ANALISIS STRATEGI DIGITALISASI DAN KEMITRAAN DALAM FUNDRAISING DANA ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN PATI

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Dalam Ilmu Ekonomi Islam

Disusun Oleh :

Ana Madinatul Ulum

2105026065

S1 EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Ana Madinatul Ulum

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Ana Madinatul Ulum

NIM : 2105026075

Jurusan : S1 Ekonomi Islam

Judul : Analisis Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan Dalam Fundraising Dana Zakat Infak Dan Sedekah Di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pati.

Dengan ini kami mohon kiranya skirpsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 30 Juni 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Ali Murtadho, M.Ag	**Arief Darmawan, M.Pd.**
NIP. 197108301998031003	**NIP. 198804222020121002**

PENGESAHAN

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama	: Ana Madinatul Ulum
NIM	: 2105026065
Jurusan	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	:"Analisis Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan Dalam Fundraising Dana Zakat, Infak, Dan Sedekah Di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pati"

Telah diujikan dalam siding munaqosyah oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal: 14 Juli 2025

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarja strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 18 Juli 2025

Ketua Sidang	Sekertaris Sidang
H. Ade Yusuf Mujadid, M.Ag.	**Dr. Ali Murtadho, M.Ag.**
NIP. 196701191998031002	**NIP. 197108301998031003**

Penguji Utama I	Penguji Utama II
Dr. Muyassarah, M.Si.	**Rabi'atul Adawiyah, M.Si.**
NIP. 197104292016012901	**NIP. 198911012019032008**

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Ali Murtadho, M.Ag.	**Arif Darmawan, M.Pd.**
NIP. 197108301998031003	**NIP. 198804222020121002**

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(Q.S Al – Baqarah : 286)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi cahaya dan pedoman hidup bagi seluruh umat manusia. Sebagai ungkapan syukur atas terselesaikannya karya ini, penulis dengan tulus hati mempersembahkannya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muhammad Judi Surawi dan Ibu Kusmini yang tidak pernah lelah mendoakan, mendukung, dan memberi kasih sayang tanpa batas. Terima kasih atas setiap tetes keringat, keikhlasan, dan pengorbanan yang tak mampu dibalas dengan apa pun. Doa dan restu kalian adalah kekuatan terbesar dalam setiap perjalanan hidup penulis.
2. Kepada adikku tercinta, Achmad Abinsa yang telah menjadi sumber semangat dan pengingat bahwa perjuangan ini bukan hanya tentang pencapaian pribadi, tetapi juga tentang memberi contoh dan harapan bagi generasi setelahku. Terima kasih atas doa, dukungan, dan keceriaan yang selalu menemani di sela-sela proses panjang ini.
3. Dosen pembimbing saya Dr. Ali Murtadho, M.Ag dan Arief Darmawan, M.Pd. yang telah membimbing saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada sahabat saya Meyra Indah Putri Imawati , Dian Sri Wardani, Lailatul Khsanah. yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan tulus, dan semangat yang senantiasa menguatkan dalam menghadapi proses panjang penyusunan skripsi ini.
5. Kepada Linda, Dhifa, Lusi, Nikma, Afi, Anita, terima kasih atas kehadiran, kebersamaan, serta dukungan yang tidak pernah putus selama proses penyusunan skripsi ini. Semangat, tawa, dan pengertian kalian menjadi bagian penting yang menguatkan penulis dalam menyelesaikan setiap tahapan perjalanan akademik ini.
6. Kepada diriku, Ana Madinatul Ulum,terima kasih telah bertahan, tidak menyerah saat lelah, dan terus percaya bahwa setiap proses memiliki nilai. Skripsi ini adalah bukti bahwa kerja keras, kesabaran, dan keyakinan pada diri sendiri mampu membawa hasil yang berartisela proses panjang ini.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya penulis sendiri yang sesungguhnya, tidak mengandung materi yang telah diterbitkan sebelumnya. Demikian pula skripsi ini tidak mengandung satu pun pemikiran orang lain kecuali pada informasi yang disajikan sebagai referensi bahan rujukan sesuai etika dalam kaidah keilmuan yang berlaku.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ana Madinatul Ulum
NIM	: 2105026065
Jurusan/Program Studi	: S1 Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

"Analisis Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan Dalam Fundraising Dana Zakat Infak Dan Sedekah Di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Pati"

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan penulisan saya sendiri, kecuali pada bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 30 Juni 2025

Yang menyatakan



Ana Madinatul Ulum

NIM.2105026065

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi memegang peranan penting dalam penulisan skripsi, terutama karena banyak istilah yang awalnya ditulis dalam huruf arab, seperti nama, judul buku, nama lembaga, dan lain-lain yang kemudian diterjemahkan ke dalam huruf latin. Oleh sebab itu, transliterasi diperlukan dalam memastikan konsistensi penulisan dalam skripsi adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vokal

Vokal dalam Bahasa Arab dapat seperti Bahasa Indonesia, yang terdiri dari vokal tunggal (monoftong) maupun vokal rangkap (diftong).

A. Vokal Tunggal

Vokal tunggal adalah bahasa arab yang dapat dilambangkan dengan harakat atau tanda transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ا َ	Fathah	A	A
ا ِ	Kasrah	I	I
ا ُ	Dhammah	U	U

B. Vokal rangkap

Vokal rangkap adalah bahasa arab yang dapat dilambangkan dengan lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Nama Latin	Nama
ي َ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

C. Maddah

Vokal panjang atau maddah bisa dilambangkan dengan harakat dan huruf, berikut adalah transliterasinya:

Huruf Arab	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ى ..... ا / ..... َ	*fathah* dan *alif* atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي ..... ِ	*kasrah* dan *ya*	Ī	i dan garis di atas

D. Syaddah atau *tasydid*

Untuk penulisan Bahasa Arab, *tasydid* diberi lambang dengan memakai tanda (ـّ). Sedangkan, transliterasi dalam huruf ada syaddahnya dibaca dengan pengulangan huruf (konsonan ganda).

E. *Ta marbūṭah*

Transliterasi dalam tulisan latin *ta marbūṭah* hidup dilambangkan dengan huruf "t". Sedangkan *ta marbūṭah* mati yang dibaca seperti harakat sukun transliterasinya dalam tulisan latin dilambangkan dengan huruf "h". Contohnya: الْمَدِيْنَةُ الْفَضِيْلَةُ: al-Madinatul al-fadhilah

F. Kata Sandang

Dalam bahasa arab, kata sandang dilambangkan dengan huruf الtransliterasinya dalam tulisan latin dilambangkan dengan huruf "al" dimana terpisah dengan kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung. Contohnya: اَلْبِلَادُ (al-biladu), اَلْقَمَرُ (al-Qamaru).

ABSTRAK

Zakat, infak, dan sedekah (ZIS) berperan penting dalam pengentasan kemiskinan dan mewujudkan keadilan sosial. Namun, optimalisasi penghimpunan dana ZIS masih menjadi tantangan, termasuk di Kabupaten Pati. Seiring perkembangan teknologi dan kompleksitas masyarakat modern, diperlukan strategi yang adaptif dan inovatif, baik dalam hal digitalisasi maupun kemitraan kelembagaan. BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat dituntut untuk mampu menjawab tantangan tersebut dengan pendekatan yang tepat dan kontekstual. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi digitalisasi dan kemitraan yang diterapkan BAZNAS Kabupaten Pati dalam meningkatkan fundraising ZIS serta mengidentifikasi tantangan dan peluangnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, BAZNAS Kabupaten Pati menggunakan strategi fundraising sesuai dengan konsep Sargeant, yaitu: (1) Strategi *dialogue fundraising*, (2) Strategi *corporate fundraising*, (3) Strategi *multichannel fundraising*, dan (4) Strategi *retention and development donor*. Hasil penerapan strategi tersebut menunjukkan bahwa sekitar 90% dana yang dihimpun berasal dari UPZIS, sedangkan sisanya berasal dari donatur perorangan. Hal ini disebabkan karena sosialisasi lebih difokuskan pada pembentukan dan penguatan UPZIS melalui strategi *dialogue fundraising*, yang diperkuat oleh kemitraan dengan lembaga-lembaga swasta dan instansi pemerintah serta didukung oleh PERBUP Nomor 75 Tahun 2021 tentang Pengelolaan ZIS pada ASN/PNS dan Pegawai BUMD yang bersifat wajib. Selain itu, penerapan strategi kemitraan juga mulai diarahkan untuk menjalin kerja sama yang berkelanjutan dengan pihak eksternal seperti rumah sakit KSH dalam rangka meningkatkan efektivitas penghimpunan ZIS. Meskipun pada penerapan strategi *corporate fundraising* dan *multichannel fundraising*, belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penghimpunan ZIS, namun strategi digitalisasi ini tetap menjadi bagian penting dari inovasi pelayanan dan komunikasi publik. Secara keseluruhan, BAZNAS Kabupaten Pati telah menunjukkan peningkatan penghimpunan dana ZIS dari tahun ke tahun, di mana strategi *dialogue fundraising* yang dipadukan dengan pendekatan kemitraan dan digitalisasi dinilai sebagai strategi yang paling efektif hingga saat ini.

Kata kunci: Strategi Fundraising, Digitalisasi, Kemitraan, Zakat, BAZNAS

ABSTRACT

Zakat, infaq, and sadaqah (ZIS) play a significant role in poverty alleviation and the realization of social justice. However, optimizing ZIS fundraising remains a challenge in many regions, including Pati Regency. In line with technological advancements and the complexity of modern society, adaptive and innovative strategies are required, particularly in terms of digitalization and institutional partnerships. BAZNAS, as the official zakat management body, is expected to respond to these challenges with appropriate and contextual approaches. This study aims to analyze the digitalization and partnership strategies implemented by BAZNAS Pati Regency in enhancing ZIS fundraising, as well as to identify the challenges and opportunities encountered. Based on the research findings, BAZNAS Pati employs fundraising strategies aligned with Sargeant's concept, namely: (1) dialogue fundraising, (2) corporate fundraising, (3) multichannel fundraising, and (4) donor retention and development. The implementation of these strategies shows that approximately 90% of the collected funds come from ZIS Collecting Units (UPZIS), with the remainder from individual donors. This is primarily due to a focused socialization on the formation and strengthening of UPZIS through dialogue fundraising strategies, supported by partnerships with private institutions and government agencies, as well as the enforcement of Regional Regulation (PERBUP) Number 75 of 2021 concerning mandatory ZIS management for civil servants and employees of regional-owned enterprises (BUMD). Moreover, partnership strategies are being directed towards sustainable collaborations with external parties, such as KSH Hospital, to improve ZIS fundraising effectiveness. Although the implementation of corporate and multichannel fundraising strategies, including the use of digital media, has not yet shown significant impact, digitalization remains an essential part of innovation in public services and communication. Overall, BAZNAS Pati Regency has shown annual growth in ZIS fundraising, with dialogue fundraising combined with partnership and digitalization approaches being considered the most effective strategy to date.

***Keywords**: Fundraising Strategy, Digitalization, Strategic Partnership, Zakat, BAZNAS*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan anugerah berupa berupa iman, Islam serta kesehatan. Tak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna syarat kelulusan.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dukungan, bantuan dan doa yang sangat berarti bagi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan kali ini dengan penuh kerendarahan hati dan rasa hormat penulis haturkan terima kasih kepada beliau:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Ferry Khusnul Mubarok, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Arief Darmawan, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Wahab, MM. selaku Wali Dosen selama menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi di kampus UIN Walisongo Semarang.
8. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan kontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini**,** khususnya kepada jajaran BAZNAS Kabupaten Pati yang telah membuka akses informasi, memberikan data yang dibutuhkan, serta bersedia meluangkan waktu untuk proses wawancara dan observasi. Dukungan, kerja sama, serta keterbukaan yang diberikan oleh para staf dan pimpinan BAZNAS Kabupaten Pati sangat berarti dalam menunjang kelancaran dan kedalaman penelitian ini.
9. Kedua orang tua, Bapak Muhammad Judi Surawi dan Ibu Kusmini, yang senantiasa memberi dukungan dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, mengingat adanya berbagai keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Semoga isi dari skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Semarang, 3 Juni 2025

Penulis,

Ana Madinatul Ulum

NIM.2105026065

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **i**
PENGESAHAN ..... **ii**
MOTTO ..... **iii**
PERSEMBAHAN ..... **iv**
DEKLARASI ..... **v**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **vi**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
KATA PENGANTAR ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Tinjauan Pustaka 9
F. Metodologi Penelitian 13
G. Sistematika Penulisan 20
BAB II KAJIAN TEORI **22**
A. Strategi Fundraising 22
1. Pengertian Strategi Fundraising 22
2. Tujuan Fundraising 23
3. Metode Fundraising 25
4. Bentuk Strategi Fundraising 26
B. Manajemen Zakat 29
1. Pengertian Manajemen 29
2. Pengertian Zakat, Infak dan Sedekah 31
3. Pengertian Manajemen Zakat 39
4. Pengawasan (Controlling) 40
C. Digitalisasi 41

1. Pengertian Digitalisasi 41
2. Fungsi dan Peran Teknologi Digitalisasi 43
3. Kunci Strategis Digitalisasi 44
D. Kemitraan 47
1. Pengertian Kepercyaan Kemitraan 47
2. Strategi Kemitraan 50
3. Prinsip Kemitraan 51
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 53
A. Gambaran Umum BAZNAS Kabupaten Pati 53
1. Sejarah Berdirinya BAZNAS Kabupaten Pati 53
2. Visi dan Misi BAZNAS Kabupaten Pati 54
3. Kondisi Geografis BAZNAS Kabupaten Pati 55
4. Struktur Organisasi 55
B. Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan Dalam Fundraising Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di BAZNAS Kabupaten Pati 62
1. Strategi Dialogue Fundraising 62
2. Strategi *Corporate Fundraising* 70
3. Strategi *Multichannel Fundraising* 74
4. *Strategi Retention and Development Donor* 79
BAB IV PEMBAHASAN 82
A. Analisis Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan Dalam Fundraising Dana ZIS Di BAZNAS Kabupaten Pati 82
B. Tantangan Dan Peluang Yang Di Hadapi BAZNAS Kabupaten Pati Dalam Pelaksanaan Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan 86
BAB V PENUTUP 92
A. Kesimpulan 92
B. Saran 92
DAFTAR PUSTAKA 95
LAMPIRAN 98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penerimaan Dana ZIS Kabupaten Pati 2

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi BAZNAS Kabupaten Pati 56
Gambar 3. 2 Akun Resmi Facebook BAZNAS Kabupaten Pati 76
Gambar 3. 3 Akun Resmi Facebook BAZNAS Kabupaten Pati 76

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara yang sedang mengalami proses pembangunan, Indonesia masih menghadapi tantangan serius terkait persoalan kemiskinan yang bersifat kompleks dan berakar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kemiskinan bukan hanya masalah sosial, tetapi juga memiliki hubungan yang erat dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ketika tingkat kemiskinan meningkat, kondisi ini cenderung memicu kesenjangan sosial yang lebih besar dan memperburuk ketimpangan pendapatan di antara penduduk. Akibatnya, masalah ini berdampak signifikan terhadap perlambatan pertumbuhan ekonomi, karena sumber daya manusia dan potensi ekonomi yang seharusnya mendukung pembangunan tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa mengatasi kemiskinan adalah langkah penting dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.[1]

Kabupaten Pati merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi umat melalui optimalisasi instrumen zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Potensi ini tidak hanya dilihat dari aspek geografis dan sektor ekonominya, tetapi juga dari jumlah penduduk yang besar dan dominasi usia produktif yang signifikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pati, pada pertengahan tahun 2024 jumlah penduduk Kabupaten Pati tercatat mencapai sekitar 1.370.821 jiwa**,** dengan komposisi usia produktif (15–59 tahun) mencapai 63,84% atau sekitar 880 ribu jiwa. Meskipun demikian, tingkat kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan masih menjadi tantangan serius. Persentase penduduk miskin pada Maret 2024 tercatat sebesar 9,17%**,** yang berarti masih terdapat lebih dari 116 ribu jiwa yang hidup di bawah garis kemiskinan.[2]

Namun demikian, meskipun Kabupaten Pati saat ini berada dalam zona hijau yang menandakan bahwa situasi sosial ekonomi daerah cenderung stabil dan membaik bukan berarti upaya penanggulangan kemiskinan dapat dihentikan atau dikendurkan. Justru sebaliknya, pemerintah daerah bersama dengan seluruh elemen masyarakat harus

[1] Richma Sholawati, Nilna Fauza, and Moch Zainuddin, "Pengelolaan Dana ZIS Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs)," *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 2 (2022): 522–41.

[2] bps kabupaten pati, "Profil Kemiskinan Kabupaten 2024," 6 januari 2025, n.d., https://patikab.bps.go.id/id/news/2025/01/06/977/profil-kemiskinan-kabupaten-pati-2024.html.

terus meningkatkan komitmen dan efektivitas program-program pemberdayaan masyarakat, peningkatan kualitas pendidikan, penciptaan lapangan kerja, serta distribusi bantuan sosial yang lebih tepat sasaran. Hal ini penting untuk memastikan bahwa angka kemiskinan terus menurun secara berkelanjutan dan tidak mengalami stagnasi atau bahkan peningkatan kembali akibat berbagai faktor eksternal, seperti krisis ekonomi, bencana alam, atau kondisi sosial lainnya. Dengan kata lain, penurunan angka kemiskinan di Kabupaten Pati harus dijadikan momentum untuk terus memperkuat strategi pembangunan yang berkeadilan dan inklusif. Pembangunan yang tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat, terutama mereka yang masih berada dalam garis kemiskinan atau rentan jatuh ke dalamnya.

Zakat memiliki potensi besar dalam mengatasi ketimpangan ekonomi jika dikelola secara efektif dan profesional. BAZNAS, sebagai lembaga resmi pengelola zakat di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011[3], memiliki tanggung jawab strategis dalam pengumpulan, pengelolaan, dan penyaluran dana ZIS.Di Kabupaten Pati, BAZNAS telah menunjukkan komitmennya melalui visi "Menjadi lembaga utama dalam menyejahterakan umat," serta menjalankan berbagai program seperti *Pati Makmur*, *Pati Cerdas*, *Pati Sehat*, *Pati Peduli*, dan *Pati Takwa.*[4]

Tabel 1. 1

Tabel Penerimaan Dana ZIS Kabupaten Pati

TAHUN	PENERIMAAN	
2016	Rp	878.806.101
2017	Rp	1.003.993.286
2018	Rp	2.395.418.027
2019	Rp	2.676.270.841
2020	Rp	5.450.322.531
2021	Rp	6.532.771.529
2022	Rp	8.724.227.732
2023	Rp	10.848.885.732
2024	Rp	12.624.782.446

Sumber : Data laporan Keuangan Baznas Kabupaten Pati

[3] Suhri Hanafi, Diana Mukti Wijiastuti, and Muhammad Syarif Nurdin, "Analisis Hukum Terhadap Pendistribusian Zakat Oleh Baznas Kota Palu Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2023): 9, https://doi.org/10.24235/jm.v8i1.12885.

[4] Data Dokumen BAZNAS Kabupaten Pati

Dapat dilihat dari tabel 1.1 Penerimaan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) oleh BAZNAS Kabupaten Pati mengalami tren peningkatan yang cukup signifikan selama sembilan tahun terakhir. Berdasarkan laporan keuangan resmi, total penghimpunan dana ZIS meningkat dari Rp878 juta pada tahun 2016 menjadi Rp12,6 miliar pada tahun 2024. Artinya, dalam kurun waktu kurang dari satu dekade, terjadi kenaikan dari sisi penerimaan dana ZIS. Capaian ini mencerminkan upaya BAZNAS dalam memperluas jangkauan layanan, membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ), serta meningkatkan sinergi dengan ASN dan mitra lembaga publik lainnya.

