising* yang dilakukan oleh LAZIS Madani Kota Tegal sebagai da'i dakwah saat ini secara kuantitas mengalami peningkatan. Dapat dilihat bahwa LAZIS Madani Kota Tegal melakukan dakwahnya dengan memanfaatkan 2 (dua) media. Media yang pertama yakni media luring (*offline*) seperti pelayanan di kantor, menyebarkan brosur, gerai zakat, sampai pemasangan spanduk di tempat strategis. Media yang kedua adalah media daring (*online*) seperti facebook, instagram dan whatsapp. Dengan penggunaan media sebagai alat menyebarkan dakwahnya, harapannya dapat menambah keilmuan keagamaan dari para mad'u yakni para muzakki serta berdampak positif pada peningkatan pemahaman keagamaan, khususnya pemahaman berzakat yang semakin komprehensif.

Penulis berpendapat bahwa, LAZIS Madani Kota Tegal telah memanfaatkan berbagai media luring dan media daring dalam mengkampanyekan zakat kepada masyarakat. Dalam berkampanye, ada satu hal yang perlu ditingkatkan yaitu hindari tema-tema normatif yang sudah diketahui masyarakat luas. Kejutkan mereka dengan sesuatu yang mencerdaskan yang mampu merubah paradigma karena sejatinya lembaga zakat perlu keberanian untuk bersikap dalam menyadarkan kekeliruan yang terjadi di masyarakat.

Namun, ditemukan fakta bahwa banyak muzakki yang mundur menjadi muzakki karena pandemi *covid-19* yang menyerang dunia termasuk Indonesia di tahun 2020. Akibatnya terjadi PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) massal dan kebijakan pemerintah daerah dengan diterbitkannya peraturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berdampak pada penurunan penghasilan muzakki yang signifikan dari pekerjaannya. Adapun jika dibandingkan pencapaian jumlah muzakki antara tahun 2019 dengan tahun 2020, maka muzakki yang paling banyak berada di tahun 2019 yakni mencapai 741 orang. Sedangkan pada tahun 2020 jumlah muzakki yang berhasil dihimpun oleh LAZIS Madani Kota Tegal mencapai 613 orang. Jika dilihat dari angka-angka tersebut, selain karena pandemi *covid-19* faktor lain yaitu LAZIS Madani Kota Tegal belum mampu memenuhi kebutuhan mad'u (muzakki), sehingga menyebabkan muzakki tidak terhimpun dengan baik.

LAZIS Madani Kota Tegal menganggap bahwa muzakki memiliki peran yang sangat fundamental. Karena muzakki menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari pelaksanaan perintah wajib zakat, merekalah orang-orang yang dibebani kewajiban untuk mengeluarkan bagian tertentu dari harta kekayaan yang mereka miliki, untuk kemudian disalurkan atau diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya.

LAZIS Madani Kota Tegal dalam melaksanakan sebagai lembaga pengelola zakat mempunyai tugas-tugas yakni mengedukasi masyarakat akan pemahaman zakat, memberikan layanan terhadap calon muzakki dan muzakki, serta menyalurkan zakat kepada mustahik. Sehingga, muzakki akan berbondong-bondong menyalurkan zakatnya kepada LAZIS Madani Kota Tegal. Untuk mensukseskan tugas-tugas tersebut, maka dibutuhkan strategi *fundraising* yang matang dan terarah dengan maksud tepat sasaran dan tujuan dapat tercapai.

Berdasarkan hasil penelitian di LAZIS Madani Kota Tegal, menurut pandangan penulis bahwa ada 4 (empat) strategi yang dilakukan oleh lembaga dalam melakukan *fundraising*, yakni membuat program, mempresentasikan program, menghimpun dana dan muzakki, serta mempertahankan muzakki. Hal

ini dapat dikuatkan dengan langkah-langkah *fundraising* menurut Sani, yang meliputi:

1. Berinovasi dalam program

Pada tahap ini, LAZIS Madani Kota Tegal melakukan rapat pengurus guna mendiskusikan program-program apa saja yang akan ditawarkan kepada calon muzakki, agar dapat direspon positif. Inovasi program seperti program sebar Al-Qur'an, paket beasiswa, paket yatim, paket da'i penjuru negeri, paket Ramadhan, peduli bencana, peduli yatim, paket lebaran, pelatihan menjahit, dan pengembangan ekonomi merupakan bentuk ikhtiar dalam meraih dana dari para muzakki untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Penciptaan program yang *fresh* akan dapat terus mengalir jika para pengurus lembaga terus berfikir mencari inovasi-inovasi guna menciptakan program-program yang baru, sehingga dapat menjadi unggulan dalam proses komunikasi *marketing* penggalangan dana.

2. Menyajikan dalam proposal

Agar program benar-benar terealisasi dan tersalurkan kepada sasaran, harus memenuhi berbagai syarat antara lain memiliki reputasi, akuntabel, dan identitas. LAZIS Madani Kota Tegal menyusun dan menyajikan program-program tersebut ke dalam bentuk proposal.

3. Presentasi program

Amil LAZIS Madani Kota Tegal telah dibekali ilmu strategi *marketing* dan pelatihan *public speaking* secara matang sebelum nantinya diterjunkan ke lapangan. Ketika sudah di lapangan, mereka sudah paham dengan profil lembaga dan program lembaga secara menyeluruh, dan dengan penyampaiannya menggunakan bahasa yang baik dan menarik, maka dapat membuat calon muzakki penasaran sehingga muncul keinginan untuk mendonasikan hartanya kepada lembaga. Amil juga menerangkan pentingnya berzakat bagi orang yang sudah mencapai kriteria, hukum berzakat serta landasan melaksanakan zakat. Hal ini bertujuan untuk menambah wawasan dan mengingatkan agar para calon muzakki dapat melaksanakan zakat, yang

mana zakat adalah perintah dari Allah SWT juga termasuk salah satu dari rukun Islam.

Jika keraguan calon muzakki dapat dituntaskan, maka dapat dikatakan bahwa amil sudah berhasil menyampaikan informasi program-program lembaga yang diwujudkan dengan bertambahnya calon muzakki menjadi muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal. Calon muzakki yang sudah menjadi muzakki ini akan rutin mendapatkan informasi-informasi lebih lanjut terkait dengan penyaluran dana zakat mereka di lembaga melalui via whatsapp juga ada yang secara langsung atau *face to face*. Namun sebaliknya, jika keraguan calon muzakki akan informasi program-program lembaga tidak dapat dituntaskan oleh amil, maka calon muzakki akan dengan mudah meninggalkan amil lembaga zakat.

4. Menyusun strategi promosi

Penyusunan strategi promosi sangat penting diupayakan untuk mencegah terjadinya penurunan jumlah muzakki serta turunnya penghimpunan dana. Sebagaimana di dunia komersil ini, promosi dalam *fundraising* yang diterapkan LAZIS Madani Kota Tegal mengarah kepada bagaimana menjangkau seluas-luasnya segmen pasar yang ditargetkan melalui beragam media komunikasi, dengan keterbatasan yang ada. Terlebih di dunia *fundraising*, keterbatasan ini lah yang membuat setiap upaya promosi perlu dirancang dengan seksama dan membutuhkan kreativitas. Penggunaan media massa (internet) seperti whatsapp, instagram, dan facebook, juga penggunaan media luar ruang seperti spanduk, poster, dan flyer, pendekatan langsung seperti *event*, kunjungan muzakki, dan gerai zakat. Ketersediaan budget juga sangat menentukan strategi penggunaan media komunikasi yang akan dipilih lembaga.

5. Proses penghimpunan

Latar belakang yang heterogen dari masing-masing calon muzakki menjadi hal yang perlu diingat oleh amil, karena dengan memahami latar belakang calon muzakki dapat memahami amil akan karakteristik calon muzakki yang berbeda-beda. LAZIS Madani Kota Tegal tidak hanya bertugas

sebagai lembaga perantara antara muzakki dengan mustahik. Namun, LAZIS Madani Kota Tegal menjalankan perannya sebagai lembaga dakwah, di mana mereka dituntut untuk berperan aktif dalam menyebarkan nilai-nilai berzakat yang didalamnya terkandung nilai-nilai keimanan, ketaqwaan, dan sosial. Banyaknya muzakki yang kehilangan pekerjaannya selama masa pandemi *covid-19* di tahun 2020, mengakibatkan mereka tidak mampu untuk membayar zakat karena harus terlebih dahulu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini berdampak pada jumlah muzakki yang dihimpun oleh LAZIS Madani Kota Tegal. Muzakki yang berhasil dihimpun oleh LAZIS Madani Kota Tegal pada tahun 2020 hanya mencapai 613 orang, jumlah ini menurun 1,44% dari total muzakki di tahun sebelumnya.

6. Pelayanan donatur (pra, proses, pasca)

LAZIS Madani Kota Tegal melakukan pelayanan yang baik kepada muzakki diantaranya menyediakan pelayanan langsung di kantor LAZIS Madani Kota Tegal, membuka gerai zakat di tempat-tempat strategis serta memberikan brosur yang berisikan program-program yang ditawarkan, alamat kantor dan nomor layanan zakat. Muzakki bebas berkonsultasi dengan amil mengenai permasalahan seputar zakat. LAZIS Madani juga siap menghitung nominal zakat muzakki jika muzakki belum mengetahui berapa nominal zakat yang harus dikeluarkan. Lembaga dalam memberikan pelayanan yang transparan sehingga bisa menciptakan kepuasan bagi muzakki, yang nantinya akan timbul suatu loyalitas yang sangat besar sehingga akan semakin banyak zakat yang diperoleh dan akhirnya disalurkan kepada para mustahik. Keterlibatan muzakki dalam setiap acara juga memberikan dampak positif bagi lembaga untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari muzakki.

Memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, kesigapan *customer service* LAZIS Madani Kota Tegal dalam melayani muzakki dibuktikan dengan menyediakan nomor telepon yang mudah dihubungi kepada muzakki. Nomor telepon ini dapat ditemukan di brosur, spanduk, dan *standing banner* LAZIS Madani Kota Tegal. Kemudian, dalam kemudahan dalam pembayaran

zakat, LAZIS Madani Kota Tegal menyediakan kuitansi pembayaran untuk pembayaran zakat secara langsung dan memiliki nomor rekening untuk pembayaran zakat secara daring (*online*) baik melalui Bank, ATM (*SMS banking*, *Internet banking*, dan *Mobile banking*).

7. Publikasi donasi

Keuangan LAZIS Madani Kota Tegal telah dipublikasikan kepada para muzakki melalui via whatsapp. Semua ini dilakukan agar LAZIS Madani Kota Tegal selalu mendapat kepercayaan. Karena dengan hal tersebut, dapat mewujudkan tujuannya. Tanpa adanya *trust* dan dukungan dari masyarakat maka lembaga ini tidak memiliki makna apa-apa.

8. Pertanggungjawaban

Seluruh kegiatan dan keuangan LAZIS Madani Kota Tegal dipertanggungjawabkan kepada pengurus, payung hukum yaitu IZI (Inisiatif Zakat Indonesia), dan kepada muzakki.

9. Evaluasi program

LAZIS Madani Kota Tegal melakukan evaluasi program setiap 6 bulan sekali guna mengetahui berhasil atau tidaknya dari terlaksananya program-program yang sudah dibuat, serta untuk pengambilan keputusan dan kebijakan lembaga untuk ke depannya.

Menurut pandangan penulis, LAZIS Madani Kota Tegal dalam melaksanakan proses strategi *fundraising* zakat sudah sesuai dengan langkah-langkah yang disebutkan oleh Sani yang terangkum dalam 4 strategi *fundraising* yakni membuat program, mempresentasikan program, menghimpun dana dan menghimpun muzakki serta mempertahankan muzakki. Seperti yang disampaikan oleh ketua LAZIS Madani Kota Tegal sekaligus *fundraiser* yaitu Ibu Atfaliyah, bahwa LAZIS Madani Kota Tegal pada tahun 2020 sudah berupaya menggait muzakki ritel dan *corporate* dengan melakukan kunjungan muzakki, mempresentasikan program kegiatan, bersilaturahmi baik secara langsung ataupun melalui via whatsapp serta meyakinkan mereka untuk berzakat. Di sisi lain, masih ada kekurangan pada lembaga dalam melakukan proses-proses

tersebut yang menyebabkan sebagian dari mereka tidak teguh pendirian menjadi muzakki, mereka juga ada yang menghiraukannya begitu saja karena kondisi perekonomian dari mereka yang masih belum stabil dan memilih mundur untuk menjadi muzakki. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya dana zakat yang terkumpul, yakni hanya sebesar Rp 231.858.382 pada tahun 2020.

Sehingga untuk dapat mengoptimalkan potensi muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal diperlukan strategi *fundraising* yang tepat dan efektif. Menurut hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat 4 (empat) strategi *fundraising* di LAZIS Madani Kota Tegal, meskipun pada kenyataannya ke 4 (empat) strategi *fundraising* tersebut belum mampu menyerap potensi muzakki yang ada. Hal ini terjadi akibat kurang efektifnya strategi *fundraising* untuk meningkatkan jumlah muzakki yang dijalankan oleh lembaga serta kurangnya pengawasan dari pihak LAZIS Madani Kota Tegal terhadap proses kegiatan *fundraising* selama tahun 2020.

Penunaian berzakat membawa kebermanfaatannya tersendiri bagi muzakki yang melaksanakannya, seperti yang dikatakan Al-Qaththani (2018: 50-53), bahwa manfaat berzakat diantaranya yakni:

- a) Menyempurnakan keislaman seorang hamba. Karena zakat adalah salah satu rukun Islam. Jika seorang hamba menunaikan zakatnya, maka keislamannya sempurna. Kesempurnaan agama merupakan tujuan mulia yang diharapkan setiap muslim, sebab setiap mukmin akan berusaha menyempurnakan agamanya.
- b) Terwujudnya ketaatan dengan melaksanakan perintah Allah, mengharap pahala-Nya, takut dari adzab-Nya, dan berharap akan ridha-Nya.
- c) Mempererat jalinan kasih sayang antara orang kaya dan orang miskin. Karena tabiat jiwa manusia cenderung mencintai orang yang berbuat baik kepadanya.
- d) Menyucikan dan membersihkan jiwa dari penyakit hati
- e) Zakat melapangkan dada orang yang menunaikannya. Seorang muslim, jika dia berbuat baik kepada sesama makhluk dan memberi manfaat dengan memberikan sebagian harta bagi mereka dan dengan berbagai jenis kebaikan, maka dadanya pun menjadi lapang.