Apabila dibandingkan dengan potensi zakat yang dapat dihimpun berdasarkan jumlah penduduk dan kapasitas ekonomi masyarakat Kabupaten Pati, capaian realisasi ZIS masih tergolong rendah. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pati tahun 2024, jumlah penduduk Kabupaten Pati telah mencapai 1.370.821 jiwa**,** dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Komposisi penduduk ini menunjukkan potensi yang sangat besar dalam penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Apabila ditinjau lebih dalam, penduduk usia produktif (15–59 tahun) di Kabupaten Pati mencapai sekitar 63,84% dari total penduduk atau sekitar 875 ribu jiwa, yang sebagian besar telah memiliki penghasilan tetap maupun tidak tetap. Berdasarkan potensi tersebut, BAZNAS Republik Indonesia dalam laporan tahunan nasional menyebutkan bahwa potensi zakat secara nasional mencapai sekitar Rp327 triliun per tahun, sementara realisasi penghimpunan zakat secara nasional pada tahun 2023 baru mencapai Rp31 triliun, atau hanya sekitar 9,5% dari total potensi yang tersedia**.**[5]

Namun, data realisasi penghimpunan ZIS oleh BAZNAS Kabupaten Pati menunjukkan bahwa pada tahun 2024, jumlah zakat yang berhasil dihimpun baru mencapai Rp12.62 miliar Jumlah tersebut meskipun meningkat secara signifikan dari tahun-tahun sebelumnya, tetap menunjukkan kesenjangan yang cukup lebar antara potensi dan realisasi. Artinya, dari potensi yang dapat dihimpun secara optimal, baru sekitar 12% hingga 15% yang berhasil dikonversi menjadi realisasi dana zakat. Gap ini menjadi indikator penting bagi BAZNAS Kabupaten Pati untuk menyusun strategi yang lebih inklusif, adaptif, dan sistematis, terutama dalam hal edukasi zakat, perluasan Unit Pengumpul Zakat (UPZ), penguatan teknologi digital, serta membangun kemitraan

[5] BAZNAS RI. (2024). *Laporan Kinerja Pengelolaan Zakat Nasional 2023*. Diakses dari: https://baznas.go.id

dengan sektor swasta dan komunitas lokal.

Maka dari itu, diperlukan strategi yang efektif dalam menggalang dana ZIS dari para muzakki agar dapat meningkatkan penghimpunan dana secara optimal. Aktivitas fundraising atau penghimpunan dana menjadi aspek krusial bagi lembaga pengelola ZIS, seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), untuk memastikan keberlangsungan berbagai program dan kegiatan yang telah direncanakan. Sebagai lembaga resmi, BAZNAS memiliki tanggung jawab untuk membangun kepercayaan masyarakat agar mereka merasa yakin dalam menyalurkan zakat, infak, atau sedekahnya melalui jalur yang legal dan terpercaya. Kepercayaan ini dapat diperoleh jika BAZNAS mampu menunjukkan transparansi dalam pengelolaan dana, menyampaikan laporan keuangan yang jelas, serta menjalankan tugasnya secara profesional, akuntabel, dan jujur. Selain itu, adanya inovasi dalam strategi penggalangan dana, seperti pemanfaatan teknologi digital, kemudahan pembayaran zakat melalui berbagai platform, serta kampanye yang edukatif, juga dapat meningkatkan kepercayaan muzakki untuk berzakat melalui BAZNAS. Beberapa faktor utama yang mendorong muzakki memilih menyalurkan dana ZIS melalui BAZNAS meliputi legalitas dan kredibilitas lembaga, kepatuhan terhadap regulasi, sistem pengelolaan keuangan yang transparan, efektivitas program-program yang dijalankan, serta pemberdayaan mustahik yang nyata dan berkelanjutan. Dengan pendekatan yang tepat, BAZNAS dapat terus meningkatkan perannya sebagai lembaga yang profesional dalam mengelola zakat dan memastikan manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat yang membutuhkan.[6]

Salah satu langkah strategis dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekaligus menanggulangi persoalan kemiskinan adalah melalui program pemberdayaan umat yang bersumber dari pengelolaan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Apabila dana ZIS tersebut dikelola secara optimal dan akuntabel oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), maka penurunan angka kemiskinan secara bertahap setiap tahunnya dapat tercapai. Selain itu, Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) berperan sebagai instrumen ekonomi yang penting dalam memberantas kemiskinan, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan taraf hidup kaum dhuafa, serta mendorong

[6] Dini Tiyas Untari and Faishol Luthfi, "Analisis Strategi Fundraising Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Penerimaan Zakat, Infak, Dan Sedekah Studi Pada Baitulmaal Iltizam Indonesia" 1 (2023): 2023, https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2023/11/12.pdf.

pertumbuhan ekonomi masyarakat secara menyeluruh.[7]

BAZNAS Kabupaten Pati telah berhasil membentuk sebanyak 168 Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang tersebar di berbagai instansi, termasuk di dalamnya Organisasi Perangkat Daerah (OPD), lembaga pendidikan, satuan kerja (Satker), serta sekolah-sekolah, yang semuanya berperan aktif dalam mendukung optimalisasi penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).[8] Pembentukan UPZ ini tidak terlepas dari dukungan regulatif berupa Peraturan Bupati (PERBUP) Nomor 75 Tahun 2021 yang bersifat mengikat, di mana peraturan tersebut mewajibkan seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN), pegawai PNS, maupun karyawan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), baik yang telah memenuhi syarat wajib zakat maupun yang belum (dengan kewajiban infaq), untuk menyalurkan sebagian dari penghasilannya melalui mekanisme zakat atau infak kepada BAZNAS melalui UPZ di instansi masing-masing.[9]

Peningkatan penerimaan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) oleh BAZNAS Kabupaten Pati dari tahun 2016 hingga 2024 menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, mencerminkan keberhasilan strategi peningkatan yang diterapkan. Sejak 2018, penerimaan dana terus meningkat berkat optimalisasi berbagai upaya, seperti digitalisasi sistem pembayaran, transparansi pengelolaan, serta sosialisasi yang lebih luas kepada masyarakat. Lonjakan tajam terjadi pada 2020, menandakan efektivitas strategi penghimpunan yang semakin baik.Penerimaan dana berhasil melampaui target yang ditetapkan, menunjukkan efektivitas strategi peningkatan yang semakin baik. Tahun 2023 ditargetkan mencapai 8 miliar, tetapi realisasinya lebih tinggi. Begitu pula pada 2024, target 11,5 miliar berhasil terlampaui dengan pencapaian lebih dari 12 miliar.

Namun, untuk menjangkau potensi yang lebih besar di luar lingkup instansi pemerintah, BAZNAS Kabupaten Pati mulai mengembangkan pendekatan digitalisasi dan kemitraan dalam strategi fundraising. Digitalisasi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial Facebook dengan nama akun Baznas Kabupaten Pati, Instagram dengan nama akun BANAS Kabupaten Pati dan layanan WhatsApp, dan inovasi sistem pembayaran non-tunai seperti transfer bank dan QRIS. Melalui strategi ini, BAZNAS berupaya menjawab perubahan perilaku masyarakat yang semakin terbiasa dengan

[7] Edo Ajie Santoso, "Optimalisasi Peran Zakat Dalam Mengurangi Angka Kemiskinan," *SANGAJI: Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum* 6, no. 2 (2022): 43–52, https://doi.org/10.52266/sangaji.v6i2.950.

[8] Data Dokumen BAZNAS Kabupaten Pati

[9] https://jdih.patikab.go.id/, "Pengelolaan Zakat Profesi, Infak, Dan Sedekah Dari Aparatur Sipil Negara Dan Pegawai Badan Usaha Milik Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Pati," 2021-12-07, 2021.

transaksi digital. Meskipun belum memiliki website resmi, BAZNAS Kabupaten Pati menggandeng media online seperti website Joglo Jateng, Patinews, dan situs Kementerian Agama untuk memperluas jangkauan informasi publik.[10] Selain itu, BAZNAS Kabupaten Pati juga menerapkan strategi kemitraan dengan lembaga swasta. Salah satu kerja sama yang telah terjalin adalah dengan Rumah Sakit KSH, di mana pihak rumah sakit tidak hanya memberikan bantuan operasional, tetapi juga melibatkan BAZNAS dalam mendistribusikan bantuan sosial kepada masyarakat. Strategi ini bertujuan membangun sinergi kelembagaan yang berkelanjutan. Namun, implementasi strategi kemitraan masih menghadapi kendala, terutama keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan minimnya sosialisasi ke sektor industri dan perusahaan manufaktur yang sejatinya memiliki potensi besar dalam penghimpunan zakat. Dalam hal ini didukung oleh penelitian Indah Rahmadhani yang menunjukkan bahwa fundraising digital belum optimal dan perlu penguatan strategi agar bisa mendekati jumlah dana offline.[11]

Dari perspektif manajemen zakat modern, strategi digitalisasi dan kemitraan merupakan bagian penting dari inovasi fundraising. Seperti dijelaskan dalam *Buku Manajemen Zakat Furqon,*, pemanfaatan teknologi informasi dan jejaring kelembagaan menjadi faktor krusial dalam menjawab tantangan modernisasi zakat dan meningkatkan akuntabilitas serta kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola zakat zakat.[12] Penerapan strategi fundraising yang efektif tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah dana yang dihimpun, tetapi juga untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan zakat yang transparan dan profesional. Kepercayaan ini sangat penting karena masyarakat yang merasa yakin terhadap kredibilitas BAZNAS Kabupaten Pati akan lebih termotivasi untuk menyalurkan zakat, infaq, dan sedekahnya melalui lembaga resmi, daripada memberikannya secara langsung kepada mustahik. Kepercayaan yang kuat dari masyarakat juga akan mendorong peningkatan jumlah muzakki serta memperluas cakupan penghimpunan dana, sehingga BAZNAS dapat menjalankan program-programnya secara lebih optimal dan berkelanjutan.[13]

---

[10] Hasil Wawancara Bersama WAKA 1 Bidang Fundraising , Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada Tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30.

[11] Indah Rahmadhani, "Manajemen Digital Fundraising Di Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta," 2022.

[12] H. Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat* (Semarang: RPM UIN Walisongo, 2015), hlm. 47.

[13] Josse Andrea Putra and Deni Irawan, "Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyaluran Dana Zakat (Studi Kasus BAZNAS Kota Pekanbaru)," *Jurnal Hukum Respublica Fakultas Hukum Universitas Lancang Kuning* , 2023, 130–45.

Penelitian ini berfokus pada strategi fundraising yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati dalam upaya meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS). Melalui pendekatan kolaboratif berbasis kemitraan yang diperkuat dengan strategi digitalisasi, BAZNAS Kabupaten Pati memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan fundraising, terutama di sektor swasta yang potensinya masih belum tergali maksimal. Oleh sebab itu, penelitian ini akan difokuskan pada analisis mendalam terhadap strategi digitalisasi dan kemitraan yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati dalam penghimpunan dana ZIS. Penelitian ini diharapkan mampu mengungkap sejauh mana efektivitas pendekatan tersebut dalam menjawab berbagai tantangan yang ada, serta memberikan rekomendasi strategis untuk optimalisasi pengelolaan zakat di masa mendatang. Maka dari itu, penelitian ini mengambil judul: **"ANALISIS STRATEGI DIGITALISASI DAN KEMITRAAN DALAM FUNDRAISING DANA ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN PATI."**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi BAZNAS Kabupaten Pati dalam meningkatkan fundraising dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui digitalisasi dan kemitraan?
2. Bagaimana tantangan dan peluang yang dihadapi BAZNAS Kabupaten Pati dalam pelaksanaan strategi digitalisasi dan kemitraan dalam peningkatan penghimpunan dana ZIS?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi BAZNAS Kabupaten Pati dalam meningkatkan fundraising dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui digitalisasi dan kemitraan.
2. Untuk Mengetahui tantangan dan peluang yang dihadapi BAZNAS Kabupaten Pati dalam pelaksanaan strategi digitalisasi dan kemitraan dalam peningkatan penghimpunan dana ZIS.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat serta memiliki nilai tambah, baik bagi penulis maupun pembaca, baik dari

segi teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

a. Kontribusi terhadap Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengkaji penerapan strategi digitalisasi dan kemitraan yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Pati, studi ini dapat memperkaya teori yang berkaitan dengan optimalisasi pengelolaan dana zakat di level daerah serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai sinergi antara lembaga keagamaan dan pihak swasta dalam upaya pemberdayaan ekonomi umat.

b. Pemahaman Konsep dan Implementasi Zakat: Penelitian ini juga dapat memperdalam pemahaman akademik mengenai konsep zakat, infak, dan sedekah, serta bagaimana implementasinya berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kajian ini memberikan gambaran praktis mengenai strategi operasional dalam membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ), serta bagaimana pendekatan kemitraan dan teknologi digital dapat diintegrasikan dalam pengelolaan zakat secara lebih efektif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yakni:

a. Bagi Badan Amil Zakat Kabupaten Pati

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan strategis, khususnya dalam memperluas jangkauan UPZ di Kabupaten Pati dan di sektor swasta untuk meningkatkan efektivitas fundraising melalui penerapan strategi digital dan kemitraan. Temuan penelitian ini juga dapat membantu BAZNAS dalam merancang langkah-langkah perbaikan terhadap tantangan internal, seperti keterbatasan SDM dan keterbatasan sosialisasi kepada masyarakat industri, dengan memanfaatkan teknologi digital serta membangun kemitraan yang lebih luas dan berkelanjutan.

b. Bagi pihak lain (Akademisi, Praktisi, dan Lembaga Zakat)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi ilmiah bagi pihak lain yang berkepentingan dalam mengkaji topik-topik serupa, seperti optimalisasi zakat, kemitraan kelembagaan, atau digitalisasi dalam pengelolaan dana sosial. Hasil studi ini juga dapat dijadikan

model implementatif bagi BAZNAS di daerah lain yang menghadapi tantangan serupa dalam meningkatkan penghimpunan ZIS.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka, atau yang sering disebut dengan *literature review*, adalah kegiatan untuk meninjau dan menganalisis berbagai literatur yang telah dipublikasikan oleh akademisi atau peneliti sebelumnya yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Dalam proses penelitian, baik sebelum, selama, atau setelah penelitian dilakukan, peneliti umumnya diminta untuk menyusun tinjauan pustaka sebagai bagian dari pendahuluan dalam usulan penelitian atau laporan hasil penelitian. Menyusun tinjauan pustaka serupa dengan merangkum hasil penelitian sebelumnya guna memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai topik atau permasalahan yang akan diteliti, serta untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan yang mungkin dihadapi saat memulai penelitian.

John W. Creswell menjelaskan bahwa tinjauan pustaka (literature review) adalah sebuah ringkasan tertulis yang mencakup artikel-artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang menggambarkan teori serta informasi, baik yang bersifat historis maupun yang terkini. Tinjauan pustaka ini disusun dengan mengorganisir literatur sesuai dengan topik-topik yang relevan dan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk proposal penelitian.[14]

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tho'in dan Reno Yakob Andrian (2021) dengan judul *"Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah"* membahas strategi yang diterapkan dalam meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di lembaga tersebut. Dalam penelitian tersebut, metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif untuk menganalisis efektivitas strategi yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti strategi peningkatan penghimpunan dana ZIS serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian Muhammad Tho'in dan Reno Yakob Andrian dilakukan pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah, sementara penelitian ini berfokus pada strategi fundraising yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati. Perbedaan lokasi

[14] Mahanum Mahanum, "Tinjauan Kepustakaan," *ALACRITY : Journal of Education* 1, no. 2 (2021): 1–12, https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20.

penelitian ini memberikan kemungkinan adanya strategi yang berbeda sesuai dengan kondisi, tantangan, serta kebijakan yang diterapkan oleh masing-masing lembaga. Dengan adanya perbandingan ini, penelitian yang dilakukan di BAZNAS Kabupaten Pati diharapkan dapat memberikan wawasan baru terkait strategi penghimpunan dana ZIS yang lebih optimal dan berkelanjutan serta memberikan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi di wilayah tersebut.[15]

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti Nur Rahmawati dan Arif Sapta Yuniarto (2023) dengan judul *"Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki: Studi pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta"* membahas strategi fundraising yang diterapkan dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat. Fokus utama dalam penelitian ini adalah strategi digital fundraising yang digunakan oleh Lazismu di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menarik lebih banyak muzakki dan meningkatkan jumlah dana yang terkumpul.[16]

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis, yaitu sama-sama meneliti strategi penghimpunan dana zakat dengan tujuan meningkatkan penerimaan dana ZIS. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan pendekatan strategi yang digunakan. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti Nur Rahmawati dan Arif Sapta Yuniarto berfokus pada Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta dan lebih menitikberatkan pada pemanfaatan strategi digital dalam fundraising zakat, sedangkan penelitian ini dilakukan di BAZNAS Kabupaten Pati dengan cakupan strategi fundraising yang lebih luas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa setiap lembaga memiliki pendekatan yang berbeda dalam upaya meningkatkan penghimpunan dana ZIS, tergantung pada karakteristik wilayah dan teknologi yang dimanfaatkan. Dengan adanya perbandingan ini, penelitian yang dilakukan di BAZNAS Kabupaten Pati diharapkan dapat memberikan wawasan baru terkait strategi fundraising yang paling efektif, baik secara konvensional maupun digital, serta memberikan rekomendasi yang tepat dalam meningkatkan penghimpunan dan pengelolaan dana ZIS secara optimal.[17]

Penelitian yang dilakukan oleh Muslihin dan Ahmad Munawarus (2021)

[15] Muhammad Tho'in and Reno Yakob Andrian, "Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak Dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1689–95.

[16] Astuti Nur Rahmawati and Arif Sapta Yuniarto, "Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi Pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Kewarganegaraan* 7, no. 1 (2023): 818–19.

[17] Rahmawati and Yuniarto.

membahas tentang berbagai metode fundraising yang diterapkan dalam upaya meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Penelitian ini berfokus pada strategi penggalangan dana yang dilakukan oleh Lazismu Baitul Maal Khairu Ummah guna mengoptimalkan perolehan dana serta memperluas jangkauan penghimpunan ZIS dari masyarakat[18]. Kesamaan dengan penelitian ini yaitu dalam aspek kajian yang sama, yaitu strategi penghimpunan dana ZIS. Selain itu, kedua penelitian ini juga menyoroti bagaimana metode yang diterapkan oleh lembaga pengelola zakat dapat memengaruhi jumlah dana yang berhasil dihimpun. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian Muslihin dan Ahmad Munawarus dilakukan di Kantor Layanan Lazismu Baitul Maal Khairu Ummah, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi fundraising yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati.

Penelitian Muslihin dan Ahmad Munawarus lebih menekankan pada metode fundraising secara umum, sementara penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih mendalam strategi yang telah diterapkan oleh BAZNAS serta mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat dalam penghimpunan dana ZIS. Dengan adanya perbandingan ini, penelitian yang dilakukan di BAZNAS Kabupaten Pati diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi fundraising yang diterapkan dan memberikan rekomendasi yang tepat guna meningkatkan penghimpunan dana ZIS secara berkelanjutan.[19]

Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyandari membahas tentang strategi yang diterapkan untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Bengkalis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis berbagai faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan dana zakat, baik dari segi kebijakan, program kerja, maupun peran masyarakat dalam menunaikan zakat melalui BAZNAS.[20]

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan terutama dalam hal lokasi penelitian yang sama-sama dilakukan di BAZNAS serta penggunaan metode penelitian yang sama, yaitu pendekatan kualitatif. Kedua penelitian ini juga menyoroti strategi yang

[18] Muslihin Muslihin and Ahmad Munawaruzaman, *Metode Fundraising Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infaq Sedekah (ZIS) Pada Kantor Layanan Lazismu Baitul Maal Khairu Ummah*, *Jurnal Manajemen Dakwah*, vol. 9, 2021, https://doi.org/10.15408/jmd.v1i1.24031.

[19] Muslihin and Munawaruzaman.