- f) Mencegah harta dari kerusakan dan mensucikan harta.
- g) Menunaikan zakat adalah bentuk ungkapan rasa syukur atas nikmat Allah. Mensyukuri nikmat menyebabkan nikmat itu bertambah.
- h) Menunaikan zakat dan bersedekah ialah solusi terbaik guna memenuhi berbagai kebutuhan, menghilangkan kesusahan, serta menutupi kekurangan dan kehinaan di dunia dan di akhirat.

B. Muzakki Sebagai Donatur (Sumber Pendanaan)

Sebagai upaya penyaluran dana muzakki kepada mustahik, dalam pelaksanaannya untuk mempermudah menjalankan *fundraising*, LAZIS Madani Kota Tegal menggunakan 2 (dua) metode *fundraising*, yaitu *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Metode-metode ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan dan membantu perekonomian masyarakat khususnya di wilayah Kota Tegal.

Metode *fundraising* yang pertama adalah metode langsung (*direct fundraising*), ialah metode yang melibatkan muzakki secara langsung, atau dengan kata lain, muzakki melakukan transaksi secara langsung dengan amil. Ketika melakukan *fundraising*, LAZIS Madani Kota Tegal selain bekerja secara tim mereka juga selalu menargetkan dana yang harus terkumpul. Mereka juga mempunyai program kunjungan muzakki sebagai bentuk silaturahmi yang wajib dilaksanakan oleh amil. Hal ini juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dan kelayaitasan muzakki untuk terus menyalurkan zakatnya kepada lembaga, mereka juga tak segan mengajak sanak saudara serta teman untuk ikut bergabung di LAZIS Madani Kota Tegal.

Selain itu, LAZIS Madani Kota Tegal memberikan pelayanan langsung baik di kantor ataupun layanan jemput zakat kepada calon muzakki. Jika ada calon muzakki yang tidak bisa datang langsung ke kantor untuk menyalurkan zakatnya, maka amil siap untuk melakukan layanan jemput zakat. Di sini, amil juga akan memberikan informasi-informasi *ter-update* tentang program-program lembaga, tujuannya agar calon muzakki mengetahui lebih dalam LAZIS Madani Kota Tegal.

Sementara itu, metode yang kedua adalah metode tidak langsung (*indirect fundraising*), ialah metode yang tidak melibatkan muzakki secara langsung dengan amil, atau dengan kata lain, metode ini menggunakan perantara sebagai alat transaksi. Tak mau ketinggalan dengan lembaga pengelola zakat lainnya, LAZIS Madani Kota Tegal juga memanfaatkan teknologi yang sudah sangat maju ini, yaitu seperti pembayaran zakat secara daring (*online*) yang ditujukan kepada calon muzakki yang jauh sehingga ia tidak bisa datang langsung ke kantor. Juga mempermudah calon muzakki untuk menyalurkan zakatnya di tengah pandemi *covid-19*, di mana masyarakat harus tetap menjunjung tinggi protokol kesehatan seperti menjauhi kerumunan dan menjaga jarak minimal 1,5 meter ketika sedang berbicara dengan orang lain.

Adapun *broadcast whatsapp* dilakukan setiap 1 (satu) kali dalam seminggu setiap hari jum'at yang berisikan tausyah dan meme nasihat sebagai pengingat dan kegiatan penyebaran pesan dakwah kepada muzakki, mereka juga bisa menitipkan do'a untuk keluarga, do'a untuk diri sendiri, bahkan do'a untuk kaum muslimin dan muslimat di LAZIS Madani Kota Tegal karena di sini mempunyai wadah layanan titip do'a yang terbuka untuk para muzakki.

Dalam mengelola keuangan perlu diperhatikan, di mana semua pemasukan dan pengeluaran harus tercatat rapi. Pemahaman terhadap pengelolaan dana yang semakin meningkat membawa pengaruh dalam pengelolaan yang lebih amanah dan bertanggung jawab. LAZIS Madani Kota Tegal melakukan pengelolaan keuangan secara berkala, melakukan audit internal untuk menuju audit eksternal yang lebih aman. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan formula pengelolaan dana yang semakin lama semakin membaik dan tentunya mendapatkan kepercayaan muzakki dan masyarakat luas. Dengan harapan, semakin banyak muzakki dan semakin besar pula jumlah donasi yang diperoleh.

Transparansi dalam penerimaan dana zakat sangatlah penting untuk mengetahui jumlah muzakki yang menyalurkan zakatnya. Jumlah dari hasil *fundraising* zakat sejak tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 menunjukkan LAZIS Madani Kota Tegal mengalami penurunan, yaitu Rp 235.250.400 pada tahun 2019, sedangkan pada tahun 2020 Rp 231.858.382. Lembaga banyak

mengalami penurunan pada muzakki *corporate* dibandingkan dengan muzakki ritel. Menurunnya angka muzakki ini dalam perjalanannya, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi upaya peningkatan muzakki sehingga menjadi menurun animo partisipasinya. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Terjadinya pandemi *covid-19* yang membuat aktivitas masyarakat terbatas sehingga proses penjangkaran calon muzakki menjadi terhambat, juga banyak muzakki yang mengalami gulung tikar
2. Keterbatasan anggota kepengurusan yang berdampak pada pelaksanaan program dan kegiatan promosi lembaga sehingga proses penjangkaran calon muzakki menjadi sulit dilaksanakan.
3. Belum optimalnya proses monitoring dan evaluasi kegiatan yang dilakukan para amil sehingga muzakki yang sudah terdaftar pada tahun 2019 memutuskan untuk berhenti di tahun 2020.

Dari dana-dana yang telah dihimpun tersebut, selanjutnya akan dibagikan kepada para mustahik yang membutuhkan. Sebanyak 7.206 mustahik telah menerima bantuan dari LAZIS Madani Kota Tegal pada tahun 2020. Mereka di golongan menjadi 5 bidang, dengan rincian sebagai berikut:

1. Bidang pendidikan, disalurkan kepada 46 pelajar dari keluarga yang kurang mampu, dengan tujuan, supaya mereka dapat menerima dengan mudah akses ilmu agama dan ilmu sosial serta memberikan semangat belajar untuk mencapai cita-citanya.
2. Bidang dakwah, disalurkan kepada 83 da'i, mereka berprofesi sebagai guru TPQ (Taman Pendidikan Al-Qur'an) dengan tujuan untuk terus semangat menebarkan ilmu agama Islam di masyarakat.
3. Bidang ekonomi, program pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi produktif yang dikelola secara sistematis, intensif dan berkesinambungan. Mereka (para mustahik) diberi dana, keterampilan dan wawasan seputar wirausaha, pembinaan akhlak dan karakter untuk mencetak mustahik mandiri madani. Seperti menjual gorengan, pelatihan menjahit, dan servis handphone. Dalam programnya sudah ada 5 orang yang telah diberdayakan.