[20] Sulistyandari, "Strategi Peningkatan Pertumbuhan Dana Zakat Pada LAZ Di Bengkalis," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 347–59.

diterapkan dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat. Namun, perbedaannya terletak pada cakupan kajian yang lebih luas dalam penelitian ini, yang tidak hanya berfokus pada dana zakat, tetapi juga mencakup (ZIS) sebagai bagian dari fundraising di BAZNAS Kabupaten Pati. Selain itu, penelitian Sulistyandari lebih menitikberatkan pada strategi peningkatan pertumbuhan dana zakat secara spesifik, sementara penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat dalam proses fundraising yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Pati. Dengan adanya perbandingan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi penghimpunan dana ZIS serta merumuskan langkah-langkah yang dapat meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Pati.[21]

Penelitian yang dilakukan oleh Susi Kusmawaningsih dan Gita Aryanti dengan judul *"Strategi Pengumpulan Zakat Mal di BAZNAS Kota Lubuk Linggau Ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah*" membahas strategi yang diterapkan oleh BAZNAS Kota Lubuk Linggau dalam mengoptimalkan pengumpulan zakat mal. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis strategi penghimpunan dana zakat mal dengan pendekatan hukum ekonomi syariah, sehingga tidak hanya menyoroti metode pengumpulan zakat tetapi juga bagaimana strategi tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.[22]

Penelitian ini memiliki kesamaan dalam aspek strategi penghimpunan dana zakat serta lokasi penelitian yang sama-sama dilakukan di BAZNAS. Selain itu, kedua penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi yang diterapkan dalam meningkatkan dana yang berhasil dihimpun. Namun, perbedaannya terletak pada ruang lingkup kajian, di mana penelitian Susi Kusmawaningsih dan Gita Aryanti lebih spesifik membahas pengumpulan zakat mal dan ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah, sedangkan penelitian ini memiliki cakupan yang lebih luas dengan meneliti strategi fundraising yang mencakup zakat, infak, dan sedekah (ZIS) serta faktor pendorong dan penghambat yang memengaruhi keberhasilan penghimpunan dana di BAZNAS Kabupaten Pati. Dengan adanya perbandingan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih luas mengenai strategi fundraising yang

[21] Sulistyandari.

[22] Susi Kusmawaningsih and Gita Aryanti, "Strategi Pengumpulan Zakat Mal Di Baznas Kota Lubuk Linggau Di Tinjau Dari Hukum Ekonomi Syariah," *Muamalah* 9, no. 1 (2023): 45–51, https://doi.org/10.19109/muamalah.v9i1.17987.

efektif dan sesuai dengan prinsip syariah, serta memberikan rekomendasi yang dapat memperkuat sistem penghimpunan dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Pati secara optimal dan berkelanjutan.[23]

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dengan cara menggali pengalaman, pemikiran, dan pandangan individu yang terlibat dalam konteks penelitian. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menerapkan pendekatan empiris di mana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati, memahami, dan menganalisis fenomena yang terjadi secara langsung. Pendekatan ini sangat bergantung pada pengalaman dan perspektif para informan, karena melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian, peneliti dapat mengidentifikasi dan memahami fenomena dari sudut pandang mereka. [24]

Penelitian ini didasarkan pada penelitian lapangan *(field research*), yang merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan dan wawancara langsung di lokasi penelitian. Penelitian lapangan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mendapatkan data primer yang akurat dan relevan, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan kondisi riil di lapangan. Melalui pendekatan ini, penelitian berusaha memaparkan dan menggambarkan keadaan objek penelitian secara terperinci berdasarkan kondisi yang ada saat ini.[25]

Fokus dari penelitian ini adalah menganalisis implementasi strategi digitalisasi dan kemitraan dalam upaya peningkatan fundraising dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di BAZNAS Kabupaten Pati. Penelitian ini menitikberatkan pada sejauh mana pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, layanan nontunai, dan media daring, serta bentuk kemitraan strategis dengan sektor swasta berkontribusi terhadap peningkatan penghimpunan dana ZIS. Selain itu, penelitian juga mengkaji hambatan-hambatan yang dihadapi dalam penerapan strategi tersebut. Dengan metode kualitatif dan pendekatan lapangan ini, penelitian

[23] Kusmawaningsih and Aryanti.

[24] Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81, https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374.

[25] Irina A. Pikuleva, "Challenges and Opportunities in P450 Research on the Eye," *Drug Metabolism and Disposition* 51, no. 10 (2023): 1295–1307, https://doi.org/10.1124/dmd.122.001072.

diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor pendorong yang mendukung keberhasilan fundraising dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Pati serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan strategi fundraising yang lebih efektif.[26]

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pati, Jawa Tengah. yang merupakan lembaga resmi yang bertugas mengelola dana zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) di wilayah Kabupaten Pemilihan BAZNAS Kabupaten Pati sebagai lokasi penelitian didasarkan pada perannya yang signifikan dalam mengembangkan strategi penghimpunan dana ZIS melalui pendekatan digitalisasi serta kemitraan kelembagaan dengan berbagai pihak, baik dari sektor publik maupun swasta. Yang memiliki tanggung jawab strategis dalam meningkatkan literasi dan partisipasi masyarakat terhadap zakat, serta mengelola proses distribusi dana secara tepat sasaran dan berkeadilan.

Dinamika sosial-keagamaan, tantangan struktural, serta peluang kolaboratif yang berkembang di lingkungan Kabupaten Pati menjadikan lembaga ini sebagai objek yang relevan untuk diteliti. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai efektivitas strategi digital dan kemitraan yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati dalam meningkatkan fundraising dana ZIS, serta berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan hambatannya.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai ketentuan dari pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Alokasi waktu penelitian dengan estimasi dilaksanakan selama 2 (dua) bulan yaitu Mei – Juni 2025

3. Sumber Data Penelitian

a. Data primer

[26] S Selviana, "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Di Kota Palu," 2023, http://repository.uindatokarama.ac.id/id/eprint/2806/.

Data Primer merupakan sumber informasi utama yang diperoleh langsung oleh peneliti selama proses penelitian. Data ini dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, seperti responden atau informan yang memiliki kaitan dengan variabel penelitian. Data primer dapat berbentuk hasil observasi, wawancara, atau pengumpulan informasi melalui kuesioner.[27]

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui observasi langsung yang memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memahami secara lebih mendalam situasi dan kondisi nyata di lapangan. Pengumpulan data ini diperkuat dengan wawancara mendalam terhadap informan utama, yaitu Bapak H. Sutaji, S.H., M.M., selaku Ketua Divisi Fundraising BAZNAS Kabupaten Pati, serta Silvia Rizki A. yang berperan sebagai Juru Bicara BAZNAS Kabupaten Pati. Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi yang lebih rinci terkait strategi fundraising yang dijalankan, tantangan-tantangan yang dihadapi, serta faktor-faktor pendukung dalam keberhasilan penghimpunan dana ZIS di Kabupaten Pati. Fokus pembahasan juga mencakup penerapan strategi digitalisasi dan kemitraan yang diterapkan BAZNAS dalam memperluas jangkauan serta meningkatkan efektivitas pengelolaan dan penghimpunan dana. Melalui kombinasi metode observasi dan wawancara ini, peneliti memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai dinamika pelaksanaan strategi fundraising, termasuk inovasi digital dan kolaborasi kelembagaan yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Pati.

b. Data sekunder

Data Sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti dokumen, publikasi pemerintah, analisis industri yang diterbitkan oleh media, situs web, dan internet. Dalam pengumpulan data sekunder, peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan cara mencari dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga dapat memanfaatkan referensi dari buku, jurnal, serta sumber informasi dari internet untuk memperoleh data sekunder yang dibutuhkan.[28]

---

[27] Trisna Rukhmana, "Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25," *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* 2, no. 2 (2021): 28–33.

[28] Trisna Rukhmana, "Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25," *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* 2, no. 2 (2021): 28–33

Dalam penelitian ini, sumber data sekunder meliputi buku-buku yang relevan serta berbagai data yang berkaitan dengan penelitian. Data tersebut mencakup dokumen tertulis dan arsip resmi milik BAZNAS yang berhubungan dengan pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) kepada para mustahik. Data sekunder yang dimaksud berupa dokumentasi foto kegiatan program BAZNAS, arsip yang telah dibukukan, serta data-data historis yang dimiliki oleh BAZNAS Kabupaten Pati.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi dua arah antara pewawancara dan narasumber dalam bentuk tanya jawab, dengan tujuan untuk menggali makna dari suatu topik tertentu. Teknik ini umumnya digunakan ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi isu yang relevan untuk diteliti, atau ketika peneliti membutuhkan informasi yang lebih mendalam dari responden. Pengumpulan data melalui wawancara ini didasarkan pada pelaporan pribadi individu (*self-report*), serta pada pemahaman dan keyakinan subjektif yang dimiliki oleh responden terhadap isu yang dibahas.[29]

Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam secara langsung dengan pengurus BAZNAS Kabupaten Pati, yaitu Bapak H. Sutaji, S.H., M.M., selaku Ketua Divisi Fundraising BAZNAS Kabupaten Pati, serta Silvia Rizki A. yang berperan sebagai Juru Bicara BAZNAS Kabupaten Pati di Bidang Divisi Fundraising, guna menggali dan mendokumentasikan opini, pandangan, serta perasaan beliau terkait topik penelitian yang dikaji.

b. Observasi

Menurut Creswell, observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan menyaksikan secara langsung peristiwa, perilaku subjek penelitian, atau situasi di lokasi tempat kejadian berlangsung.[30]

Teknik observasi dalam penelitian ini akan dilakukan dengan

[29] Amitha Shofiani Devi et al., "Mewawancarai Kandidat: Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas," *MASMAN : Master Manajemen* 2, no. 2 (2024): 66–78, https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.387.

[30] M Nafisatur, "Metode Pengumpulan Data Penelitian," *Metode Pengumpulan Data Penelitian* 3, no. 5 (2024): 5423–43.

mengamati secara langsung aktivitas dan kegiatan yang terkait dengan pengumpulan dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) di Baznas Kabupaten Pati. Observasi dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mendorong peningkatan pengumpulan dana ZIS, serta untuk memverifikasi informasi yang diperoleh dari sumber lain seperti wawancara dan studi dokumentasi.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merujuk pada berbagai upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan topik atau masalah yang sedang atau akan diteliti. Informasi tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karya tulis ilmiah, tesis, disertasi, peraturan, keputusan, buku tahunan, ensiklopedia, serta sumber tertulis lainnya, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik.[31]

Studi kepustakaan akan mencakup literatur-literatur terkait zakat, infaq, dan shadaqah, pengelolaan dana zakat, teori-teori yang mendukung peningkatan pengumpulan dana ZIS, serta studi kasus terkait peningkatan pengumpulan dana ZIS di daerah lain. Selain itu, studi kepustakaan juga akan mencakup kebijakan kebijakan yang telah diterapkan oleh Baznas Kabupaten Pati dalam meningkatkan pengumpulan dana ZIS, serta evaluasi terhadap keberhasilan atau hambatan-hambatan yang dihadapi dalam implementasinya. Data dan informasi yang diperoleh dari studi kepustakaan ini akan menjadi landasan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan pengumpulan dana ZIS di Baznas Kabupaten Pati.

d. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya merupakan rangkaian langkah kerja yang tersusun secara sistematis, mencakup proses pengorganisasian, pengolahan, hingga penarikan makna, interpretasi, atau kesimpulan dari keseluruhan data yang telah diperoleh. Esensi dari teknik ini terletak pada kemampuan peneliti dalam menyusun data secara runtut dan saling berhubungan, sehingga mampu menghasilkan pemahaman yang jelas dan mendalam sesuai dengan hakikat objek yang dianalisis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model

[31] Purwono, "25-53-1-SM.Pdf," *Universitas Gajah Mada*, 2008.

interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Proses analisis ini dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*). Ketiga tahap ini dilaksanakan secara berurutan dan saling berkaitan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan terstruktur terhadap data yang telah dikumpulkan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari tiga tahap, yaitu[32]

1. Reduksi Data

   Reduksi data merupakan proses yang dilakukan oleh peneliti untuk memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian, bahkan sejak tahap awal, sebelum data sepenuhnya terkumpul, yang tercermin dalam kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang telah dipilih oleh peneliti.

   Dalam reduksi data, peneliti melakukan beberapa langkah, yaitu: (1) meringkas data yang diperoleh, (2) mengkodekan data sesuai dengan kategori yang relevan, (3) menelusuri dan mengidentifikasi tema-tema utama, dan (4) mengelompokkan data ke dalam kategori atau gugus yang lebih luas. Proses ini dilakukan dengan seleksi yang ketat, menyusun ringkasan atau uraian singkat, serta mengorganisasi data dalam pola-pola yang lebih luas dan relevan dengan tujuan penelitian.

2. Penyajian Data

   Penyajian data adalah langkah di mana peneliti menyusun sekumpulan informasi untuk memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan yang tepat. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk teks naratif yang mencakup catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, atau bagan. Bentuk penyajian ini mengorganisasi informasi secara sistematis dan jelas, sehingga memudahkan peneliti untuk memahami apa yang sedang terjadi, memastikan apakah kesimpulan yang diambil sudah sesuai, atau jika perlu, melakukan analisis lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih

[32] Rijali, "Analisis Data Kualitatif."

mendalam.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dilakukan secara bertahap dan terus-menerus selama proses di lapangan. Sejak awal pengumpulan data, peneliti mulai mencari makna dari objek yang diamati, mencatat pola-pola, penjelasan, hubungan sebab-akibat, dan hipotesis yang muncul. Pada awalnya, kesimpulan yang diperoleh mungkin belum jelas, namun seiring berjalannya waktu, kesimpulan tersebut menjadi lebih jelas, rinci, dan kokoh. Selama penelitian berlangsung, peneliti juga memverifikasi kesimpulan yang telah diperoleh dengan cara: (1) memikirkan kembali temuan selama penulisan, (2) meninjau ulang catatan lapangan, (3) berdiskusi dengan rekan sejawat untuk memperoleh pemahaman bersama, dan (4) mencoba untuk membandingkan temuan dengan data lain untuk memastikan kebenarannya.

5. Keabsahan Data

Untuk menguji kredibilitas data, peneliti menerapkan metode triangulasi. Mengacu pada pendapat Denzin yang dikutip oleh Tohirin, terdapat empat jenis triangulasi dalam penelitian kualitatif, yaitu triangulasi sumber, metode, peneliti, dan teori. Namun, dalam studi ini peneliti hanya menggunakan tiga jenis triangulasi, yaitu:

a. Triangulasi sumber

Dalam rangka meningkatkan validitas data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik triangulasi dengan membandingkan berbagai sumber informasi. Salah satu langkah yang dilakukan adalah mencocokkan hasil observasi langsung di BAZNAS Kabupaten Pati dengan hasil wawancara mendalam yang dilakukan bersama pengurus internal, yaitu Bapak H. Sutaji, S.H., M.M., selaku Ketua Divisi Fundraising, dan Silvia Rizki A., selaku Juru Bicara BAZNAS Kabupaten Pati di Bidang Fundraising. Peneliti juga membandingkan pernyataan yang disampaikan oleh informan dalam forum publik dengan pernyataan pribadi dalam wawancara, serta menelaah konsistensi ucapan mereka dalam konteks waktu dan situasi berbeda. Selain itu, pendapat para informan dikaji bersama pandangan dari kelompok masyarakat yang beragam, seperti masyarakat umum, tokoh dengan latar belakang

pendidikan dan ekonomi yang berbeda, hingga pejabat instansi terkait. Guna memperkuat temuan, peneliti juga memverifikasi data hasil wawancara dengan dokumen-dokumen resmi dan publikasi yang relevan dari BAZNAS Kabupaten Pati maupun dari media mitra.

b. Triangulasi metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi metode sebagai upaya untuk meningkatkan keabsahan data. Triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data, seperti observasi langsung**,** wawancara mendalam**,** dan studi kepustakaan**.** Data dari observasi dan wawancara kemudian diperkuat dengan analisis dokumen berupa laporan kegiatan, regulasi, dan publikasi resmi dari BAZNAS. Melalui pendekatan triangulasi metode ini, peneliti memperoleh gambaran yang lebih utuh dan komprehensif mengenai implementasi strategi digitalisasi dan kemitraan dalam penghimpunan dana ZIS.

c. Triangulasi dengan teori

Dalam penelitian ini, peneliti juga menerapkan triangulasi teori sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kredibilitas temuan. Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan dan mengkaji data lapangan menggunakan beberapa perspektif teoritis yang relevan. Temuan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dibandingkan dengan teori fundraising yang dikemukakan oleh Sargeant, yang meliputi strategi *dialogue fundraising*, *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, serta *retention and development donor*. Selain itu, peneliti juga mengkaitkan data dengan teori kemitraan strategis dan digitalisasi dalam pengelolaan zakat. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menilai sejauh mana strategi yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati selaras atau menyimpang dari teori-teori yang telah ada, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan objektif terhadap praktik fundraising ZIS melalui pendekatan digitalisasi dan kemitraan..

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan penelitian ini terbagi atas beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab Memuat pendahuluan yang menjabarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, dan manfaat dari penelitian yang di laksanakan, tinjauan pustaka, kerangka teori dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Menjelaskan beberapa bahasan teori : sub bab pertama Pengertian Strategi Fundraising, sub bab ke dua manajemen zakat, Sub bab ke tiga Digitalisasi dan sub ke empat kemitraan yang menjadi dasar pemikiran dalam penelitian ini.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Menjelaskan mengenai permasalahan mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu berisikian gambaran umum BAZNAS Kabupaten Pati dan gambaran umum strategi digitilisasi dan kemtraan yang di lakukan BAZNAS Kabupaten Pati

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, Memaparkan hasil penelitian seperti data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh yang di uraikan dengan fakta sebenarnya dan bersumber dari lokasi lokasi penelitian dan berisi tentang analisis wawancara dari penelitian terhadap seluruh data. Data tersebut di bandingkan dengan dalam kerangka teori sekaligus menjawab pertanyaan dari rumusan masalah

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan berisi uraian dari penulis mengenai hal yang dapat di simpulkan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan , kemudian saran berisi rekomendasi dengan melihat dari berbagai aspek lainnya

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Strategi Fundraising

1. Pengertian Strategi Fundraising

Menurut Johnson dan Scholes, strategi merupakan arahan dan cakupan suatu organisasi dalam jangka panjang, yang bertujuan untuk memperoleh keunggulan melalui pengelolaan sumber daya secara efektif dalam menghadapi tantangan lingkungan, guna memenuhi kebutuhan pasar serta harapan para pemangku kepentingan.[33] Strategi adalah rencana tindakan sistematis dan terintegrasi untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Strategi melibatkan analisis situasi, identifikasi kekuatan dan kelemahan, serta pengembangan rencana aksi untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan demikian, strategi memungkinkan organisasi atau individu untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.[34]

Fundraising atau penghimpunan dana dalam bahasa Indonesia berasal dari kata "kumpulan," yang merujuk pada sesuatu yang telah dikumpulkan, dihimpun, atau dikelompokkan. Pengumpulan sendiri bermakna sebagai proses mengumpulkan atau menghimpun. Dalam proses penggalangan dana, selalu terdapat upaya untuk mempengaruhi pihak lain. Upaya ini mencakup berbagai kegiatan seperti memberikan informasi, mengingatkan, mendorong, membujuk, hingga meyakinkan calon donatur dengan menawarkan manfaat tertentu. Selain itu, jika memungkinkan atau diperbolehkan, penguatan atau penegasan pesan juga dapat dilakukan guna meningkatkan efektivitas penggalangan dana.

Menurut Furqon (2015)**,** fundraising dalam zakat adalah upaya yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat untuk menarik partisipasi muzakki melalui strategi pendekatan langsung, media digital, maupun kemitraan, agar pengumpulan dana dapat dilakukan secara maksimal. Strategi fundraising yang baik tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan volume dana yang terkumpul, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan loyalitas muzakki terhadap lembaga.[35] Dengan

[33] Hery Suprapto, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan)," *Jurnal Manajemen* 4, no. 3 (2019): 1049, https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.271.

[34] Lorentza Mandagi, Marlien T Lapian, and Trintje Lambey, "Strategi Pemerintah Kecamatan Dalam Menghadapi Era New Normal Di Kecamatan Tomohon Utara Kelurahan Kakaskasen 1," *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi* 2, no. 3 (2022): hlm. 1-7.

[35] Ahmad Furqon, "Management of Zakat," 2015, 33–34.

demikian, *fundraising* dapat diartikan sebagai upaya dalam mencari serta mengumpulkan dana dari para donatur.