4. Bidang sosial, program di bidang ini berupa bantuan layanan tanggap darurat bagi korban bencana alam seperti pemberian kebutuhan pokok, pemulihan trauma, program layanan kesehatan bagi masyarakat berupa pengobatan gratis. Total penerima manfaat di bidang ini adalah 918 orang.
5. Peduli yatim, salah satu program wajib ini bertujuan untuk pemberian kebutuhan anak-anak yatim, seperti perlengkapan sekolah. Pada tahun 2020, LAZIS Madani Kota Tegal berhasil menyantuni anak yatim sebanyak 6.154 orang yang tersebar di Kota dan Kabupaten Tegal.

Preferensi calon muzakki dalam menyalurkan dana zakat di LAZIS Madani Kota Tegal sangat bervariasi, karena setiap muzakki memiliki pilihan dan keinginan yang berbeda-beda. Namun secara umum, hal ini dapat diperoleh berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi dasar pertimbangan untuk pemilihan tempat penyaluran dana zakat bagi calon muzakki. Adapun faktor-faktor internal tersebut adalah sebagai berikut:

1. Persepsi calon muzakki

Munculnya rasa aman ketika melakukan pembayaran melalui LAZIS Madani Kota Tegal yang dipercaya dibuktikan dengan program-program yang ditawarkan

2. Pengetahuan dan pemahaman calon muzakki mengenai program-program lembaga

Salah satu dorongan untuk memutuskan kemana mereka akan membayarkan zakatnya, calon muzakki harus mempunyai pengetahuan dan pemahaman akan program-program yang ditawarkan oleh lembaga amil zakat. Dalam hal ini, LAZIS Madani Kota Tegal melakukan presentasi program dengan sebaik mungkin agar calon muzakki memutuskan untuk membayarkan zakatnya di sini.

3. Pengalaman pribadi calon muzakki

Terakhir adalah faktor pengalaman pribadi, terjadi ketika calon muzakki pernah mengalami sesuatu sehingga dapat menjadi pembelajaran bagi dirinya sendiri. Faktor ini selanjutnya mengantarkan calon muzakki mengetahui

secara langsung lembaga melakukan penyaluran dana zakat ke tempat yang membutuhkan.

Selain dari faktor internal yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah muzakki, LAZIS Madani Kota Tegal memiliki beberapa faktor eksternal yakni:

1. Kompetensi lembaga

Didalamnya terkait pembayaran zakat melalui lembaga amil zakat dan citra lembaga. Banyaknya lembaga pengelola zakat yang berada di Kota Tegal menjadi sebuah tantangan dalam proses penghimpunan dana dan muzakki LAZIS Madani Kota Tegal.

2. Kemudahan membayar zakat dalam hal ini apakah calon muzakki merasa termudahkan ketika akan membayar zakat melalui LAZIS Madani Kota Tegal seperti pelayanannya cepat atau tidak, ditambah dengan layanan jemput zakat serta layanan daring (*online*) yaitu transfer, dengan transfer calon muzakki tidak perlu repot-repot untuk datang ke kantor LAZIS Madani Kota Tegal.

3. Akuntabilitas dan transparan. Dalam faktor akuntabilitas dan transparan ini, LAZIS Madani Kota Tegal menerbitkan laporan keuangan sebagai bentuk pelaporan kepada muzakki serta bentuk pertanggung jawaban lembaga.

4. Lokasi. Faktor ini menduduki kursi penting dalam pemilihan tempat penyaluran dana zakat karena penempatan lokasi lembaga amil zakat yang strategis dapat memudahkan untuk dijangkau dari segala penjuru wilayah sehingga muzakki merasa nyaman, didukung dengan tempat parkir yang luas serta tingkat keamanan yang tinggi membuat muzakki tenang untuk meninggalkan kendaraannya dengan waktu yang lama.

Keseluruhan faktor-faktor tersebut dapat dijadikan pegangan bagi calon muzakki untuk memutuskan memilih tempat penyaluran harta zakat yang dimilikinya. Langkah terakhir yang dilakukan oleh LAZIS Madani Kota Tegal yaitu dengan melakukan evaluasi strategi. Tahapan ini berfungsi untuk menilai apakah strategi yang dijalankan itu berhasil atau tidak serta bisa menjadi tolak ukur strategi berikutnya. Dalam pelaksanaannya, LAZIS Madani memiliki kegiatan evaluasi setiap 6 bulan dan evaluasi kegiatan keseluruhan yang diadakan satu tahun sekali.

Dalam pelaksanaan suatu strategi dalam lembaga pengelola zakat, pasti ada faktor pendukung serta faktor penghambat. Berdasarkan hasil penelitian di LAZIS Madani Kota Tegal, penulis menganalisis pada strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah muzakki menggunakan analisis *SWOT* seperti menurut Rangkuti (2018: 18), berpendapat bahwa *SWOT* adalah singkatan dari lingkungan internal *strength* dan *weakness* serta lingkungan eksternal *opportunity* dan *threat* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis *SWOT* membandingkan antara faktor eksternal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor internal peluang (*opportunity*) dengan ancaman (*threat*), sebagai berikut:

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. LAZIS Madani Kota Tegal sebagai yayasan berbadan hukum, memiliki legalitas formal sebagai mitra penghimpunan dan mitra salur zakat sebagai aktivitas lembaga tersebut sah menurut Undang-undang Republik Indonesia dan mempunyai struktur kepengurusan.
- b. Guna memudahkan para muzakki agar dapat membayar zakat dan konsultasi secara langsung dengan amil LAZIS Madani Kota Tegal memiliki bangunan kantor yang strategis.
- c. Loyalitas pengurus. LAZIS Madani Kota Tegal memiliki pengurus yang loyal dalam melayani para calon muzakki dan para muzakki dengan slogan “memudahkan, dimudahkan”.
- d. Program kegiatan, dengan memberikan program kegiatan kepada para calon muzakki dan muzakki bertujuan untuk memberdayakan atau mensejahterakan mustahiq, mendapatkan kepercayaan muzakki serta menambah jumlah muzakki.
- e. Menjalin *MoU* atau kerja sama dengan pihak lain seperti perusahaan, tokoh masyarakat dalam rangka mensukseskan program kegiatan LAZIS Madani Kota Tegal.
- f. Pendistribusian dana zakat yang terkumpul disalurkan secara adil dan terprogram.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Minimnya pengurus. LAZIS Madani Kota Tegal hanya memiliki 3 pengurus saja, ini menjadi salah satu kelemahan lembaga apalagi dalam kegiatan *fundraising* mereka seringkali *double job* dikarenakan tidak memiliki tim khusus *fundraising*.
- b. Latar belakang pendidikan pengurus yang berbeda dan bukan berasal dari bidang ZISWAF, hal ini wajib dipelajari oleh setiap pengurus untuk mempelajari tentang ZISWAF.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Mayoritas masyarakat Tegal beragama Islam, ini dapat menjadi peluang bagi LAZIS Madani Kota Tegal dalam mensosialisasikan dan mengajak masyarakat untuk berzakat.
- b. Kesadaran masyarakat akan berzakat terus bertambah karena adanya peran dari tokoh agama yang menyuarakan berzakat serta banyaknya manfaat yang didapatkan ketika berzakat.
- c. Dukungan dari banyak pihak seperti pemerintah daerah dan tokoh masyarakat untuk mensosialisasikan dan mempromosikan LAZIS Madani Kota Tegal juga program kegiatan yang ada di dalamnya.
- d. Teknologi yang sudah semakin maju. Pemanfaatan teknologi sebagai alat bertukar informasi memberikan kemudahan bagi LAZIS Madani Kota Tegal menggait calon muzakki.

4. *Threat* (Ancaman)

- a. Banyaknya lembaga pengelola zakat yang berada di Kota Tegal menjadi sebuah tantangan dalam proses penghimpunan dana dan muzakki LAZIS Madani Kota Tegal.
- b. Belum meratanya pemahaman informasi seputar zakat di masyarakat menjadi hambatan bagi LAZIS Madani Kota Tegal dalam proses menghimpun muzakki.
- c. Pandemi yang belum kunjung usai di mana banyak kebijakan pemerintah dan perubahan aturan yang sewaktu-waktu dapat berubah, menjadikan

LAZIS Madani Kota Tegal kesulitan dalam pelaksanaan proses kegiatan *fundraising*.

Evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *SWOT* supaya mudah mengidentifikasi berbagai macam faktor dalam perancangan strategi pada lembaga atau organisasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya mengenai strategi *fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal dalam peningkatan jumlah muzakki tahun 2020, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Muzakki Sebagai Mad'u Dakwah

LAZIS Madani Kota Tegal sebagai lembaga nirlaba yang bergerak dalam kegiatan penghimpunan, pengelolaan, dan ZISWAF baik perseorangan, kelompok atau instansi sudah menunjukkan langkah yang strategis dalam *fundraising*. Hal ini bisa dilihat dari dengan adanya visi misi dan program-program yang menarik untuk ditawarkan kepada calon muzakki. LAZIS Madani Kota Tegal mempunyai 4 (empat) strategi *fundraising* yang telah dilakukan yakni:

- a) Membuat program yang menarik, yang memiliki daya tarik untuk kemudian bisa mendapatkan perhatian lebih dari muzakki.
- b) Mempresentasikan program kepada calon muzakki ritel dan calon muzakki *corporate* sesuai prosedur yang telah ditetapkan, seperti mengajukan surat izin, membawa proposal, dan membawa brosur.
- c) Menghimpun dana serta memahami karakteristik muzakki dengan baik agar bisa tepat sasaran dan membuahkan hasil yang diharapkan.
- d) Mempertahankan muzakki dengan cara memberikan pelayanan terbaik kepada muzakki dan melakukan pelaporan donasi serta menjalin silaturahmi.

2. Muzakki Sebagai Donatur (Sumber Pendanaan)

Transparansi dalam penerimaan dana zakat sangatlah penting untuk mengetahui jumlah muzakki yang menyalurkan zakatnya. Jumlah dari hasil *fundraising* zakat sejak tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 menunjukkan

LAZIS Madani Kota Tegal mengalami penurunan, yaitu Rp 235.250.400 dengan 741 orang pada tahun 2019, sedangkan pada tahun 2020 Rp 231.858.382 dengan jumlah muzakki 613 orang. Hal ini menjadikan LAZIS Madani Kota Tegal tidak mengalami kenaikan jumlah muzakki pada tahun 2020. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

- a) Terjadinya pandemi *covid-19* yang membuat aktivitas masyarakat terbatas sehingga proses penjangkaran calon muzakki menjadi terhambat, juga banyak muzakki yang mengalami gulung tikar.
- b) Keterbatasan anggota kepengurusan yang berdampak pada pelaksanaan program dan kegiatan promosi lembaga sehingga proses penjangkaran calon muzakki menjadi sulit dilaksanakan.
- c) Belum optimalnya proses monitoring dan evaluasi kegiatan yang dilakukan para amil sehingga muzakki yang sudah terdaftar pada tahun 2019 memutuskan untuk berhenti di tahun 2020.

Strategi fundraising yang telah dibuat dan dilaksanakan oleh LAZIS Madani Kota Tegal dalam peningkatan jumlah muzakki tahun 2020 dapat dikatakan belum maksimal, karena mereka tidak memiliki strategi khusus dalam meningkatkan jumlah muzakki di tengah pandemi *covid-19*. Jumlah muzakki pada tahun 2020 mengalami penurunan 1,44% dari tahun 2019.

B. Saran

Berdasarkan uraian pembahasan terkait strategi *fundraising*, peneliti memberikan saran-saran kepada LAZIS Madani Kota Tegal sebagai berikut:

1. Untuk menjalankan operasional, LAZIS Madani Kota Tegal harus terus memaksimalkan dan mengembangkan potensi yang sudah ada serta menambah dan meningkatkan sumber daya manusia dengan harapan semakin solid dan efektif dalam menjalankan kegiatan *fundraising*.
2. Dapat mengoptimalkan penghimpunan baik penghimpunan dana maupun penghimpunan muzakki di masa pandemi dengan meningkatkan hubungan kerja sama dengan berbagai instansi atau *corporate* swasta maupun pemerintah, serta tetap menjalin silaturahmi dengan muzakki ritel.

3. LAZIS Madani Kota Tegal harus tetap konsisten mempertahankan kepercayaan dan kelayakan muzakki serta tetap menjadi lembaga pengelola zakat yang amanah dan transparan.
4. LAZIS Madani Kota Tegal ke depannya, diharapkan mampu memperbaiki administrasi khususnya rekapitan data jumlah muzakki berdasarkan usia fokus di rentan usia lebih diperjelas, berdasarkan pekerjaan seperti jumlah muzakki yang PNS berapa dan Non-PNS berapa, serta berdasarkan wilayah seperti 1 (satu) kecamatan ada berapa muzakki.
5. Memanfaatkan media sosial guna mempromosikan lembaga sehingga masyarakat secara luas dapat mengenal lebih banyak tentang LAZIS Madani Kota Tegal.

C. Penutup

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penelitiannya dengan baik. Tentunya skripsi ini masih terdapat kekurangan dan membutuhkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Shiddieqy, T.M. Hasbi. 2006. *Pedoman Zakat*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra. Cet ke-11, edisi ke-2.
- Al-Qaththani, Sa'id bin Wahf. 2018. *Ensiklopedia Zakat*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i. Cet ke-1.
- Choliq, Abdul. 2015. *Strategi Penggalangan Dana (Fundraising)*. Semarang: RnD Media. Cet ke-1.
- Ghofur, Abdul. 2018. *Tiga Kunci Fundraising*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hafidhuddin, Didin dan Ahmad Juwaeni. 2006. *Membangun Peradaban Zakat*. Jakarta: IMZ.
- Huda, Nurul dan Mohammad Heykal. 2013. *Lembaga Keuangan Islam (Tinjauan Teoritis dan Praktis)*, Jakarta: Kencana. Cet ke-2.
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J. 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Application*, Singapore: Mc. Grow-Hill, Inc.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Norton, Michael. 2002. *Menggalang Dana*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Qardhawi, Yusuf. 2010. *Hukum zakat*, diterjemahkan Salman Harun, dkk. Jakarta: Pustaka litera Antar Nusa.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Cet Ke-24.
- Sani, M. Anwar. 2010. *Jurus Menghimpun Fulus, Manajemen Zakat Berbasis Masjid*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Supadie, Didiek Ahmad. 2015. *Studi Islam II*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zamroni. 2007. *Pendidikan Demokrasi Transisi*. Jakarta: PSAP.