Dalam konteks zakat, infaq, dan sedekah, *fundraising* adalah aktivitas yang bertujuan untuk menghimpun sumber daya finansial dari masyarakat, baik individu, kelompok, organisasi, maupun perusahaan, yang nantinya akan disalurkan kepada mustahiq dan dimanfaatkan sesuai peruntukannya. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan jumlah donasi per individu, memperluas cakupan donatur, serta menggalang lebih banyak dana guna mendukung keberlangsungan suatu lembaga. Dengan strategi penghimpunan yang tepat, diharapkan dana yang terkumpul dapat terus bertambah.[36]

Fundraising tidak hanya berkaitan dengan pengumpulan dana semata, melainkan juga melibatkan kemampuan individu, organisasi, atau badan hukum dalam mengajak, memotivasi, dan memengaruhi orang lain untuk menumbuhkan rasa peduli serta kesadaran mereka terhadap tujuan organisasi. Dalam proses ini, lembaga perlu menerapkan etika fundraising yang berlandaskan pada misi utama organisasi, sehingga kegiatan penggalangan dana tidak hanya berorientasi pada hasil, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai yang diusung lembaga.[37]Lebih dari sekadar aktivitas pengumpulan uang, ruang lingkup fundraising jauh lebih luas dan kompleks. Pengaruh dari kegiatan ini sangat signifikan terhadap keberlanjutan lembaga, karena dapat menjadi penentu eksistensinya di tengah masyarakat. Dalam konteks lembaga pengelola (ZIS), hasil dari kegiatan fundraising memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dana ZIS yang terhimpun dapat digunakan sebagai alat untuk mengentaskan kemiskinan, mengurangi ketimpangan sosial, serta memperkecil jurang antara kelompok masyarakat yang kaya dan yang miskin. Dengan demikian, fundraising bukan hanya tentang pengumpulan dana, tetapi juga merupakan sarana untuk menciptakan dampak positif yang luas bagi masyarakat secara keseluruhan[38].

2. Tujuan Fundraising

---

[36] Latifatussufiah Latifatussufiah et al., "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Dana ZIS Di LAZ PERSADA Jawa Timur," *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 2, no. 5 (2024): 1–12, https://journal.staiypiqbaubau.ac.id/index.php/Mutiara/article/view/1575.

[37] Muhamad Aksen Tias et al., "Analisis Faktor Kendala Fundraising Pada Lembaga Zakat Di Indonesia," *La Zhulma | Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2024): 230–36, https://doi.org/10.70143/lazhulma.v4i2.269.

[38] Lailanur Fadillah Nasution and Muhammad Syahbudi, SEI.MA, "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan," *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* 2, no. 1 (2022): 70–80, https://doi.org/10.56799/peshum.v2i1.1032.

Bagi sebuah *Organisasi Pengelola Zakat* (OPZ), kegiatan fundraising memiliki beberapa tujuan penting yang mendukung keberlanjutan operasional dan pengembangan lembaga. Tujuan-tujuan tersebut meliputi:[39]

a. Menghimpun Dana sebagai Tujuan Utama.

   Tujuan inti dari gerakan fundraising adalah pengumpulan dana yang diperlukan untuk menjalankan berbagai program dan kegiatan operasional OPZ. Dana yang berhasil dihimpun akan digunakan sesuai dengan misi lembaga, terutama dalam penyaluran zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b. Meningkatkan Jumlah Muzakki dan Donatur.

   Selain fokus pada pengumpulan dana, fundraising juga bertujuan untuk meningkatkan jumlah muzakki (pembayar zakat) dan donatur. OPZ yang efektif adalah lembaga yang mampu mencatat pertumbuhan jumlah muzakki dan donatur secara konsisten dari waktu ke waktu. Data yang menunjukkan peningkatan ini menjadi indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan program fundraising.

c. Membangun dan Memperkuat Citra Lembaga.

   Aktivitas fundraising turut berperan dalam membentuk dan memperbaiki citra lembaga di mata publik. Citra yang positif akan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap OPZ, baik secara langsung maupun tidak langsung. Citra yang baik menjadi modal penting bagi lembaga dalam membangun kepercayaan donatur dan calon muzakki.

d. Memberikan Kepuasan kepada Donatur dan Muzakki.

   Salah satu tujuan jangka panjang dari kegiatan fundraising adalah memastikan kepuasan para donatur dan muzakki. Kepuasan ini tidak hanya terkait dengan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana, tetapi juga berhubungan dengan upaya menjaga loyalitas mereka. Dengan menciptakan pengalaman positif bagi donatur dan muzakki, OPZ dapat mempertahankan kepercayaan mereka sehingga tetap bersedia memberikan dukungan berkelanjutan.

[39] Siti Mas'Ula, "Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Lembaga Zis (Zakat, Infaq, Sedekah) Dan Waqof," *Umsida Repository*, no. 176120600010 (2020): 1.

e. Menggalang Simpatisan dan Pendukung.

Kegiatan fundraising juga bertujuan untuk mendapatkan dukungan dari simpatisan atau pendukung yang berperan sebagai perpanjangan tangan lembaga dalam menyebarkan informasi mengenai visi, misi, serta program-program OPZ kepada masyarakat luas. Dukungan dari simpatisan sangat penting, karena mereka membantu memperluas jangkauan pengaruh OPZ di berbagai lapisan masyarakat. Namun, untuk menarik simpatisan, lembaga harus membangun citra yang baik, bersih, dan terpercaya. Hanya dengan reputasi yang positif, orang akan rela bergabung, mendukung, dan turut berpartisipasi aktif dalam membantu keberlangsungan OPZ.

Dengan demikian, fundraising tidak hanya sekadar penggalangan dana, melainkan juga sebuah upaya strategis yang mencakup peningkatan jumlah donatur, pembangunan citra positif lembaga, pemenuhan kepuasan para donatur, dan mobilisasi dukungan dari masyarakat. Aktivitas ini menjadi fondasi penting dalam memastikan keberlanjutan dan keberhasilan program-program lembaga pengelola zakat dalam jangka panjang

3. Metode Fundraising

Dalam melaksanakan kegiatan fundraising, terdapat berbagai metode dan teknik yang dapat diterapkan. Metode ini merujuk pada cara-cara khas yang digunakan oleh suatu lembaga atau organisasi untuk menghimpun dana dari masyarakat. Secara umum, metode fundraising dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu fundraising langsung (*direct fundraising*) dan fundraising tidak langsung (*indirect fundraising*).[40]

a. Fundraising Langsung *(direct fundraising*)

Metode Fundraising Langsung adalah pendekatan yang menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Dalam proses ini, interaksi antara pihak fundraiser dan muzakki berlangsung secara real-time, memungkinkan adanya tanggapan cepat dan akomodasi langsung terhadap respons yang diberikan. Melalui metode ini, muzakki cenderung terdorong untuk berdonasi setelah menerima promosi atau penjelasan dari fundraiser lembaga zakat. Proses ini juga mempermudah pengumpulan

[40] Muslihin and Munawaruzaman, *Metode Fundraising Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infaq Sedekah (ZIS) Pada Kantor Layanan Lazismu Baitul Maal Khairu Ummah*.

informasi yang dibutuhkan serta pelaksanaan donasi, karena semua fasilitas pendukung sudah disediakan. Beberapa contoh dari metode direct fundraising antara lain *direct mail* (pengiriman email secara langsung), *telefundraising* (penggalangan dana melalui telepon), dan presentasi tatap muka.

b. Fundraising Tidak Langsung (*indirect fundraising*)

Metode Fundraising Tidak Langsung adalah metode yang menggunakan teknik atau cara tanpa melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Dalam metode ini, penggalangan dana dilakukan tanpa memberikan respon atau akomodasi langsung kepada muzakki secara real-time. Sebagai contoh, metode ini dapat dilakukan melalui promosi yang bertujuan membangun citra lembaga yang kuat, tanpa menekankan pada transaksi donasi saat itu juga. Salah satu bentuk fundraising tidak langsung ad alah *advertorial*.

Pada umumnya, lembaga zakat menggabungkan kedua metode fundraising ini, baik langsung maupun tidak langsung, karena masing-masing memiliki keunggulan dan tujuan yang berbeda. Metode fundraising langsung sangat penting untuk mempermudah muzakki dalam mendonasikan dananya. Namun, jika seluruh kegiatan fundraising hanya menggunakan metode langsung, hal tersebut dapat terlihat terlalu formal dan monoton, sehingga berpotensi menimbulkan kejenuhan. Perpaduan kedua metode ini menjadi strategi yang efektif.

4. Bentuk Strategi Fundraising

Strategi fundraising merupakan salah satu komponen penting dalam proses penghimpunan dana yang dilakukan oleh organisasi pelayanan publik. Melalui berbagai metode dan pendekatan yang tepat, strategi ini bertujuan untuk memastikan bahwa dana yang terkumpul dapat memenuhi kebutuhan organisasi dalam menjalankan misinya. Selain itu, strategi fundraising juga memiliki peran penting dalam membedakan aktivitas penggalangan dana suatu organisasi pelayanan sosial dari organisasi lain yang memiliki tujuan serupa. Dengan strategi yang efektif, sebuah organisasi dapat menarik lebih banyak donatur, meningkatkan jumlah donasi, serta membangun hubungan jangka panjang dengan para penyumbang. Oleh karena itu, Sargeant mengembangkan konsep strategi fundraising yang dapat diterapkan oleh organisasi pelayanan sosial agar proses penghimpunan dana dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan, sehingga manfaat yang diberikan kepada penerima bantuan semakin luas dan maksimal,

diantaranya :[41]

a. Strategi *Dialogue Fundraising*

Strategi ini mengandalkan interaksi langsung melalui tatap muka atau percakapan dua arah sebagai metode utama dalam penggalangan dana. *Dialogue fundraising* merupakan pendekatan yang relatif baru dalam dunia fundraising, tetapi telah terbukti efektif dalam menarik perhatian calon donatur. Strategi ini biasanya dilakukan di tempat-tempat umum, seperti trotoar, pusat perbelanjaan, atau area dengan lalu lintas pejalan kaki yang tinggi. Tujuannya adalah menjangkau masyarakat secara langsung dengan membuka komunikasi dan membangun keterlibatan melalui percakapan.Salah satu keunggulan dari metode ini adalah kemampuannya dalam memperoleh dana dalam jumlah besar dalam waktu singkat. Oleh karena itu, strategi ini sering digunakan oleh organisasi pelayanan sosial yang membutuhkan dana secara cepat, baik untuk mendukung operasional, membiayai proyek tertentu, mencapai target jangka panjang, maupun memastikan keberlanjutan finansial organisasi. Dalam penerapannya, organisasi pelayanan sosial dapat memanfaatkan kesempatan untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat guna menyampaikan informasi mengenai program dan kegiatan yang sedang dijalankan. Selain itu, interaksi tatap muka ini juga memberikan peluang bagi organisasi untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan calon donatur, sehingga meningkatkan peluang mereka untuk berdonasi secara langsung. Dengan pendekatan yang tepat, *dialogue fundraising* tidak hanya berfungsi sebagai metode penghimpunan dana, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan sosialisasi yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial yang diusung oleh organisasi tersebut.

b. Strategi *Corporate Fundraising*

Strategi ini berperan sebagai pendekatan yang bertujuan untuk memperkuat serta mengembangkan organisasi pelayanan sosial melalui kerja sama dengan perusahaan yang memiliki kepentingan tertentu. Kemitraan dengan perusahaan menjadi salah satu cara efektif dalam mendukung keberlanjutan program sosial, karena dapat membantu organisasi mendapatkan

[41] Farah Tri Apriliani et al., "Inovasi Sosial Strategi Fundraising Sekolah Relawan," *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 3, no. 2 (2021): 219, https://doi.org/10.24198/jkrk.v3i2.35166.

sumber daya tambahan, baik dalam bentuk dana, fasilitas, maupun dukungan lainnya.Dalam menjalin kerja sama, organisasi pelayanan sosial perlu memahami dan mengumpulkan informasi dasar yang relevan, seperti syarat dan kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan dalam berpartisipasi, kesesuaian antara program sosial yang dijalankan dengan visi perusahaan, serta ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam perjanjian kerja sama. Pemahaman ini sangat penting agar kerja sama yang terjalin dapat berjalan dengan lancar dan menguntungkan kedua belah pihak.Selain itu, organisasi pelayanan sosial harus mampu mengidentifikasi dan mendekati perusahaan yang memiliki potensi besar dalam mendukung kegiatan fundraising. Pendekatan ini harus dilakukan dengan strategi yang tepat, seperti menyusun proposal kerja sama yang menarik, menjelaskan manfaat bagi kedua pihak, serta menunjukkan bagaimana kontribusi perusahaan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Dengan demikian, kolaborasi yang terbentuk dapat memberikan hasil yang optimal, tidak hanya bagi organisasi sosial tetapi juga bagi perusahaan dalam meningkatkan citra dan tanggung jawab sosial mereka.

c. Strategi *Multichannel Fundraising*

Dengan kemajuan teknologi yang pesat, metode penggalangan dana juga berkembang secara signifikan. *Multichannel fundraising* adalah strategi yang memungkinkan organisasi pelayanan sosial menjangkau lebih banyak donatur melalui berbagai saluran komunikasi. Untuk menjalankan strategi ini secara efektif, beberapa aspek utama perlu diperhatikan. Pertama, organisasi harus menetapkan tujuan penggalangan dana secara jelas. Kedua, pemilihan media dan saluran komunikasi yang tepat sangat penting agar pesan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini memanfaatkan berbagai platform seperti media sosial, email, website, iklan digital, kampanye offline, dan acara penggalangan dana langsung. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat lebih mudah menyampaikan informasi dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam donasi. Selain meningkatkan efektivitas penggalangan dana**,** *multichannel fundraising* juga memperkuat keterlibatan masyarakat dan memastikan kelangsungan pendanaan untuk mendukung berbagai program sosial. Dengan memanfaatkan teknologi dan berbagai saluran komunikasi, organisasi dapat memperluas jangkauan, meningkatkan jumlah donasi, dan menjalankan misinya dengan lebih optimal.

d. Strategi *Retention and Development Fundraising*

Dalam proses penggalangan dana, tidak jarang donatur memutuskan untuk menghentikan dukungan mereka terhadap organisasi pelayanan sosial. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya kualitas layanan yang diberikan, komunikasi yang tidak terjalin dengan baik antara organisasi dan donatur, serta minimnya transparansi dalam pelaporan keuangan. Ketika donatur merasa kurang dihargai atau tidak mendapatkan informasi yang jelas mengenai bagaimana dana mereka digunakan, kepercayaan mereka terhadap organisasi pun dapat berkurang. Untuk mengatasi permasalahan ini, organisasi pelayanan sosial perlu menerapkan **s**trategi *retention and development donor*, yaitu strategi yang berfokus pada mempertahankan serta mengembangkan hubungan dengan para donatur.

Salah satu langkah penting dalam strategi ini adalah membangun komunikasi yang lebih aktif dan terbuka dengan donatur, baik melalui laporan berkala, pemberian informasi terkait dampak dari donasi yang diberikan, maupun interaksi langsung dalam berbagai kegiatan sosial. Selain itu, meningkatkan kualitas layanan dan transparansi keuangan juga menjadi faktor kunci dalam menjaga loyalitas donatur. Dengan memastikan bahwa donatur merasa dihargai dan melihat manfaat nyata dari kontribusi mereka, organisasi dapat meningkatkan tingkat kepercayaan serta kemungkinan donatur untuk terus memberikan dukungan. Melalui strategi ini, penggalangan dana dapat berjalan secara lebih berkelanjutan dan stabil, sehingga organisasi pelayanan sosial dapat terus menjalankan misi dan program-programnya dengan optimal.

B. Manajemen Zakat

1. Pengertian Manajemen

Secara etimologis, istilah *manajemen* berasal dari bahasa Inggris *management*, yang merupakan turunan dari kata kerja *to manage*, yang berarti mengatur, mengelola, mengarahkan, atau menangani. Dalam konteks yang lebih luas, istilah ini tidak hanya berkaitan dengan tindakan mengatur, tetapi juga mencakup proses pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi terhadap berbagai kegiatan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Manajemen merupakan aktivitas yang sangat penting dalam setiap bentuk organisasi, baik itu organisasi bisnis, pemerintahan, pendidikan, maupun lembaga

sosial, karena berfungsi untuk memastikan bahwa seluruh sumber daya yang dimiliki dapat digunakan secara optimal dan berdaya guna. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), manajemen diartikan sebagai proses pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu sasaran. Efektivitas merujuk pada kemampuan mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan efisiensi mengacu pada pencapaian tujuan tersebut dengan meminimalkan penggunaan sumber daya, termasuk waktu, biaya, tenaga, dan material. Oleh karena itu, manajemen memerlukan kemampuan untuk merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, serta mengendalikan seluruh proses dalam suatu sistem atau organisasi.[42]

Sementara itu, dalam perspektif manajemen Islam, Muhammad Abdul Jawwad menjelaskan bahwa manajemen adalah aktivitas yang mencakup pengaturan (*tartīb*), penataan, dan penyusunan (*tansīq*) yang dilakukan secara sadar dan sistematis, dengan tujuan agar individu mampu mengelola segala aspek kehidupannya secara harmonis dan produktif di tengah dinamika sosial yang kompleks. Menurutnya, manajemen tidak semata-mata dipahami sebagai serangkaian aktivitas teknis yang bersifat administratif, melainkan mencerminkan upaya spiritual dan rasional seorang manusia untuk menjalani hidup secara teratur, berorientasi tujuan, dan mampu menyesuaikan antara tanggung jawab personal dan sosial dalam kerangka nilai-nilai Islam yang holistik. Dalam konteks ini, manajemen dipandang sebagai bagian dari *al-hikmah* (kebijaksanaan) dalam menyusun prioritas dan menyelaraskan kehidupan pribadi dengan tanggung jawab sosial demi tercapainya keseimbangan (*muwāzanah*) antara dunia dan akhirat[43]

Dengan demikian, manajemen dapat dipahami sebagai suatu disiplin ilmu sekaligus seni praktik yang mencakup fungsi-fungsi seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap penggunaan sumber daya yang tersedia baik itu manusia, dana, waktu, maupun informasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Dalam konteks kelembagaan, baik pada sektor bisnis, pemerintahan, maupun institusi sosial seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), manajemen berperan penting dalam

[42] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Kemdikbud, 2022), diakses dari https://kbbi.kemdikbud.go.id

[43] Muhammad Abdul Jawwad, *Manajemen Islami dalam Kehidupan Sehari-hari*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 45–47.

memastikan keberlangsungan program, akuntabilitas publik, serta pencapaian dampak yang nyata terhadap masyarakat. Terlebih dalam lembaga sosial berbasis keagamaan seperti pengelolaan zakat, praktik manajemen harus diselaraskan dengan prinsip syariah serta prinsip-prinsip good governance agar tidak hanya sekadar administratif, tetapi juga membawa keberkahan (*barakah*) dan keadilan sosial bagi para mustahik.

2. Pengertian Zakat, Infak dan Sedekah

a. Zakat

Secara etimologis, kata zakat berasal dari kata *zaka*, yang memiliki makna berkah, tumbuh, suci, dan baik. Berdasarkan penjelasan dalam *Lisan Al-Arab*, makna dasar dari kata *zakat* meliputi kesucian, pertumbuhan, keberkahan, serta sifat terpuji. Semua makna ini memiliki relevansi dalam penggunaan istilah zakat sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an dan Hadits.Ditinjau dari segi bahasa, istilah *zakat* merupakan bentuk kata dasar (*masdar*) dari *zaka*, yang mengandung arti sesuatu yang membawa keberkahan, mengalami pertumbuhan, bersih, dan memiliki sifat baik. Jika suatu hal disebut *zaka*, maka hal tersebut diartikan sebagai sesuatu yang tumbuh dan berkembang. Sementara itu, jika digunakan untuk seseorang, istilah *zaka* menggambarkan pribadi yang baik, bersih, dan terpuji.[44]

Menurut istilah dalam fikih, zakat diartikan sebagai "sejumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan atas perintah Allah untuk diberikan kepada pihak-pihak yang berhak menerimanya." Harta yang dikeluarkan disebut zakat karena memiliki makna "menambah jumlah harta, menjadikannya lebih bernilai, serta melindungi kekayaan dari kerusakan dan kebinasaan." Pendapat ini disampaikan oleh Wahidi dan dikutip oleh Nawawi.[45]

Dasar hukum zakat telah banyak dijelaskan antara lain :

1) Landasan Dalam Al- Qur'an

Al-Qur'an memberikan penekanan yang kuat terhadap kewajiban menunaikan zakat. Istilah *zakat* disebutkan sebanyak tiga puluh kali dalam berbagai ayat, dan sebanyak dua puluh tujuh kali di antaranya dikaitkan

[44] Nazaruddin Nazaruddin, "Implementasi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat," *Ibrah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 13–24, https://doi.org/10.47766/ibrah.v1i1.548.