Artikel Jurnal

- Denny, Theresia Widyaratna dan Filisia Chandra. 2001. "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris". Hlm 85-95.

- Fazri, Pipit Puji Noor. 2017. "Analisis Penerapan Strategi *Fundraising* BAZNAS Kabupaten Sumedang dalam Meningkatkan Kesadaran Muzakki Melalui Lembaga Pengelola Zakat". Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam. Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Hlm 1-14.
- Faradis, Jauhar, dkk, 2015. "Manajemen *Fundraising* Wakaf Produktif: Perbandingan Wakaf Selangor (PWS) Malaysia dan Badan Wakaf Indonesia". *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, Vol. 49 No 2. Hlm 500-518.
- Hariyanto. 2018. "Relasi Kredibilitas Da'i dan Kebutuhan Mad'u Dalam Mencapai Tujuan Dakwah". *Jurnal UIN Sunan Kalijaga*, Vol. 16, No. 2. Hlm 61-82.
- Marwantika, Asna Istya. 2019. "Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia". *Jurnal al-Adabiya*, Vol. 14 No 01. Hlm 1-14.
- Nuriyanto, Elok. 2020. "Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe *Two Stay Two Stray* (TSTS) Pada Siswa SMP". *Jurnal Suluh Edukasi*, Vol. 01 No. 1 Maret 2020. Hlm 101-120.
- Pagappong, Yandry. 2015. "Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janan Ilir Samarinda Seberang". *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Hlm 1-11.
- Ridwan, Murtadho. 2016. Analisis Model *Fundraising* Dan Distribusi Dana Zis Upz Desa Wonoketingal Karanganyar Demak. *Jurnal STAIN Kudus*, Vol. 10, No. 2. Hlm 295-321.
- Rofiah Chusnul, Dwi Wahyuni. 2017. "Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang". *Jurnal EKSIS*, Vol 12, No 1 April 201. Hlm 69-82.
- Wantara, Pribanus. 2015. *The Relationships among Service Quality Customer Satisfaction, an Customer Loyalty in Library Service*. International Journal of Economics and Financial Issues.
- Yamali, Fakhrol Rozi, Ririn Noviyanti Putri. 2020. "Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia" *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. Hlm 384-388.

Internet dan sumber lainnya

Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

<https://tafsirweb.com/3070-quran-surat-at-taubah-ayat-54.html> diakses pada Senin, 14 Juni 2021 pukul 13.30 WIB.

<https://tafsirweb.com/3119-surat-at-taubah-ayat-103.html> diakses pada Senin, 14 Juni 2021 pukul 14.45 WIB.

- Ilyas, Muhammad Zainul. 2019. *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Daarut Tauhid Peduli (DT Peduli) Cabang Jakarta*. Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syarifhidayatullah: Jakarta.
- KBBI. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* [Online] Available at: <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Peningkatan> diakses pada 28 Mei 2021 pukul 10.02 WIB
- KBBI. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* [Online] Available at: <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Loyalitas> diakses pada 30 Mei 2021 pukul 16.17 WIB
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Syahrullah, Muhammad Anggi. 2018. “*Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*”. Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syarifhidayatullah: Jakarta.
- Syaifulloh, Muhammad Asep. 2020. *Strategi Fundraising Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ HARFA) Banten*. Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syarifhidayatullah: Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Waluyo, Sabar. 2016. *Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan Muzakki*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto: Purwokerto.
- Wulandari, Siti Aisyah. 2020. *Analisa Strategi Pengumpulan dan Pendayagunaan Zakat Dampaknya Terhadap Peningkatan Muzakki (Studi Kasus Pada LAZISNU Jember)*. Skripsi. Fakultas Dakwah. IAIN Jember: Jember.
- Yusuf, Rizka Yasin. 2018. *Strategi Fundraising Di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Walisongo Semarang: Semarang.
- Wawancara dengan Ibu Atfaliyah, selaku Ketua LAZIS Madani Kota Tegal, pada 23 Maret 2021, 03 Juli 2021, 31 Juli 2021, dan 21 Agustus 2021.

LAMPIRAN

Lampiran I

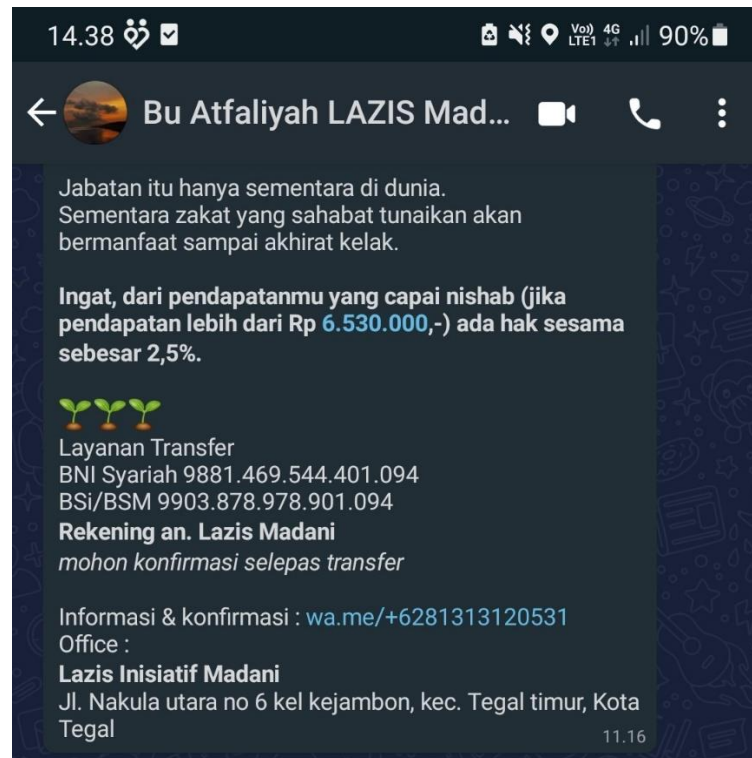
Lampiran 1.1 Tampak Depan Kantor LAZIS Madani Kota Tegal



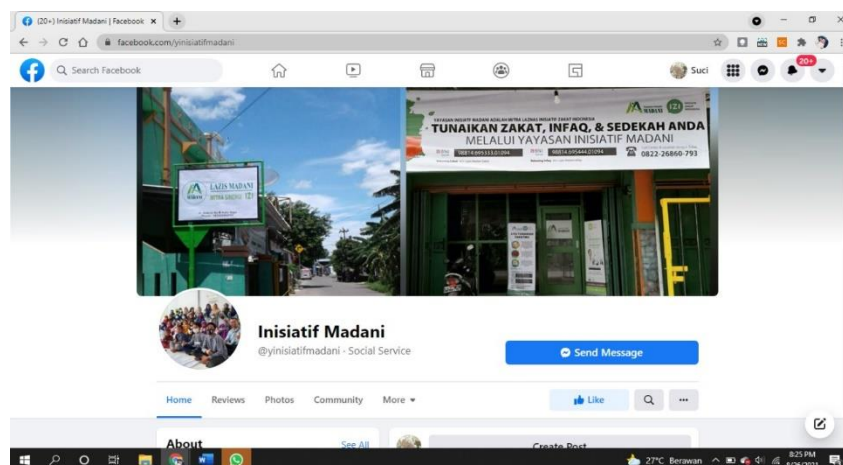
Lampiran 1.2 Tampak Dalam Kantor LAZIS Madani Kota Tegal



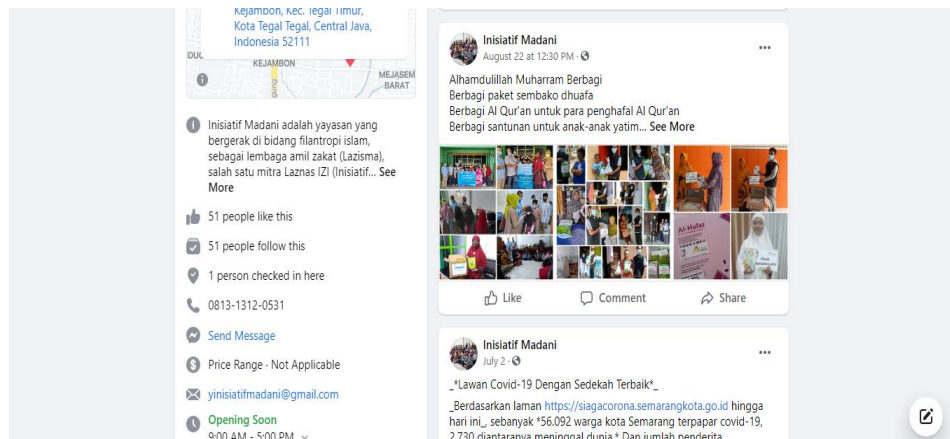
Lampiran 1.3 Tangkapan Layar *Broadcast* di Whatsapp



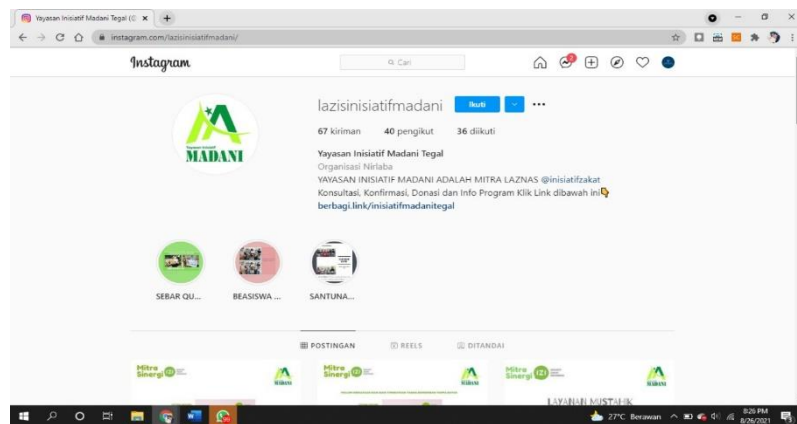
Lampiran 1.4 Tangkapan Layar Akun *Facebook* LAZIS Madani Kota Tegal



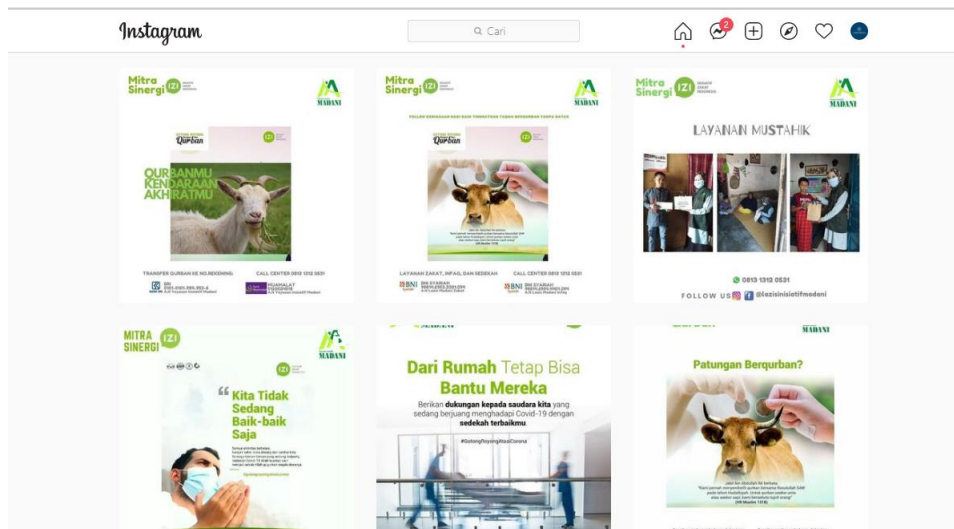
Lampiran 1.5 Tangkapan Layar Kegiatan LAZIS Madani Kota Tegal di Akun Facebook




Lampiran 1.6 Tangkapan Layar Akun Instagram LAZIS Madani Kota Tegal



Lampiran 1.7 Tangkapan Layar LAZIS Madani Kota Tegal di Akun Instagram



Lampiran 1.8 Formulir Pendaftaran Calon Muzakki di LAZIS Madani Kota Tegal

formulir donatur 

data diri

npwp npwp

nama name

tanggal lahir date of birth dd mm yyyy

email email

no handphone handphone number

no whatsapp whatsapp number

alamat rumah home address

data pekerjaan

pekerjaan job

jabatan position

alamat kantor office address

nominal zakat amount of zakat

rutin routine temporeri temporary

metode pembayaran zakat

tunai/empuk cash/empuk transfer/konfirmasi transfer/confirmation dibayar secara langsung paid directly

20

Lampiran 1.9 Laporan Jumlah Penerima Manfaat Januari-Desember 2020



Lampiran 1.10 Dokumentasi foto saat wawancara dengan Ketua dan Bendahara LAZIS Madani Kota Tegal



Lampiran II

HASIL WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya LAZIS Madani Kota Tegal?
 LAZIS Madani Kota Tegal lahir karena adanya kebijakan pusat dari 2 lembaga sebelumnya yaitu yayasan Pos Keadilan Peduli Umat (LKN PKPU) dan Lembaga Amil Zakat Nasional Inisiatif Zakat Indonesia (LAZNAS IZI). Kemudian, dengan berbagai kajian mendalam, maka pada tanggal 12 Februari 2019 melalui akta notaris di bentuk Yayasan Inisiatif Madani.
2. Apa payung hukum LAZIS Madani Kota Tegal?
 LAZIS Madani telah mendapat pengesahan dari Kementerian Hukum dan HAM RI melalui SK MENKUM HAM nomor AHU,002811,AH,01,04 tahun 2019 pada tanggal 21 Februari 2019 sebagai yayasan yang berbadan hukum.
3. Bagaimana struktur organisasi LAZIS Madani Kota Tegal?
 Sebagai Ketua LAZIS Madani ada Ibu Atfaliyah, sebagai bendahara ada Mba Lintang Amaliya, dan sekretaris ada Bapak Subihan Prasetyo.
4. Persoalan *fundraising* yang dialami lembaga zakat dalam tahun 2020 yang mana ini merupakan era pandemic. Persoalan yang dihadapi LAZIS Madani seperti apa? Baik internal dan eksternal?
 Ada 2 persoalan yang dihadapi oleh LAZIS yaitu dibagian internal dan eksternal. Dibagian internal salah satunya yaitu keterbatasan anggota kepengurusan yang berdampak pada pelaksanaan program dan kegiatan promosi lembaga. Sementara dibagian eksternal yaitu kita dihadapkan dengan pandemi *covid-19* yang datang tiba-tiba yang menyebabkan banyak muzakki yang mundur dari muzakki.
5. Mengapa peningkatan jumlah muzakki menjadi hal yang sangat penting di LAZIS Madani Kota Tegal?