[45] Muhammad Iqbal, "Hukum Zakat Dalam Perspektif Hukum Nasional," *Jurnal Asy-Syukriyyah* 20, no. 1 (2019): 26–51, https://doi.org/10.36769/asy.v20i1.43.

secara langsung dengan perintah mendirikan salat. Hal ini menunjukkan bahwa antara salat dan zakat memiliki hubungan erat sebagai dua kewajiban pokok dalam Islam. Salah satu ayat yang secara eksplisit menyebutkan zakat terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 43, di mana Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk menegakkan salat dan menunaikan zakat secara bersamaan.

وَاَقِيْمُوا الصَّلٰوةَ وَاٰتُوا الزَّكٰوةَ وَارْكَعُوْا مَعَ الرّٰكِعِيْنَ ﴿٤٣﴾

Artinya "Dan dirikanlah salat, tunaikanlah zakat dan rukuklah bersama orangorang yang rukuk."

Dalam ayat ini, Allah memberikan tiga perintah kepada Bani Israil.

Pertama, mereka diperintahkan untuk melaksanakan salat secara teratur pada setiap waktu yang telah ditetapkan. Salat tersebut harus dilakukan dengan memenuhi semua syarat dan rukunnya, serta dijalankan dengan penuh kekhusyukan dan ketulusan hati sesuai dengan ajaran yang disampaikan oleh Nabi Musa a.s.

Kedua, mereka diwajibkan untuk menunaikan zakat, karena zakat merupakan bentuk rasa syukur atas nikmat yang telah diberikan Allah. Selain itu, zakat juga memiliki fungsi sosial dalam membangun hubungan erat antara sesama manusia serta menyucikan hati. Dengan adanya zakat, tercipta kerja sama dan saling tolong-menolong dalam masyarakat, di mana orang-orang miskin mendapatkan bantuan dari mereka yang berkecukupan, sementara orang kaya juga mendapatkan manfaat dari keberadaan kaum dhuafa. Dalam hal ini, Rasulullah saw. bersabda:

الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضاً (رواه البخاري ومسلم)

"*Orang Mukmin terhadap Mukmin yang lain tak ubahnya seperti sebuah bangunan, masing-masing bagiannya saling menguatkan."(Riwayat al-Bukhārī dan Muslim)*

Ketiga, mereka diperintahkan untuk rukuk bersama orang-orang yang rukuk, yang berarti mereka diminta untuk masuk Islam dan melaksanakan salat berjamaah sebagaimana kaum Muslimin

Dalam ajaran Islam, salat terdiri dari berbagai gerakan fisik seperti rukuk, sujud, dan iktidal. Namun, dalam ayat ini, Allah hanya menyebutkan rukuk sebagai penekanan bahwa mereka harus melaksanakan salat dengan benar, sesuai dengan syariat Islam yang diajarkan oleh Rasulullah saw.,

bukan dengan cara mereka sebelumnya yang tidak mencakup rukuk.[46]

2) Dalam Nasional

Sejak tanggal 23 September 1999, Indonesia secara resmi memiliki dasar hukum terkait pengelolaan zakat melalui Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999. Ketentuan teknis pelaksanaannya kemudian dirumuskan lebih lanjut melalui Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 581 Tahun 1999, yang mengalami penyempurnaan melalui KMA Nomor 373 Tahun 2003 serta Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor D-29 Tahun 2000. Dalam rangka menyesuaikan dengan dinamika dan kebutuhan pengelolaan zakat nasional, regulasi tersebut diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.[47]

Mustahiq zakat adalah mereka yang berhak menerima harta zakat. Allah SWT telah menjelaskan kelompok-kelompok yang berhak menerima zakat dalam firman-Nya.:

۞ إِنَّمَا ٱلصَّدَقَٰتُ لِلْفُقَرَآءِ وَٱلْمَسَٰكِينِ وَٱلْعَٰمِلِينَ عَلَيْهَا وَٱلْمُؤَلَّفَةِ
قُلُوبُهُمْ وَفِى ٱلرِّقَابِ وَٱلْغَٰرِمِينَ وَفِى سَبِيلِ ٱللَّهِ وَٱبْنِ ٱلسَّبِيلِ ۖ
فَرِيضَةً مِّنَ ٱللَّهِ ۗ وَٱللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦٠﴾

Artinya: "Sesungguhnya shadaqah (zakat-zakat) itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mualaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang diwajibkan Allah; Dan Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana." (QS At-Taubah ayat 60).[48]

Setelah Allah membantah tuduhan dan ejekan orang-orang munafik yang kurang memahami kebenaran terhadap Nabi Muhammad saw., khususnya dalam hal pembagian harta zakat, Allah kemudian menegaskan bahwa Dialah satu-satunya yang memiliki wewenang dalam menentukan pembagian zakat. Allah-lah yang menetapkan

[46] V Srigantini, "EFISIENSI PENGELOLAAN DANA ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH PADA ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI INDONESIA (Studi Kasus Pada BAZNAS Dan …" 9865 (2020): 167–80, http://repositori.unsil.ac.id/2034/3/BAB I.pdf.

[47] Hanafi, Wijiastuti, and Nurdin, "Analisis Hukum Terhadap Pendistribusian Zakat Oleh Baznas Kota Palu Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan."

[48] Andi Suryadi, "Mustahiq Dan Harta Yang Wajib Dizakati," *Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan & Kebudayaan* 19, no. 1 (2018): 3–9.

hukum, mengatur ketentuannya, serta menentukan siapa yang berhak menerimanya. Urusan ini tidak diserahkan kepada manusia, melainkan tetap berada dalam ketetapan-Nya yang mutlak. Oleh karena itu, Allah sendiri yang membagi dan menetapkan penerima zakat sebagaimana yang telah dijelaskan secara jelas dalam ayat ini.

Imam Abu Daud dalam kitab *Sunan*-nya meriwayatkan sebuah hadis melalui Abdur Rahman ibnu Ziyad ibnu An'am yang berpredikat agak daif dan Ziyad ibnu Na'im, dari Ziyad ibnul Haris As-Sadai r.a. Dikisahkan bahwa Ziyad ibnul Haris datang kepada Nabi Muhammad saw. dan mengucapkan baiat (janji setia) kepadanya. Setelah itu, seorang lelaki datang dan meminta bagian dari zakat kepada Nabi saw.

Maka, Rasulullah saw. pun bersabda kepadanya:

"إِنَّ اللَّهَ لَمْ يَرْضَ بِحُكْمِ نَبِيٍّ وَلَا غَيْرِهِ فِي الصَّدَقَاتِ حَتَّى حَكَمَ فِيهَا هُوَ، فَجَزَّأَهَا ثَمَانِيَةَ أَصْنَافٍ، فَإِنْ كُنْتَ مِنْ تِلْكَ الْأَجْزَاءِ أَعْطَيْتُكَ"

"Sesungguhnya Allah tidak rela kepada keputusan seorang nabi pun, tidak pula orang lain dalam masalah zakat-zakat itu, melainkan Dia sendirilah yang memutuskannya. Maka Dia membagi-bagikannya kepada delapan golongan. Jika engkau termasuk di antara delapan golongan itu, maka aku akan memberimu. Golongan yang berhak menerima zakat yakni"[49]

1. Fakir : Terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama fiqih mengenai definisi orang fakir (*al-faqr*, jamaknya *al-fuqara*). Imam Abu Hanifah berpendapat bahwa orang fakir adalah mereka yang tidak memiliki penghasilan tetap untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Sementara itu, menurut pendapat jumhur ulama, fakir adalah individu yang tidak memiliki harta atau penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, tempat tinggal, serta keperluan pokok lainnya, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk keluarga serta orang-orang yang menjadi tanggungannya.
2. Miskin : Dalam mendefinisikan orang miskin (*al-miskin*, jamaknya *al-masakin*), terdapat perbedaan pendapat di antara kedua golongan ulama di atas. Menurut Imam Abu Hanifah, orang miskin adalah

[49] Wahyu Nugroho M H et al., "Konteks Fiqh Kontemporer," no. 12102010 (2022).

mereka yang memiliki pekerjaan tetap, tetapi penghasilan yang diperoleh tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Sementara itu, jumhur ulama berpendapat bahwa orang miskin adalah mereka yang memiliki harta atau penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri dan tanggungannya, namun penghasilan tersebut masih belum mencukupi semua kebutuhan dasar mereka.

3. Amil : Amil merujuk pada individu yang diberi tanggung jawab dan kewenangan untuk mengelola zakat. Tugas utama seorang amil mencakup pengumpulan zakat dari para muzaki, menyimpan dana zakat dengan aman, serta mendistribusikannya kepada mustahiq yang berhak menerimanya. Amil juga Berperan sangat penting dalam memastikan bahwa zakat yang dikumpulkan dapat digunakan dengan efisien dan tepat sasaran, serta mendukung transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat
4. Mu’allaf : Mu'allaf adalah orang yang baru saja memeluk agama Islam dan membutuhkan dukungan untuk menguatkan iman mereka dan membantu proses penyesuaian diri dalam kehidupan baru mereka sebagai seorang Muslim. Zakat diberikan kepada mu’allaf untuk membantu mereka dalam menjalani kehidupan setelah memeluk Islam, dengan tujuan agar mereka merasa diterima dalam komunitas Muslim dan memperoleh bantuan untuk kebutuhan hidup mereka. Zakat ini diharapkan dapat memperkuat keimanan mereka dan mendorong mereka untuk lebih aktif dalam kehidupan beragama.
5. Riqab : Riqab merujuk pada budak atau hamba sahaya yang ingin memerdekakan diri. Dulu banyak orang yang menjadi budak karena perang atau kondisi sosial yang memaksa mereka ke dalam perbudakan. Mereka yang ingin membebaskan diri dari perbudakan dan memiliki keinginan untuk membeli kebebasannya, namun tidak memiliki dana yang cukup, berhak menerima zakat untuk membayar harga pembebasan mereka. Meskipun perbudakan sudah tidak ada di sebagian besar dunia, zakat dalam konteks riqab masih relevan dalam mendukung kebebasan individu dari belenggu

ketidakadilan atau penindasan.

6. Gharim : Gharim adalah orang yang terlilit utang dan tidak mampu membayar utangnya. Mereka berhak menerima zakat untuk membantu melunasi utang-utang yang mereka tanggung. Zakat yang diberikan kepada gharim dapat digunakan untuk membayar kewajiban utang mereka, dengan tujuan agar mereka tidak terjebak dalam kesulitan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam hal ini, zakat bertujuan untuk memberikan kelegaan dan kesempatan kepada individu untuk memulai kehidupan baru tanpa beban utang.
7. Fisabilillah : Fisabilillah merujuk pada orang yang berjuang di jalan Allah, termasuk di dalamnya para pejuang agama, pekerja dakwah, atau mereka yang berjuang untuk menegakkan kebenaran dan keadilan menurut ajaran Islam. Mereka yang terlibat dalam perjuangan fisabilillah membutuhkan dukungan finansial untuk melanjutkan perjuangan mereka. Zakat diberikan kepada mereka untuk mendukung kegiatan dakwah, perang di jalan Allah (seperti yang terjadi pada masa awal Islam), serta usaha-usaha yang membawa manfaat besar bagi umat Islam dan kebenaran agama Islam.
8. Ibnu Sabil. : Ibnu Sabil adalah orang yang sedang dalam perjalanan jauh dan membutuhkan bantuan untuk melanjutkan perjalanan mereka atau kembali ke tempat asal. Mereka mungkin kehabisan dana di tengah perjalanan dan tidak memiliki cukup uang untuk melanjutkan perjalanan atau kembali ke rumah. Zakat yang diberikan kepada ibnu sabil bertujuan untuk membantu mereka yang terjebak dalam keadaan darurat di luar kota atau wilayah asal mereka, agar mereka dapat melanjutkan perjalanan atau pulang dengan aman.

Secara keseluruhan, kedelapan golongan ini merupakan penerima zakat yang ditetapkan dalam syariat Islam. Tujuan pemberian zakat kepada mereka adalah untuk membantu mengurangi kesulitan hidup dan memastikan distribusi kekayaan yang adil dalam masyarakat. Zakat bukan hanya kewajiban sosial, tetapi juga sarana untuk memperkuat solidaritas dan kesejahteraan umat Islam secara keseluruhan.

b. Infak

Infak berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan tertentu. Secara terminologi syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan untuk kepentingan yang sesuai dengan ajaran Islam. Infak berbeda dengan zakat karena tidak ada nisab atau jumlah harta yang harus dipenuhi, dan tidak harus diberikan kepada mustahik tertentu, melainkan kepada siapa saja yang membutuhkan seperti orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin, atau orang yang sedang dalam perjalanan. Infak adalah pengeluaran yang dilakukan secara sukarela, dimana pemiliknya memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan jumlah harta yang akan diserahkan setiap kali memperoleh rizki.

Dalam Islam, infak merupakan ibadah sunah yang sangat mulia. Berinfak dan mengeluarkan sebagian harta dianggap sebagai perbuatan yang berkesan dalam mencapai kebahagiaan hidup, baik di dunia maupun di akhirat. Infak dalam Islam diartikan sebagai mengorbankan harta pada jalan Allah yang dapat menjamin segala kebutuhan manusia sesuai dengan tata cara yang diatur oleh hukum.[50]Dasar hukum infak telah banyak dijelaskan antara lain dalam al-Qur'an Surat al Isra' ayat 100 :

قُلْ لَّوْ اَنْتُمْ تَمْلِكُوْنَ خَزَاۤىِٕنَ رَحْمَةِ رَبِّيْٓ اِذًا لَّاَمْسَكْتُمْ خَشْيَةَ الْاِنْفَاقِۗ وَكَانَ الْاِنْسَانُ قَتُوْرًا ١٠٠

Artinya : Katakanlah (Muhammad),"Sekiranya kamu menguasai perbendaharaan rahmat Tuhanku, niscaya (perbendaharaan) itu kamu tahan, karena takut membelanjakannya." Dan manusia itu memang sangat kikir.

Berdasarkan firman Allah di atas bahwa Infak tidak mengenal nishab seperti zakat. Infak dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah ia disaat lapang maupun sempit. Jika zakat harus diberikan pada mustahik tertentu (8 asnaf) maka infak boleh diberikan kepada siapapun juga, misalkan untuk kedua orang tua, anak yatim, anak asuh dan sebagainya

Dalam al Quran Surat Al Baqarah ayat 215 dijelaskan sebagai berikut :

[50] Andi M Fadly Taher ,Suprijati Sarib, Rosdalina Bukido, *Sistem Pengelolaan Dana Kotak Infak Dan Sedekah Keliling Masjid Di Pasar 45 Manado,* Vol. 14. No 2, Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah,2016 hlm 55- 56

يَسْـَٔلُوْنَكَ مَاذَا يُنْفِقُوْنَۗ قُلْ مَآ اَنْفَقْتُمْ مِّنْ خَيْرٍ فَلِلْوَالِدَيْنِ وَالْاَقْرَبِيْنَ وَالْيَتٰمٰى وَالْمَسٰكِيْنِ وَابْنِ السَّبِيْلِۗ وَمَا تَفْعَلُوْا مِنْ خَيْرٍ فَاِنَّ اللّٰهَ بِهٖ عَلِيْمٌ ٢١٥

Artinya : "mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan." dan apa saja kebaikan yang kamu buat, Maka Sesungguhnya Allah Maha mengetahuinya.

d. Sedekah

Sedekah diambil dari kata bahasa Arab yaitu *"shadaqah*", berasal dari kata *sidq (sidiq)* yang berarti "kebenaran". Menurut peraturan BAZNAS No.2 tahun 2016, sedekah adalah harta atau non harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum. Secara etimologi, kata "shadaqah" berasal dari bahasa Arab "*ash-shadaqah*". Pada awal perkembangan Islam, shadaqah diartikan sebagai pemberian yang disunahkan (shadaqah sunah). Secara terminologi, shadaqah adalah memberikan sesuatu tanpa mengharapkan imbalan karena mengharap pahala dari Allah SWT.[51]

Sedekah adalah pemberian harta kepada orang-orang fakir, orang yang membutuhkan, atau pihak lain yang berhak menerima shadaqah, tanpa ada imbalan yang diberikan. Shadaqah memiliki makna yang lebih luas daripada zakat dan infak. Sedekah merupakan kewajiban yang dilakukan oleh seorang muslim yang memiliki kelebihan harta.. Sedekah tidak hanya memberi manfaat material, tetapi juga membersihkan jiwa, mengembangkan kebaikan, dan memberikan harapan untuk mendapat berkah[52].

Para fuqaha (ahli fiqih) menyatakan bahwa sedekah lebih utama jika diberikan secara diam-diam daripada secara terang-terangan. Hal ini sejalan dengan hadis Nabi SAW yang menyebutkan bahwa salah satu kelompok hamba Allah SWT yang mendapat naungan-Nya di hari kiamat adalah orang yang memberi sedekah dengan tangan kanannya dan menyembunyikannya, seolah-olah tangan kirinya tidak mengetahui apa yang telah diberikan oleh tangan kanannya.[53]

---

[51] *Sedekah Tanda Syukur*,(https://baznas.go.id/sedekah , di akses pada tanggal 10 mei 2024), 2021

[52] Zulkifli. Panduan Praktis Memahami Zakat Infak, Shadaqah, Wakaf Dan Pajak,(Yogyakarta, Kalimedia, 2020), Hlm 31-32

[53] "22205035001_BAB-I_IV-Atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.Pdf," n.d.

Selain sedekah yang wajib, ada juga sedekah yang disunnahkan dan dianjurkan untuk dikeluarkan kapan saja. Hal ini karena anjuran dari al-Qur'an dan as-Sunnah untuk memberikan sedekah tidak terbatas. Memberikan sedekah pada setiap kesempatan, yang merupakan perbuatan sunnah, dilakukan menurut kesepakatan ulama. Islam mendorong umatnya untuk berkorban dengan harta, memberikan dorongan dengan bahasa yang menggugah hati, membangkitkan semangat, dan menanamkan nilai-nilai kebaikan dalam hati Sedekah disunnahkan bagi orang yang memiliki kelebihan harta, yaitu dari biaya untuk dirinya sendiri dan biaya orang-orang yang dinafkahkan. apabila seseorang memberikan sedekah sehingga orang-orang yang dinafkahkan menjadi kekurangan, maka ia berdosa, berdasarkan sabda Nabi SAW:"Telah bercerita kepada kami Muhammad bin Kasir, telah mengabarkan kepada kami Sufyan, telah bercerita kapada kami Abu Ishak dari Wahab bin Jabir hawani dari Abdullah bi Amru berkata. Telah bersabda Rasulullah SAW cukuplah seseorangdinilai berdosa apabila ia menyianyia orang-orang yang harus dinafkahkan". (HR. Abu Daud)[54]

3. Pengertian Manajemen Zakat

Manajemen zakat dapat diartikan sebagai suatu proses pengelolaan zakat yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi terhadap kegiatan penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan syariah, yaitu peningkatan kesejahteraan mustahik dan pengurangan kemiskinan. Dalam perspektif Islam, manajemen zakat tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga menekankan pada nilai-nilai amanah, transparansi, dan keadilan sosial. Menurut Furqon dalam bukunya *Manajemen Zakat*, manajemen zakat mencakup aktivitas untuk memastikan bahwa dana zakat dikelola secara profesional, mulai dari penghimpunan dari para muzakki, pendistribusian kepada mustahik, hingga pelaporan ke publik secara transparan, agar zakat berfungsi optimal sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi umat dan pengentasan kemiskinan.[55]

Menurut Hasan (2011), pengelolaan zakat yang efektif dan efisien memerlukan penerapan prinsip-prinsip manajemen yang tepat. Dalam konteks ini,

[54] Ummi Annisyah, "Program Studi : Program Studi :" 1, no. 48 (2022): 1–8.
[55] Furqon Ahmad, *Manajemen zakat, (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015) hal 4*

pengelolaan zakat mencakup empat fungsi utama manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).[56]

a. **Perencanaan (Planning)**

Perencanaan adalah proses menetapkan dan merumuskan berbagai kebutuhan yang timbul dari kondisi dan situasi yang dihadapi suatu lembaga atau organisasi. Dalam hal pengelolaan zakat, perencanaan mencakup antisipasi terhadap kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang dan penetapan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Di BAZNAS, bentuk perencanaan ini dapat meliputi strategi penghimpunan dana, pendistribusian, hingga pendayagunaan zakat agar seluruh aktivitas organisasi terarah dan selaras dengan tujuan syariah.

b. **Pengorganisasian (Organizing)**

Pengorganisasian didefinisikan sebagai proses mengelompokkan dan mengatur sumber daya, khususnya sumber daya manusia (SDM), agar dapat bekerja secara sinergis sesuai dengan rencana yang telah disusun. Dalam pengelolaan zakat, fungsi ini mencakup pengaturan struktur organisasi yang efisien, penempatan SDM sesuai dengan kompetensinya, serta pengelompokan tugas-tugas berdasarkan bidang kerja seperti penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan. Efektivitas pelaksanaan fungsi ini sangat menentukan keberhasilan operasional BAZNAS secara keseluruhan.

c. **Pengarahan (Actuating)**

Fungsi pengarahan berkaitan erat dengan kemampuan pimpinan dalam memberikan bimbingan dan motivasi kepada seluruh anggota organisasi. Tujuannya menciptakan kondisi kerja yang harmonis, produktif, dan terorganisir, sehingga setiap individu memahami peran dan tanggung jawabnya. Dalam konteks zakat, pengarahan bertujuan untuk meningkatkan etos kerja, kedisiplinan, dan integritas para amil dalam menjalankan tugas pengelolaan dana zakat secara profesional.

4. Pengawasan (Controlling)

Pengawasan merupakan proses untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan

[56] Muhammad Hasan, Manajemen Zakat: Model Pengelolaan yang Efektif (Yogyakarta: Idea Press, 2011), hlm. 21.

organisasi berjalan sesuai dengan rencana dan ketentuan yang telah ditetapkan. Fungsi ini mencakup evaluasi terhadap capaian program, identifikasi penyimpangan, dan perbaikan atas kelemahan yang ditemukan. Dalam pengelolaan zakat, pengawasan penting untuk menjaga akuntabilitas dan transparansi, serta untuk memastikan bahwa pendistribusian zakat benar-benar tepat sasaran dan sesuai prinsip syariah.

Dengan menerapkan empat fungsi manajemen secara terpadu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan BAZNAS diharapkan mampu mengelola dana zakat secara lebih profesional, akuntabel, dan strategis dalam rangka mencapai tujuan syariah, yaitu kesejahteraan umat dan pengentasan kemiskinan. Perencanaan memungkinkan BAZNAS menyusun langkah-langkah konkret sesuai kondisi lapangan; pengorganisasian memungkinkan pengalokasian sumber daya secara efisien; pengarahan memberikan motivasi dan arahan kerja yang jelas bagi pelaksana; serta pengawasan menjamin setiap tahapan berjalan sesuai target dan dapat dievaluasi secara berkala. Penerapan keempat fungsi ini memperkuat kepercayaan publik, memperluas jaringan muzakki, dan mendorong pemanfaatan dana secara optimal, sehingga zakat tidak hanya menjadi kewajiban ibadah, tetapi juga instrumen pembangunan sosial dan pemberdayaan ekonomi umat.[57]

C. Digitalisasi

1. Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses transformasi dari sistem manual menuju sistem berbasis teknologi informasi yang memanfaatkan media digital untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan efektivitas pelayanan. Dalam konteks penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS), digitalisasi berperan penting untuk memperluas jangkauan lembaga zakat kepada masyarakat, khususnya muzakki dari kalangan milenial dan urban yang lebih aktif secara digital. Pemanfaatan platform digital memungkinkan proses penghimpunan dana dilakukan secara lebih mudah, cepat, dan aman, termasuk melalui media sosial, sistem transfer bank, serta penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Strategi ini membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menunaikan kewajiban

[57] Rahmini Hadi, "Manajemen Zakat, Infaq, dan Shadaqah di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Banyumas," *el-JIZYA: Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8 No. 2 (2020)

zakat, serta membangun kepercayaan publik terhadap transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana zakat oleh lembaga amil zakat seperti BAZNAS Kabupaten Pati.[58]

Menurut Anggraini dan Hilal, digitalisasi dalam sistem zakat memberikan manfaat dalam hal efisiensi operasional dan transparansi pengelolaan dana, serta memperkuat komunikasi antara lembaga zakat dan masyarakat luas melalui media sosial dan platform online yang digunakan secara masif dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern.[59] Dalam implementasinya, BAZNAS Kabupaten Pati telah memanfaatkan Facebook, Instagram, WhatsApp, dan metode transfer bank untuk menjangkau donatur, memberikan laporan distribusi dana, serta meningkatkan literasi zakat di masyarakat. Bahkan, QRIS menjadi inovasi unggulan karena mampu mengakomodasi pembayaran zakat secara real-time dan mudah diakses oleh pengguna smartphone. Hal ini diperkuat oleh temuan Agustin dkk. yang menyatakan bahwa metode non-tunai seperti QRIS terbukti meningkatkan minat muzakki, khususnya dari kalangan produktif dan generasi muda

Namun, strategi digitalisasi dalam fundraising zakat juga menghadapi tantangan. Nazir dkk. mengemukakan bahwa kendala utama terletak pada tingkat literasi digital masyarakat yang masih rendah di wilayah pedesaan, serta keterbatasan sumber daya manusia di lembaga zakat dalam mengelola sistem digital secara optimal[3]. Selain itu, infrastruktur teknologi yang belum merata menjadi penghambat bagi sebagian masyarakat untuk mengakses layanan digital zakat. Oleh karena itu, kolaborasi strategis dengan pihak ketiga seperti bank syariah, fintech, dan media daring menjadi peluang penting yang dapat memperkuat sistem fundraising digital secara terintegrasi.[60]

Dari perspektif manajemen zakat modern, Furqon Ahmad menjelaskan bahwa strategi fundraising berbasis digital merupakan bagian integral dari inovasi tata kelola zakat yang mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap

[58] Jayanti Armida Sari and Bambang Agus Diana, "Dampak Transformasi Digitalisasi Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan," *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 9, no. 2 (2024): 88–96, https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896.

[59] Anggraini, N. R., & Hilal, H. A. (2022). "Digitalisasi Zakat: Inovasi Pengelolaan Zakat Berbasis Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Umat". *Jurnal Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, , 26–41.

[60] Nazir, M., Ningsih, D. F., & Romdloni, M. (2024). "Transformasi Digital Fundraising Zakat dan Tantangannya di Daerah Terpencil". *Al-Tijarah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 45–58.

lembaga zakat yang profesional, transparan, dan akuntabel. [61]Dengan memanfaatkan digitalisasi secara maksimal, lembaga zakat dapat meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan muzakki, serta mempercepat proses distribusi dana kepada mustahik. Hal ini menjadikan strategi digital bukan sekadar pilihan, melainkan kebutuhan mutlak di era teknologi informasi untuk mewujudkan pengelolaan zakat yang inklusif dan berdaya guna.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi dalam penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) merupakan strategi penting yang mendorong transformasi pengelolaan zakat menuju sistem yang lebih efisien, transparan, dan akuntabel. Pemanfaatan media sosial, sistem transfer bank, serta Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) memberikan kemudahan akses bagi muzakki, khususnya generasi muda dan masyarakat yang aktif menggunakan teknologi digital. Strategi ini turut berperan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penunaian kewajiban zakat, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga zakat. Meski demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, serta belum meratanya infrastruktur teknologi di daerah tertentu menjadi hambatan yang harus segera diatasi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah, perusahaan teknologi finansial, serta media daring untuk mendukung integrasi sistem fundraising digital secara menyeluruh. Dengan strategi digitalisasi yang tepat, lembaga zakat seperti BAZNAS dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas jangkauan muzakki, dan mewujudkan pengelolaan zakat yang inklusif serta berdampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat.

2. Fungsi dan Peran Teknologi Digitalisasi

Teknologi digital memiliki sejumlah fungsi dan peran penting yang semakin relevan dalam berbagai sektor, termasuk dalam bidang pemasaran, pengumpulan dana sosial, dan penyebaran informasi. [62]

Pertama, teknologi digital, khususnya internet, berfungsi sebagai sarana pemasaran yang efektif dan efisien. Perkembangan internet yang sangat pesat memberikan peluang bagi organisasi maupun perusahaan untuk mempromosikan produk dan layanan secara luas. Internet memungkinkan pelaku usaha untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran dan riset pasar yang sesuai dengan karakteristik produk yang ditawarkan. Dalam konteks

[61] Furqon Ahmad, *Manajemen zakat, (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015)*

[62] Ramy Abubakri Akhirul Zulhaj, *Digitalisasi Fundraising Zakat, Infak dan Sedekah di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sulawesi Selatan* (Tesis, UIN Alauddin Makassar, 2023),

penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS), media digital dapat menjangkau berbagai wilayah yang memiliki akses internet, sehingga sangat membantu dalam meningkatkan partisipasi muzakki dalam proses pengumpulan dana sosial.

Kedua teknologi digital juga berperan dalam mempermudah pelaksanaan berbagai aktivitas pekerjaan. Kehadiran perangkat pintar berbasis internet, seperti smartphone, memungkinkan individu untuk mengakses teknologi digital kapan saja dan di mana saja. Pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai platform seperti blog, microblogging, maupun media sosial. Dengan jumlah pengguna internet yang mencapai miliaran orang di seluruh dunia, potensi pasar dan jangkauan teknologi ini sangat luas dan menjanjikan.

Ketiga, teknologi digital berperan sebagai alat pencarian informasi yang sangat efektif. Melalui mesin pencari (search engine), pengguna dapat mengakses beragam literatur, buku, majalah, serta publikasi resmi dan dokumen pemerintah yang tersedia secara daring. Hal ini menjadikan internet sebagai sumber pengetahuan yang terbuka dan luas.

Keempat, teknologi digital berfungsi sebagai media penyimpanan, distribusi, dan penyebaran informasi. Informasi yang sebelumnya hanya tersedia melalui laporan fisik atau komunikasi internal kini dapat diakses secara luas melalui situs web, platform digital, dan berbagai aplikasi teknologi. Halaman-halaman informasi yang tersedia di dunia maya juga memudahkan pengguna untuk melacak, mengakses, dan memanfaatkan informasi tersebut dengan cepat dan efisien

3. Kunci Strategis Digitalisasi

Dalam Fundraising Dana Zakat, Infak, dan Sedekah / Kunci Strategis dalam Penerapan Digitalisasi Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Dalam mengembangkan strategi penghimpunan dana zakat melalui pendekatan digital, terdapat sejumlah faktor kunci yang menjadi pendorong keberhasilan digital fundraising. Menurut Arief, salah satu studi kasus yang dapat dikaji adalah penerapan strategi fundraising di LAZ BaitulMaalKu, yang menunjukkan bahwa keberhasilan mereka dalam menarik minat para muzakki tidak terlepas dari sejumlah aspek strategis. Di antaranya adalah legalitas kelembagaan yang terjamin, keberadaan program-program sosial yang konsisten seperti santunan bulanan untuk kaum jompo, inisiatif pemberdayaan ekonomi bagi mustahik, serta pemberian beasiswa kepada siswa-siswi dari keluarga dhuafa yang berprestasi. Program-program tersebut memberikan nilai emosional dan sosial yang tinggi, sehingga mampu menumbuhkan loyalitas dan kepercayaan dari para muzakki. [63]

Lebih lanjut, mengacu pada pemaparan dari platform edukasi amil sekolahamil.id, terdapat setidaknya empat faktor utama yang menentukan kesuksesan strategi digital

[63] Nugroho, Ahmad, and Wijoyo, "ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MUZAKKI Studi Pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang."

fundraising, terutama dalam konteks peningkatan pemasukan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS):[64]

a. Pembuatan Konten yang Menggugah Emosi

Salah satu kunci penting dalam mengoptimalkan efektivitas kampanye digital fundraising adalah kemampuan lembaga dalam menghasilkan konten yang menyentuh sisi emosional audiens. Secara psikologis, manusia cenderung lebih tergerak untuk berpartisipasi dalam aktivitas sosial ketika mereka mengalami keterlibatan emosional yang kuat. Sebagaimana dikemukakan oleh Fractl dalam penelitiannya, kampanye digital yang mampu membangun keterikatan emosional terbukti tiga kali lebih mungkin mendapatkan lebih dari 100 penempatan konten, dibandingkan kampanye biasa yang tidak memanfaatkan emosi secara optimal. Bahkan, kampanye yang memperoleh lebih dari 20.000 kali dibagikan di media sosial memiliki peluang delapan kali lebih besar untuk menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiens, dibandingkan dengan kampanye yang hanya mendapat kurang dari 1.000 share. Oleh karena itu, kemampuan lembaga amil zakat dalam memahami psikologi emosi serta menerapkannya dalam strategi komunikasi digital dapat menjadi pembeda utama antara kampanye yang berhasil dan tidak berhasil.

b. Pelayanan Donatur yang Cepat, Responsif, dan Manusiawi

Aspek berikutnya yang sangat menentukan keberhasilan digital fundraising adalah kualitas layanan terhadap para donatur. Dalam konteks lembaga filantropi, pelayanan bukan sekadar memenuhi kebutuhan administratif, melainkan juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan, ramah, dan membangun kepercayaan. Lembaga zakat yang mampu merespons dengan cepat dan penuh empati terhadap pertanyaan, kritik, maupun saran dari donatur akan memperoleh nilai lebih di mata publik. Pelayanan yang baik tidak hanya berdampak pada kepuasan jangka pendek, tetapi juga membangun reputasi jangka panjang yang sangat penting dalam menarik donatur baru. Hasil riset menunjukkan bahwa loyalitas donatur meningkat secara signifikan ketika mereka mendapatkan respons yang solutif, komunikatif, dan manusiawi dari lembaga zakat (Khoiriyah & Wahyudi, 2022). Dengan demikian, investasi dalam pelatihan customer service dan penguatan kanal komunikasi menjadi penting

[64] SekolahAmil.id (2023). Kiat Sukses Digital Fundraising ZIS. https://sekolahamil.id

dalam rangka memperkuat sistem fundraising digital.

c. Sistem Website yang Andal dan Informatif

Website menjadi elemen vital dalam ekosistem digital fundraising, karena berfungsi tidak hanya sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai saluran transaksi dan penguatan citra institusi. Sebuah situs web yang dirancang secara profesional dapat memberikan impresi kredibel kepada donatur potensial, menyajikan laporan penyaluran secara transparan, dan memudahkan proses pembayaran zakat secara daring. Penelitian oleh Salsabila et al. (2023) dalam Enrichment Journal menyatakan bahwa website yang baik memiliki korelasi langsung dengan peningkatan kepercayaan publik dan volume dana yang dihimpun. Website juga memungkinkan lembaga menjangkau pasar yang lebih luas secara geografis, sehingga penghimpunan dana tidak lagi dibatasi oleh batasan fisik atau wilayah administratif.

d. Pengelolaan Traffic Digital secara Strategis

Optimalisasi traffic digital melalui media sosial, SEO (Search Engine Optimization), dan kanal distribusi konten lainnya menjadi fondasi dalam meningkatkan visibilitas dan jangkauan kampanye digital fundraising. Lembaga amil zakat yang mampu menghadirkan konten yang konsisten, bernilai, dan relevan secara emosional akan lebih mudah menarik perhatian publik di media sosial. Platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dapat dimanfaatkan untuk menjangkau audiens muda dan digital native, yang kini menjadi segmen donatur potensial paling aktif. Traffic tinggi pada platform digital bukan hanya menjadi ukuran popularitas, tetapi juga menjadi peluang untuk meningkatkan konversi dari audiens pasif menjadi donatur aktif. Maka, strategi pemasaran digital yang diarahkan pada peningkatan traffic dan engagement akan berdampak langsung pada peningkatan pemasukan dana ZIS secara keseluruhan.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan digital fundraising dalam meningkatkan pemasukan dana zakat tidak hanya bergantung pada ketersediaan platform teknologi, tetapi juga pada strategi komunikasi, pelayanan, dan integritas kelembagaan yang menyertainya. Kombinasi antara konten emosional, sistem pelayanan donatur yang prima, keandalan sistem web, dan traffic media sosial yang tinggi menjadi prasyarat utama dalam membangun ekosistem digital fundraising yang produktif dan berkelanjutan. Temuan ini sejalan

dengan praktik yang dilakukan oleh berbagai lembaga zakat nasional maupun daerah, dan dapat dijadikan dasar analisis dalam skripsi terkait strategi digitalisasi dan kemitraan di BAZNAS Kabupaten Pati.

D. Kemitraan

1. Pengertian Kepercyaan Kemitraan

a. Pengertian kepercayaan

Menurut Payne dalam Yuli Andesra, kepercayaan dipahami sebagai persepsi terhadap reliabilitas dan integritas yang dimiliki oleh mitra dalam suatu hubungan transaksi. Dalam konteks ini, kepercayaan yang diberikan kepada Lembaga Amil Zakat seperti DASI NTB mencerminkan pandangan mitra terhadap kemampuan dan komitmen lembaga dalam menjalankan pengelolaan dana secara profesional. Sementara itu, Handono (juga dalam Yuli Andesra) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan sikap seseorang untuk menggantungkan dirinya dalam suatu relasi kerja sama, yang dilandasi oleh keyakinan tertentu meskipun terdapat potensi risiko di dalamnya.[65]

Menumbuhkan kepercayaan terhadap sebuah lembaga merupakan hal yang sangat krusial dan membutuhkan berbagai strategi yang tepat. Anderson dan Narus menjelaskan bahwa kepercayaan akan terbentuk ketika mitra meyakini bahwa lembaga, dalam hal ini LAZ DASI NTB, mampu memberikan pelayanan yang bernilai dan menguntungkan bagi mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Gundlach dan Murphy dalam Yuli Andesra, yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki kontribusi positif terhadap terbentuknya kepercayaan. Lebih lanjut, kepercayaan tersebut berperan penting dalam membangun loyalitas, khususnya dari pihak donatur atau mitra yang terlibat dalam aktivitas kelembagaan.[66]

Swan et al., sebagaimana dikutip dalam Lendra dan Andi, menyatakan bahwa kepercayaan antara para pihak dalam suatu hubungan dapat dipengaruhi oleh dua jenis faktor, yakni faktor internal dan eksternal. Reputasi individu dalam suatu organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan, di mana kecenderungan penilaian lebih diarahkan pada personalitas seseorang daripada pada institusi tempat ia bernaung[67]. Faktor internal mencakup karakteristik individu seperti pengalaman kerja

[65] Yuli Andesra, "e-Jurnal Apresiasi Ekonomi "Peran Kualitas Pelayanan dalam Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat", ISSN 2337-3997, Volume 4, Nomor 2, Maret 2016, h. 140.

[66] Kepercayaan (Trust) : Pengertian, Definisi, Manfaat dan Faktor-faktornya lengkap dalam https://www.ruangguru.co.id/pengertian-definisi-manfaat-dan -faktor-- faktor-kepercayaan-trust-menurut-para-ahli/ diakses pada 16 juni 2025 pukul 07:25 am.