Karena dengan meningkatnya jumlah muzakki dapat meningkatkan jumlah dana yang ada dan memberikan kesan positif untuk lembaga bahwa lembaga bisa dipercaya dan memiliki citra yang baik bagi muzakki.

6. Bagaimana upaya yang dilakukan LAZIS Madani Kota Tegal dalam meningkatkan jumlah muzakki di periode tahun 2020?

Kami membuat strategi fundraising, yaitu membuat program, mempresentasikan program, menghimpun muzakki dan *me-maintenance* muzakki.

7. Apa saja program pengumpulan dan layanan ZIS yang dibuat untuk menarik minat muzakki sehingga dapat menambah jumlah muzakki di setiap bulannya?

Program pengumpulannya dengan menawarkan program paket Ramadhan, santunan anak yatim. Layanan ZIS nya dengan jemput zakat, memberikan nomor rekening lembaga kepada muzakki.

8. Adakah syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi muzakki?

Tidak ada syarat khusus yang harus dipenuhi untuk menjadi muzakki di lembaga. Kita tetap berpedoman dengan syarat yang sudah ditetapkan saja.

9. Apakah yang menjadi muzakki hanya warga Kota Tegal saja? Atau bisa dari lain daerah?

Tidak hanya warga tegal saja, bisa dari warga daerah lain. Ada yang dari Brebes, Pemalang sampai Pekalongan.

10. Bagaimana upaya LAZIS Madani Kota Tegal untuk *me-maintenance* atau mempertahankan muzakki?

Kami melakukan pelaporan donasi rutin, melakukan sapa muzakki, memberikan informasi program terbaru dan *share flyer* nasihat.

11. Apakah muzakki dilibatkan dalam setiap kegiatan?

Ya, muzakki kami libatkan dalam setiap kegiatan.

12. Apakah LAZIS Madani mengalami kesulitan dalam mencari muzakki?

Ya, kami mengalami kesulitan dalam mencari muzakki di masa pandemi *covid-19*.

13. Berapa jumlah muzakki tahun 2020?

Pada tahun 2020 ada 613 orang sedangkan pada tahun 2019 ada 714 orang.

14. Berapa jumlah penghimpunan dana ZIS tahun 2020?

Pada tahun 2019 sebanyak Rp 235.250.400 sedangkan Rp 231.858.382 pada tahun 2020.

15. Berapa jumlah penerima manfaat tahun 2020?

7.206 orang.

16. Bagaimana grafik jumlah muzakki tahun 2020?

Grafiknya menurun (2019-2020).

17. Bagaimana hasil *fundraising* tahun 2020?

Jika dilihat dari grafik, maka dapat disimpulkan hasilnya menurun karena beberapa faktor.

18. Apakah ada data pembagian muzakki berdasarkan usia, wilayah dan pekerjaan?

Kalau berdasarkan wilayah dan pekerjaan tidak ada ya. Kalo berdasarkan usia ada yaitu produktif yang masih bekerja dan non-produktif ini yaitu pensiunan atau yang sudah tidak bekerja tapi masih punya penghasilan.

19. Kunjungan pengurus atau sapa muzakki yang didapat oleh donatur platinum diadakan setiap berapa kali dalam seminggu atau sebulan?

Sapa muzakki dilakukan sebulan sekali, donatur platinum ada tausiyah dan doa setiap hari jumat via WA melalui teks, juga ada meme nasihat yang dikirimkan melalui via WA.

20. Nama akun facebook dan Instagram LAZIS Madani Kota Tegal?

Untuk Facebook nama akunnya yakni Inisiatif Madani dan untuk Instagram nama akunnya adalah LAZIS Inisiatif Madani.

21. Adakah naskah yang rutin dikirimkan kepada muzakki?

Ya, ada naskah yang kami rutin kirimkan kepada muzakki.

22. Dalam perekrutan calon muzakki apakah ada formulir yang harus diisi terlebih dahulu?

Ya, ada, muzakki dipersilakan mengisi formulir.

Lampiran III

Lampiran 3.1 Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185

Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : B-1362/Un.10.4/K/PP.00.9/04/2021

Semarang, 26 April 2021

Lamp. : 1 (satu) bendel

Hal : **Permohonan Izin Riset**

Kepada Yth.
Kepala LAZIS Madani Kota Tegal
di Tegal

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Lung Ayu Jitapsari

NIM : 1701036102

Jurusan : Manajemen Dakwah

Lokasi Penelitian : LAZIS Madani Kota Tegal

Judul Skripsi : Strategi *Fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal dalam Peningkatan Jumlah Muzakki Tahun 2020

bermaksud melakukan riset penggalan data di LAZIS Madani Kota Tegal. Sehubungan dengan itu kami mohonkan izin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan

Kabag. TU

SITI BARARAH



Tembusan Yth.:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Lampiran 3.2 Surat Terima Riset

**LAZIS (LEMBAGA AMIL ZAKAT) MADANI
KOTA TEGAL**

Jl. Nakula, RT 003 RW 006 Kel. Kejambon, Kec. Tegal Timur, Kota Tegal

Tegal, 03 Januari 2022

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr Wb

Setelah membaca, sehubungan dengan surat yang kami terima yaitu surat permohonan izin riset dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang Jurusan Manajemen Dakwah, perihal izin melakukan penelitian dalam rangka pencarian informasi atau data pada Strategi *Fundraising* LAZIS Madani Kota Tegal dalam Peningkatan Jumlah Muzakki Tahun 2020 guna penyusunan skripsi, dengan ini kami menyetujui dan memberikan izin kepada:

Nama : Lung Ayu Jitapsari
NIM : 1701036102
Fak./Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
Universitas : UIN Walisongo Semarang

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian bapak/ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Tegal, 03 Januari 2022


**LAZIS Inisiatif
MADANI**
Atfalayah, S.H.
Kepala LAZIS Madani Kota Tegal,

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Lung Ayu Jitapsari
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 15 Januari 2000
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
NIM : 1701036102
Jurusan : Manajemen Dakwah
Alamat : Jl. Blimbing Gg. Klengkeng II No. 49D
RT 01 RW 04 Kelurahan Kraton, Kecamatan Tegal Barat, Kota Tegal
Nomor Handphone : +62 857-8698-5880
E-mail : januarijitapsari@gmail.com
Jenjang Pendidikan :

1. SD Ihsaniyah Gadjah Mada Kota Tegal lulus Tahun 2011
2. MTs Negeri Margadana Kota Tegal lulus Tahun 2014
3. MAN Kota Tegal lulus Tahun 2017
4. Menempuh Strata 1 di UIN Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2017

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya.

Tegal, 30 April 2021


Lung Ayu Jitapsari