[67] Lendra dan Andi, "Tingkat Kepercayaan dalam Hubungan Kemitraan Antara Kontraktor dan

dan lamanya terlibat di sektor tertentu. Sementara itu, faktor eksternal melibatkan aspek kelembagaan seperti umur organisasi, klasifikasi lembaga, serta durasi hubungan kemitraan yang telah terjalin, termasuk karakteristik dari proyek yang dilaksanakan. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, kepercayaan dapat dipahami sebagai kesediaan pihak mitra untuk menanggung risiko atas dasar keyakinan bahwa lembaga yang bersangkutan akan bertindak sesuai dengan ekspektasi dan nilai yang disepakati bersama

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan

Swan et al., sebagaimana dikutip dalam Lendra dan Andi, mengemukakan bahwa kepercayaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu hubungan kerja dapat dipengaruhi oleh dua jenis faktor utama, yakni internal dan eksternal. Reputasi individu di dalam suatu organisasi menjadi aspek penting yang turut membentuk tingkat kepercayaan, karena dalam banyak kasus, penilaian lebih diarahkan kepada figur personal dibandingkan lembaga tempatnya bernaung. Faktor internal mencakup karakteristik individu seperti pengalaman di bidang terkait serta durasi keterlibatan di dalam institusi tersebut. Sementara itu, faktor eksternal lebih berkaitan dengan karakteristik organisasi, antara lain umur dan tipe lembaga, durasi kerja sama, serta ciri khas dari proyek yang dijalankan bersama.[68]

Menurut McKnight et al., terdapat beberapa variabel yang memengaruhi tingkat kepercayaan mitra dalam konteks digital, di antaranya adalah reputasi penyedia layanan web (*perceived web vendor reputation*) dan kualitas situs web *(perceived website quality*). Reputasi penyedia layanan web mencerminkan penilaian yang dibentuk berdasarkan informasi dari pihak ketiga, seperti testimoni pengguna lain atau sumber eksternal. Sementara itu, persepsi terhadap kualitas situs web berkaitan dengan sejauh mana pengguna menilai keandalan, kemudahan penggunaan, dan profesionalisme tampilan maupun fungsi dari platform digital tersebut.[69]

c. Pengertian Mitra dan Kemitraan

Kemitraan merupakan suatu bentuk hubungan kerja sama antara dua pihak atau lebih yang didasarkan pada prinsip saling menguntungkan, saling

Subkontraktor di Surabaya", Jurnal Civil Engineering Demension, Vol. 8, No.2, 55-62, September 2006, h. 56.

[68] *Ibid.* Hal 56

[69] Mcknight Et Al, "Develoving Validating Trust Measures For e-Commerce: An Integrative Typology", Information System Research, Vol. 13, No. 3, September 2002, h. 334-359.

membutuhkan, dan saling memperkuat untuk mencapai tujuan bersama secara strategis. Secara etimologis, istilah "kemitraan" berasal dari kata dasar "mitra" yang menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* diartikan sebagai “teman bekerja atau berdampingan dalam usaha dan sebagainya,” sedangkan "kemitraan" didefinisikan sebagai “hubungan sebagai mitra dalam suatu kegiatan kerja sama”[70]. Dengan demikian, kemitraan mengandung unsur hubungan timbal balik yang setara, bersifat jangka panjang, dan mengedepankan sinergi antar pihak yang terlibat.

Dalam literatur akademik, kemitraan juga dijelaskan secara lebih kompleks. Jasuli menyatakan bahwa kemitraan adalah suatu bentuk hubungan kolektif antara dua institusi atau lebih yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas program dan keberhasilan kegiatan yang dijalankan. Dalam konteks lembaga zakat, kemitraan bukan hanya sekadar kerja sama formal, melainkan harus dibangun di atas landasan nilai saling percaya, saling memahami peran masing-masing, dan adanya kesamaan visi dalam memberdayakan masyarakat[71]. Rosmaladewi menambahkan bahwa kemitraan haruslah berlangsung dalam komunikasi dua arah yang terbuka dan berkelanjutan, serta berbasis pada kesetaraan dan kepercayaan untuk menjamin keberlangsungan hubungan yang efektif[72]

Thoby Mutis, salah satu tokoh yang sering dikutip dalam pembahasan kemitraan strategis, menyatakan bahwa kemitraan merupakan strategi kolaboratif yang menggabungkan kekuatan dan keunggulan masing-masing pihak untuk menciptakan nilai tambah secara bersama.[73] Dalam hal ini, sektor publik (termasuk lembaga zakat seperti BAZNAS) dan sektor swasta dapat menjalin hubungan simbiosis yang memperkuat kontribusi terhadap pembangunan sosial dan pengentasan kemiskinan.

Kemitraan strategis, khususnya antara lembaga zakat dan sektor swasta, memiliki posisi yang sangat penting dalam memperluas cakupan distribusi dana zakat dan meningkatkan efektivitas program sosial. Melalui kemitraan, lembaga

[70] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*, https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kemitraan.

[71] Haekal Attar, “Strategi Kemitraan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama (NU CARE LAZISNU) Pusat Dalam Program Pesantren Hijau,” *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023, Https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/73041%0Ahttps://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Bitstream/123456789/73041/1/HAEKAL ATTAR-FDK.Pdf.

[72] Ibid 16

[73] Ibid 17

zakat dapat mengakses sumber daya tambahan, memperluas jangkauan pelayanan, serta meningkatkan legitimasi dan akuntabilitas di mata publik. Sebaliknya, sektor swasta mendapatkan peluang untuk menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) secara lebih terarah, berdampak, dan sesuai prinsip syariah. Oleh karena itu, kemitraan bukan hanya menjadi alat bantu teknis dalam pelaksanaan program, tetapi juga strategi manajerial jangka panjang yang mencerminkan keberpihakan terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan sosial.[74]

2. Strategi Kemitraan

Dalam upaya mengoptimalkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, dan sedekah (ZIS), lembaga zakat seperti BAZNAS memerlukan strategi kemitraan yang sistematis dan berkelanjutan. Strategi kemitraan merujuk pada pendekatan terencana yang dijalankan oleh lembaga zakat untuk menjalin kerja sama dengan sektor swasta guna mencapai tujuan bersama, yakni penguatan kelembagaan dan pemberdayaan mustahik. Strategi ini mencakup berbagai bentuk kolaborasi, mulai dari kerja sama pendanaan, pelaksanaan program sosial, hingga edukasi publik mengenai zakat.

Menurut Attar, strategi kemitraan dalam konteks pengelolaan zakat perlu dimulai dari pemetaan potensi mitra, baik dari segi kapasitas lembaga, kesamaan visi sosial, maupun peluang keterlibatan dalam program pemberdayaan masyarakat. Pendekatan awal ini penting agar kerja sama tidak bersifat transaksional semata, tetapi terbangun atas dasar nilai-nilai sinergi dan keberlanjutan jangka panjang[75].

Selain pemetaan, strategi berikutnya adalah membangun komunikasi efektif melalui media formal maupun informal, seperti audiensi, presentasi program, hingga kolaborasi dalam forum tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dalam hal ini, lembaga zakat harus mampu menyampaikan urgensi pengelolaan zakat yang profesional dan berdampak nyata, sehingga perusahaan melihat manfaat sosial dan reputasi dari kerja sama tersebut.[76]

Strategi kemitraan juga mencakup aspek legalitas dan regulasi. Perlu adanya perjanjian kerja sama (MoU) yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak, prosedur distribusi dana, serta mekanisme pelaporan. Dalam konteks

[74] Ramy Abubakar Akhirul Zulhaj, "Strategi Pengembangan Lembaga Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan melalui Kemitraan dengan Swasta," *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2020, hlm. 5–7.

[75] Attar, "Strategi Kemitraan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama (NU CARE LAZISNU) Pusat Dalam Program Pesantren Hijau."

[76] Ibid 18

manajemen zakat modern, hal ini sejalan dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas yang menjadi fondasi kepercayaan publik[4]. Strategi selanjutnya adalah melakukan monitoring dan evaluasi secara periodik agar kerja sama tidak stagnan dan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan serta dinamika masyarakat.[77]

Dalam jangka panjang, kemitraan strategis dengan sektor swasta dapat menjadi model co-creation yang saling menguatkan. Lembaga zakat memperoleh dukungan finansial dan logistik yang lebih luas, sementara perusahaan mendapatkan nilai tambah berupa kepercayaan publik, penguatan citra, dan kontribusi nyata terhadap pembangunan sosial. Oleh karena itu, strategi kemitraan bukan hanya sekadar upaya pengumpulan dana, melainkan bagian dari transformasi peran lembaga zakat menjadi institusi pemberdayaan yang adaptif, kolaboratif, dan berorientasi hasil.[78]

3. Prinsip Kemitraan

Peraturan Badan Amil Zakat Nasional (Perbaznas) Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang *Pedoman Pelaksanaan Kerja Sama di Lingkungan Pengelola Zakat* memuat ketentuan normatif yang menjadi landasan bagi pelaksanaan kemitraan dalam pengelolaan zakat. Dalam regulasi tersebut ditegaskan bahwa setiap bentuk kerja sama yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat, baik dengan institusi pemerintah, swasta, maupun masyarakat sipil, wajib berpegang pada prinsip-prinsip syariah dan tata kelola yang baik. Adapun prinsip-prinsip utama yang harus dijadikan acuan meliputi:[79]

1). Kepatuhan terhadap syariat Islam sebagai dasar hukum tertinggi dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah.
2). Kerja sama harus terbebas dari unsur maysir (perjudian), gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan hal-hal lain yang bertentangan dengan hukum Islam.
3). Menjunjung tinggi amanah, yang berarti setiap mitra harus bertanggung jawab dan dapat dipercaya dalam menjalankan kewajibannya.
4). Memprioritaskan kemanfaatan yang sebesar-besarnya bagi para mustahik dan masyarakat luas.

[77]Furqon Ahmad, *Manajemen Zakat: Teori dan Aplikasinya*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2015), hlm. 97.
[78] Ramy Abubakar Akhirul Zulhaj, "Strategi Pengembangan Lembaga Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan melalui Kemitraan dengan Swasta," *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2021, hlm. 7.
[79] Badan Amil Zakat Nasional Peraturan Badan Amil Zakat Nasional (Perbaznas) RI Nomor 6 Tahun 2018 tentang Pedoman Pelaksanaan Kerja Sama di Lingkungan Pengelola Zakat. BAZNAS

5). Menjamin prinsip kesetaraan antara pihak-pihak yang bekerja sama tanpa adanya dominasi atau ketimpangan
6). Memastikan adanya kepastian hukum sebagai bentuk perlindungan terhadap semua pihak yang terlibat.
7). Menjunjung tinggi akuntabilitas dengan memberikan ruang bagi pengawasan, evaluasi, dan pelaporan secara transparan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, diharapkan kerja sama yang dilakukan oleh pengelola zakat dapat berlangsung secara adil, profesional, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman serta tata kelola kelembagaan yang modern dan bertanggung jawab.

BAB III
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum BAZNAS Kabupaten Pati

1. Sejarah Berdirinya BAZNAS Kabupaten Pati

Badan Amil Zakat (BAZ) Kabupaten Pati dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Bupati Pati pada tanggal 30 April 2005, dengan masa kepengurusan periode 2004-2007. Namun, setelah pengukuhan, BAZNAS Kabupaten Pati menghadapi sejumlah kendala yang menghambat kinerjanya, antara lain rendahnya pemahaman serta kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat dalam meningkatkan kesejahteraan, belum terbentuknya sistem dan jaringan pengelolaan zakat yang optimal, ketiadaan regulasi daerah yang mengikat, serta masih kurangnya kepercayaan terhadap lembaga zakat tersebut.

Pada tahun ketiga sejak berdiri, tepatnya tahun 2007, BAZ Kabupaten Pati mulai merancang dua program utama, yaitu *studi banding dan sosialisasi* ke berbagai instansi pemerintahan dan swasta. Harapannya, melalui kegiatan ini, kinerja BAZNAS dapat lebih optimal. Pemerintah Daerah Kabupaten Pati mendukung upaya ini dengan mengalokasikan dana sebesar Rp 30.000.000. Studi banding sendiri dilakukan pada tanggal 24-25 Maret 2008 di BAZ Kabupaten Purbalingga, diikuti oleh enam peserta yang terdiri dari perwakilan Dewan Pertimbangan, Dewan Pelaksana, Pemerintah Kabupaten, serta Kementerian Agama (KEMENAG) Pati.

Pada tanggal 16 Januari 2011, terjadi pergantian kepemimpinan dari Bapak Sukadam kepada Bapak Drs. H. Desmon Hastiono untuk periode kepengurusan 2011-2014. Dalam proses serah terima, disampaikan pula saldo dana sebesar Rp 16.350.000 serta sarana dan prasarana kantor BAZ Kabupaten Pati. Tahun 2012 menjadi awal penerapan kebijakan *penarikan iuran atau infak* dari seluruh pegawai di Kabupaten Pati melalui sistem kupon. Hal ini didasarkan pada SK Kepala Kantor Pelayanan Terpadu Kabupaten Pati Nomor 468/01/I/2012 yang memberikan izin kepada Ketua BAZDA Kabupaten Pati untuk melakukan penggalangan dana dengan cara mengedarkan 162.000 lembar kupon khususnya bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Hasil dari kebijakan ini cukup signifikan, di mana pada tahun pertama hingga 31 Desember 2012, dana infak yang berhasil dikumpulkan mencapai Rp 242.171.396.

Namun, pada tahun kedua, yakni Januari hingga Desember 2013, BAZDA Kabupaten Pati mengalami *periode vakum* karena kupon tidak dicetak, sehingga jumlah dana yang dihimpun menurun drastis. Hanya ada pemasukan sebesar Rp 35.263.240. Untuk mengatasi hal ini, pada bulan September 2013 dilakukan pendataan ulang jumlah pegawai PNS di Kabupaten Pati, yang mencatat total 12.966 orang. Dari hasil pendataan ini, diperkirakan bahwa potensi dana yang dapat dikumpulkan setiap bulan mencapai Rp 46.656.000.

Pada bulan November 2013, Ketua BAZDA Kabupaten Pati mengajukan permohonan izin kembali kepada Bupati Pati untuk melanjutkan penggalangan dana. Permohonan ini disetujui dengan diterbitkannya *SK Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Pati Nomor 468/288/2013*. pada tanggal 25 November 2013, yang memberikan izin kepada Ketua BAZDA Kabupaten Pati untuk kembali mengedarkan kupon kepada masyarakat. Hasilnya, mulai Januari 2014, dana yang dihimpun dari berbagai dinas dan instansi di Kabupaten Pati mencapai Rp 457.299.903.

Pada tanggal 30 April 2015, BAZDA Kabupaten Pati secara resmi dikukuhkan menjadi *BAZNAS Kabupaten Pati* melalui Surat Keputusan Bupati Pati No. 451.12/2725 Tahun 2015. Dalam struktur kepengurusan periode 2016-2021, kepemimpinan dipegang oleh Bp H. Imam Zarkasi, S.Ag., M.Pd. Sebelumnya, kantor BAZNAS Kabupaten Pati berlokasi di Jl. P. Sudirman No. 1H Pati dan berbagi gedung dengan Kantor KEMENAG Kabupaten Pati. Namun, pada 18 Oktober 2021, BAZNAS Kabupaten Pati mendapatkan pinjaman bangunan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Pati yang berlokasi di Jl. P. Diponegoro No. 18 Pati. Dengan adanya fasilitas kantor yang lebih luas dan mandiri, diharapkan pelayanan terhadap pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) menjadi lebih efektif serta pengelolaan arsip dan pembukuan dapat dilakukan dengan lebih baik..[80]

2. Visi dan Misi BAZNAS Kabupaten Pati

a. VISI ; " Menjadi lembaga utama menyejahterakan ummat"

b. MISI :

1) Menjadi lembaga utama menyejahterakan ummat."Membangun BAZNAS yang kuat, terpercaya, dan Modern sebagai lembaga

[80] Data Dokumen BAZNAS Kabupaten Pati

pemerintah non-struktural yang berwenang dalam pengelolaan zakat

2) Memaksimalkan literasi zakat nasional dan peningkatan pengumpulan ZIS-DSKL secara masif dan terukur,
3) Memaksimalkan pendistribusian dan pendayagunaan ZIS-DSKL untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan ummat, dan mengurangi kesenjangan sosial;
4) Memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil zakat nasional secara berkelanjutan;
5) Modernisasi dan digitalisasi pengelolaan zakat nasional dengan sistem manajemen berbasis data yang kokoh dan terukur;
6) Memperkuat sistem perencanaan, pengendalian, pelaporan, pertanggungjawaban, dan koordinasi pengelolaan zakat secara nasional;
7) Membangun kemitraan antara muzakki dan mustahik dengan semangat [81]tolong menolong dalanı kebaikan dan ketakwaan;
8) Meningkatkan sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk pembangunan zakat nasional; dan
9) Berperan aktif dan menjadi referensi bagi gerakan zakat dunia.

3. Kondisi Geografis BAZNAS Kabupaten Pati

Badan Amil Zakat Nasional Pati . Pengukuhan : Surat keputusan Bupati No. 451.12/1357 th 2021. BAZNAS memiliki tempat di Kabupaten Pati atau tepatnya di Jl. Pangeran Diponegoro No. 18 , Ngarus, Kecamatan Pati, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Untuk kontak yang dapat di hubungi (0295)4103078/08211289881. Buka setiap hari Senin-jum'at pukul 07.30-03.30

4. Struktur Organisasi

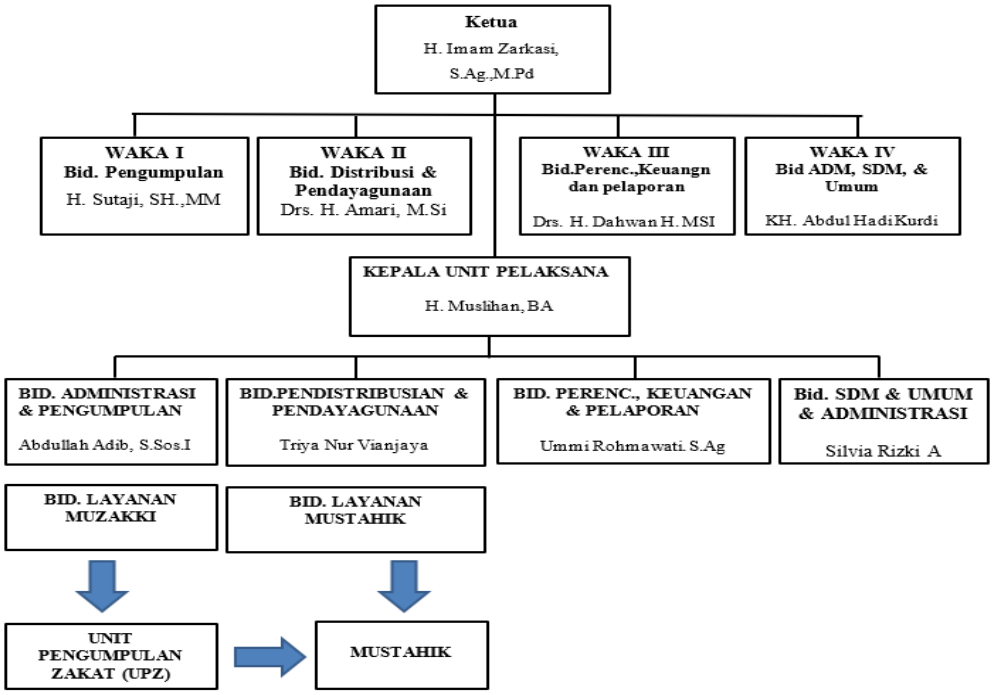
Dalam menjalankan fungsinya, tentu struktur organisasi yang dapat menunjang tercapainya tujuan utama. Dengan struktur organisasi yang ada, manajemen akan lebih mudah mengontrol terlaksananya sebuah pekerjaan yang ada dan melaksanakan pengawasan yang baik atas semua kegiatan yang menyangkut semua fungsi dalam organisasi.

> *"ini untuk strukturnya masi belum di perbarui. Karena Struktur organisasi ini berlaku dari tahun 2021 hingga 2026, sehingga dalam perjalanannya dapat terjadi kekosongan dalam pembagian tugas (jobdesk). Kekosongan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, baik yang dapat diprediksi maupun yang tidak, termasuk jika ada anggota yang meninggal dunia atau*

[81] Data Dokumen BAZNAS Kabupaten Pati

mengalami kondisi yang menghalangi mereka menjalankan tugasnya. Karena pengisian posisi yang kosong hanya dapat dilakukan pada pergantian periode berikutnya atau berdasarkan keputusan Bupati, maka selama masa tunggu, tugas-tugas yang ditinggalkan akan sementara dialihkan kepada rekan kerja lain yang masih aktif. Dengan demikian, beberapa anggota organisasi mungkin akan menjalankan tugas tambahan (double job) untuk memastikan kelancaran operasional hingga ada keputusan resmi mengenai pengisian kekosongan tersebut."[82]

Gambar 3. 1
Struktur Organisasi BAZNAS Kabupaten Pati



1. Adapun Tugas Dari Masing- Masing Bidang
   a. Ketua
      1) Melaksanakan tujuan kebijakan BAZNAS dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan ZIS.
      2) Memimpin pelaksanaan program-program BAZNAS.
      3) Merencanakan program pengumpulan, pendisribusian, dan pendayagunaan ZIS.
      4) Mempertanggung jawabkan pelaksanaan tugas kepada DPRD dan Bupati.

[82] Hasil Wawancara Bersama WAKA I Bidang Fundraising, Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30

b. Wakil Ketua I
    1) Melaksanakan pengelolaan Amil/ pelaksanaan BAZNAS Kabupaten Pati.
    2) Administrsasi perkantoran dan umum
    3) Melakukan penyusunan strategi pengelolaan dan pelaksaan rekrutmen Amil.
    4) Melaksanakan pengembangan Amil BAZNAS Kabupaten Pati.
c. Wakil Ketua II.
    1) Menyusun strategi penghimpunan ZIS.
    2) Melaksanakan pengelolaan dan pengembangan data Mustahik.
    3) Menyusun rancangan keputusan tentang Mustahik yang menerima Zakat.
    4) Melaksanakan penyaluran dana Zakat sesuai keputusan yang telah ditetapkan.
    5) Melakaukan evaluasi pengelolaan pendistribusian ZIS.
    6) Menyusun laporan pertanggung jawaban pendistribusian.
d. Wakil Ketua III
    1) Menyusun strategi pendistribusian ZIS.
    2) Melaksanakan pengelolaan dan pengembangan data mustahik.
    3) Menyusun rancangan keputusan tentang mustahik yang menerima zakat.
    4) Melaksanakan penyaluran dana zakat sesuai dengan keputusan yang telah ditetapkan.
    5) Melakukan evaluasi pengelolaan penditibusian ZIS.
    6) Menyusun laporan pertangung jawaban pendistribusian.
e. Wakil Ketua IV
    1) Menyusun strategi pendayagunaan ZIS.
    2) Melaksanakan dan mengendalikan pendayagunaan ZIS.
    3) Menyusun laporan pertanggung jawaban pendayagunaan ZIS.
    4) Menyalurkan dana produktif kepada Mustahik.
    5) Mencatat dana produktif yang telah didayagunakan dan menyerahkan tanda bukti ke bendahara.
    6) Menyiapkan bahan laporan penyaluran dana zakat dan lainnya untuk usaha produktif.

f. Bidang Administrasi dan Pengumpulan

Bidang ini bertugas untuk melaksanakan pengelolaan pengumpulan zakat dengan menyelenggarakan:

1) Penyusunan strategi pengumpulan zakat
2) Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data muzakki
3) Pelaksanaan dan pengendalian pengumpulan zakat
4) Pelaksanaan kampanye zakat
5) Pelaksanaan pelayanan muzakki
6) Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pengumpulan zakat
7) Penyusunan pelaporan dan pertanggung jawaban pengumpulan zakat
8) Pelaksanaan penerimaan dan tindak lanjut complain atas layanan muzakki dan;
9) Koordinasi pelaksanaan pengumpulan zakat tingkat kab/Kota

g. Bidang Pendistribusian

Bidang ini bertugas untuk melaksanakan pengelolaan pendistribusian dengan menyelenggarakan

1) Penyusunan strategi pendistribusian
2) Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data mustahiq
3) Pelaksanaan pengendalian pendistribusian zakat
4) Menyusun rancangan keputusan tentang mustahiq yang menerima zakat dan lainya
5) Melaksanakan penyaluran dana zakat dan lainya sesuai dengan keputusan yang di tetapkan
6) Penyusunan pelaporan dan pertanggung jawaban pendistribusian
7) Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pendistribusian Zakat
8) Koordinasi pelaksanaan pendistribusian zakat tingkat Kab/Kota

h. Bidang Perencanaan Dan Keuangan

Bidang ini melaksanakan pengelolaan perencanaan, keuangan, dan pelaporan dengan menyelenggarakan:

1) Persiapan penyusunan rencana strategis pengelolaan zakat tingkat Kabupaten/Kota
2) Penyusunan rencana tahunan BAZNAS Kab/Kota.
3) Pelaksanaan evaluasi tahunan dan lima tahunan rencana pengelolaan zakat Kab/Kota.

4) Pelaksanaan pengelolaankeuangan BAZNAS Kab/Kota.
5) Pelaksanaan system akutansi BAZNAS Kab/Kota.
6) Penyusunan laporan keuangan dan laporan akuntabilitas kinerja BAZNAS Kab/Kota.
7) Penyiapan penyusunan laporan pengelolaan zakat tingkat Kab/Kota.

i. Bidang Pendayagunaan

Bidang pendayagunaan melaksanakan pengelolaan pendayagunaan zakat dengan menyelenggarakan fungsi:

1) Menyusun strategi pendayagunaan zakat
2) Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data mustahiq
3) Pelaksanaan dan pengendalian pendayagunaan zakat
4) Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pendayagunaan zakat
5) Penyusunan pelaporan dan pertanggung jawaban pendayagunaan zakat
6) Menyalurkan dana produktif pada mustahiq
7) Mencatat dana produktif yang telah di dayagunakan dan menyerahkan tanda bukti penerimaan kepada bendahara
8) Menyiapkan bahan laporan penyaluran dana zakat dan lainya untuk usaha produktif

j. Bidang Sumber Daya Manusia (SDM)

Bidang Amil/Pelaksana SDM Melaksanakan pengelolaan BAZNAS Kab/ Kota administrasi perkantoran dan umum dengan menyelenggarakan:

1) Penyusunan strategi Pengelolaan Amil/ Pelaksana BAZNASKab/Kota
2) Pelaksanaan Perencanaan Amil BAZNAS
3) Pelaksanaan Rekrotmen Amil / Pelaksana BAZNAS Kab / Kota
4) Pelaksanaan Pengembangan Amil pelaksana BAZNAS Kab / Kota

2. Program Kerja BAZNAS Kabupaten Pati

a. Jangka Pendek

1) Meningkatkan perolehan ZIS
2) Mendata jumlah mustahiq dan muzakki
3) Membentuk UPZ baru 4) Kerja sama dengan para Kyai dan Mubaligh dan Ormas 5) Sosialisasi kepada UPZ dan masyarakat
4) Tersedianya perlengkapan kantor Pendistribuan Zakat kepada Mustahik

b. Jangka Menengah

1) Pelatihan bagi Amil Zakat
2) Pelatihan bagi Mustahik Produktif
3) Tersedianya dana operasional BAZNAS
4) Tersedianya tenaga fultimer
5) Mengadakan gerakan sadar Zakat 51
6) Lebih meningkatnya pendistribusian ZIS ke Mustahik

c. Jangka Panjang

1) Melaksanakan program bantuan usaha kecil
2) Membentuk desa binaan
3) Memberikan beasiswa temporer
4) Memberikan beasiswa permanen
5) Memberikan bantuan prmbinasan kepada Muballigh, Muadzin dan Imam

3. Program Pendayagunaan

a. Pati Peduli

Program bantuan bencana dan kebutuhan konsumtif untuk fakir miskin, ghorim, ibnu sabil. Adapun bentuk programnya yaitu:

1) Bantuan fakir miskin
2) Ghorim
3) Bantuan bedah rumah / rumah tidak layak huni
4) Bantuan bencana
5) Bantuan sumur dalam
6) Penjaga SD/ MI / SMP / MTs non PNS non K2

b. Pati Makmur

Program bantuan ekonomi dengan sistem pemberdayaan masyarakat untuk fakir miskin, ghorim, muallaf, pengentasan kemiskinan. Adapun bentuk programnya yaitu:

1) Bantuan modal usaha kecil / Majelis Taklim
2) Bantuan usaha mandiri
3) Bantuan Desa binaan
4) Bantuan alat kerja

c. Pati sehat

Pati Sehat Program bantuan untuk fakir miskin, muallaf. Adapun

bentuk programnya yaitu:

1) Bantuan Pengobatan Masyarakat Miskin.
2) Bantuan kesehatan untuk Masyarakat Miskin Desa se Kabupaten Pati
3) Khitanan masal
4) Pembuatan jamban
5) Penyediaan air bersih

d. Pati Cerdas

Program bantuan pendidikan bagi pendidikan formal atau informal untuk fakir miskin, muallaf, sabilillah. Adapun bentuk programnya yaitu:

1) Bantuan beasiswa untuk siswa SMP / MTs.
2) Bantuan beasiswa untuk siswa SMA / SMK / MA
3) Beasiswa lanjut Sekolah untuk ke tingkatan MA / SMA / SMK
4) Bantuan beasiswa untuk Mahasiswa kurang mampu
5) Tenaga Kependidikan Non PNS / Non K2

e. Pati Taqwa

Pati Taqwa Program bantuan bagi syiar Islam untuk: fakir miskin, fisabilillah, ibnu sabil, muallaf. Adapun bentuk programnya yaitu:

1) Bantuan fisik Masjid / Musholla / TPQ.
2) Bantuan kegiatan syiar Islam (PHBI).
3) Bantuan mushaf Al Qur'an.
4) Bantuan bagi Da'I / Mubaligh.
5) Bantuan panti asuhan.
6) Bantuan pensertifikatan tanah wakaf.
7) Membuat teks khutbah jum'at.
8) Pelatihan Muadzin/Bilal/Khotib/Imam

4. Daftar Narasumber

Dalam rangka memperoleh data yang mendalam dan valid terkait strategi fundraising zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di BAZNAS Kabupaten Pati, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan sejumlah informan yang berasal dari berbagai elemen strategis. Para informan tersebut dipilih karena memiliki posisi kunci maupun pengalaman langsung dalam proses penghimpunan dan pengelolaan dana ZIS. Di antaranya adalah Waka I Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Pati, Bapak Sutaji, S.H., M.M., yang memberikan gambaran

komprehensif terkait arah kebijakan dan pelaksanaan strategi pengumpulan dana. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan Triya Nur Wijaya selaku Staf Administrasi dan Pengumpulan, serta Silvia Rizki dari bagian SDM dan Administrasi, yang keduanya memberikan informasi teknis dan operasional mengenai kegiatan penghimpunan dana di lapangan. Peneliti juga mewawancarai H. Muslihan, B.A., salah satu donatur aktif, untuk mengetahui persepsi dan harapan dari pihak muzakki terhadap kinerja serta layanan BAZNAS dalam pengelolaan zakat.

Para informan ini dipilih secara purposif karena keterlibatan langsung mereka dalam proses digitalisasi, pelaksanaan kemitraan, serta interaksi dengan masyarakat yang menjadi target edukasi dan penghimpunan ZIS. Keberagaman latar belakang informan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih luas dan komprehensif, sehingga analisis terhadap strategi fundraising yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati dapat dilakukan secara objektif dan mendalam.

B. Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan Dalam Fundraising Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di BAZNAS Kabupaten Pati

Fundraising merupakan suatu proses atau rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menggalang dana zakat, infak, dan sedekah, serta sumber dana sosial lainnya dari masyarakat, baik dari individu, kelompok, organisasi, maupun perusahaan. Dana yang terkumpul kemudian disalurkan dan dimanfaatkan untuk kepentingan para mustahik. Setiap lembaga pengelola zakat memiliki pendekatan dan strategi masing-masing dalam melaksanakan proses penghimpunan dana, guna memastikan peningkatan capaian serta terwujudnya visi, misi, dan tujuan lembaga. Perbedaan strategi inilah yang menjadi ciri khas dari masing-masing lembaga pengelola zakat di berbagai wilayah di Indonesia.[83]

BAZNAS Kabupaten Pati telah merumuskan strategi penghimpunan dana (fundraising) yang selaras dengan konsep teoretis yang dikemukakan oleh Sargeant mengenai prinsip-prinsip dasar dalam pengelolaan strategi fundraising yang efektif. Strategi-strategi tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Strategi Dialogue Fundraising

[83]Muharir Sobri, Wahit Saprida, "Strategi Fundraising Dalam Upaya MeningkatkanKepercayaan Muzaki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)," I-Philanthropy : A ResearchJournal On Management Of Zakat And Waqf Vol. 3, No. 2 (2022). Hlm. 94

Strategi ini merupakan metode penghimpunan dana ZIS yang berfokus pada keterlibatan langsung donatur maupun calon donatur dalam proses pengumpulan dana. Penerapan strategi ini dilakukan melalui berbagai interaksi secara tatap muka, seperti sosialisasi, presentasi langsung, serta layanan konvensional lainnya. Pendekatan ini memungkinkan komunikasi yang lebih personal, sehingga BAZNAS Kabupaten Pati dapat memberikan edukasi yang lebih jelas mengenai pentingnya zakat, infak, dan sedekah (ZIS), serta membangun kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam penghimpunan dana tersebut.

"Metode penerapannya dilakukan dengan melibatkan calon donatur maupun donatur yang sudah ada melalui UPZ, penyuluh agama, serta berbagai instansi. Saat ini, terdapat 167 UPZ yang tersebar di kantor, sekolah, dan badan usaha di daerah. Pendataan dilakukan secara spesifik oleh bendahara gaji, yang kemudian mengklasifikasikan dana yang masuk sebagai infak atau zakat. Secara teknis, sistem pemotongan gaji digunakan untuk menghimpun dana dalam jumlah besar, baik melalui kantor maupun layanan tidak langsung. Setiap bulan, gaji pegawai dengan penghasilan di atas 7 juta rupiah secara otomatis dipotong untuk zakat, lalu bendahara bertugas mendata, menyetorkan, dan melaporkan dana tersebut ke UPZ."[84]

Dalam implementasinya, strategi ini melibatkan berbagai pihak, seperti Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dan penyuluh agama, yang memiliki peran penting dalam menjangkau masyarakat secara luas. Saat ini, terdapat 167 UPZ yang tersebar di berbagai instansi, mulai dari kantor pemerintah, sekolah, hingga badan usaha yang ada di Kabupaten Pati. Setiap UPZ memiliki tanggung jawab dalam mendata, mengelola, serta mengklasifikasikan dana yang diterima, baik dalam bentuk infak maupun zakat, sehingga distribusinya dapat dilakukan secara lebih tertata dan transparan. salah satu mekanisme yang digunakan dalam strategi ini adalah sistem potong gaji, yang memungkinkan penghimpunan dana ZIS dalam jumlah besar secara rutin.

Selain melalui sistem potong gaji, layanan penghimpunan dana ZIS juga dilakukan melalui kantor-kantor terkait serta mekanisme tidak langsung lainnya. Hal ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menyalurkan zakat, infak, maupun sedekah mereka. Dengan adanya strategi ini, diharapkan semakin banyak masyarakat yang terlibat dalam kegiatan

[84] Hasil Wawancara Bersama WAKA I Bidang Fundraising, Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30

penghimpunan dana ZIS, sehingga dana yang terkumpul dapat semakin meningkat dan mampu didistribusikan secara lebih efektif kepada mereka yang membutuhkan. Strategi ini juga menjadi salah satu langkah penting dalam memastikan keberlanjutan dan optimalisasi penghimpunan dana ZIS di Kabupaten Pati, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Penerapan strategi BAZNAS melalui metode *dialogue fundraising* mencakup beberapa langkah utama sebagai berikut :

a. Pembentukan Unit Pengelola Zakat, Infaq, dan Shadaqah (UPZIS) di tingkat kecamatan maupun Organisasi Perangkat Daerah (OPD). UPZ memiliki beberapa tugas dan fungsi penting antara lain
    1) Melakukan sosialisasi dan edukasi zakat di institusi yang menaungi UPZ
    2) Penghimpunan zakat dilakukan oleh setiap institusi yang menaungi Unit Pengumpul Zakat (UPZ).
    3) Mendata dan memberikan layanan kepada muzakki secara berkala setiap tahun.
    4) UPZ juga bertanggung jawab dalam penyerahan Nomor Pokok Wajib Zakat (NPWZ) serta Bukti Setor Zakat (BSZ) yang diterbitkan oleh BAZNAS.
    5) Untuk memastikan kelancaran pengelolaan zakat, UPZ menyusun Rencana Kerja Tahunan (RKT) terkait program penghimpunan dana dan membantu pendistribusian serta pendayagunaan zakat yang dikelola oleh BAZNAS.
    6) UPZ juga diwajibkan menyusun laporan berkala mengenai kegiatan penghimpunan, pendistribusian, serta pemanfaatan dana zakat yang telah dikumpulkan.

Mekanisme pemotongan zakat bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) dan pegawai dilakukan dengan beberapa tahapan.

1) zakat dikenakan kepada ASN atau pegawai yang memiliki penghasilan telah mencapai nisab, yaitu sebesar Rp. 6.403.333 per bulan dengan tarif zakat 2,5%. Sementara itu, bagi pegawai yang penghasilannya belum mencapai nisab, tetap dapat berkontribusi melalui infaq dengan besaran yang telah ditentukan sesuai golongan, yakni Rp. 45.000 untuk Golongan IV, Rp. 40.000 untuk Golongan III, Rp. 35.000 untuk

Golongan II, dan Rp. 30.000 untuk Golongan I.

2) pegawai yang ingin menyalurkan zakat, infaq, atau sedekah secara rutin setiap bulan melalui BAZNAS dapat mengisi Surat Kuasa Pemotongan Gaji/Tunjangan yang kemudian diserahkan kepada bendahara gaji di unit kerja masing-masing sebelum tanggal 10 setiap bulan.
3) Pengisian dan penyampain Surat Kuasa Pemotongan Gaji/Tunjangan untuk zakat kepada bendahara hanya perlu dilakukan satu kali, kecuali jika ada perubahan informasi yang perlu disampaikan.
4) Bendahara bertugas melakukan pemotongan penghasilan sesuai jumlah zakat, infaq, atau sedekah yang telah disetujui pegawai, kemudian menyetorkannya ke rekening BAZNAS.
5) Pegawai yang ingin menyalurkan dana langsung kepada mustahik di lingkungan sekitarnya dapat merekomendasikan penerima manfaat kepada BAZNAS melalui pengurus Unit Pengelola Zakat (UPZ) yang telah ditunjuk.

Terdapat 167 Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang bernaung di bawah BAZNAS Kabupaten Pati, mencakup Organisasi Perangkat Daerah (OPD), berbagai lembaga, Satuan Kerja (Satker), serta institusi pendidikan. Keberadaan UPZ ini diperkuat dengan Peraturan Bupati (PERBUP) Nomor 75, yang mewajibkan Aparatur Sipil Negara (ASN), Pegawai Negeri Sipil (PNS), serta karyawan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) untuk berkontribusi, baik dalam bentuk zakat bagi yang telah memenuhi syarat wajib maupun infak bagi yang belum mencapai nisab zakat. Selain itu Pak Sutaji turut menyampaikan

Benar, kewajiban ini diterapkan secara bertahap karena belum semua pegawai membayar zakat, dan sebagian masih berkontribusi dalam bentuk infak. Meskipun seharusnya sudah mencapai nisab, dalam praktiknya, pembayaran zakat sering kali hanya berasal dari gaji atau tunjangan sertifikasi, sementara sumber penghasilan lainnya belum sepenuhnya dikenakan zakat. Oleh karena itu, belum seluruh pendapatan dapat disertakan dalam perhitungan zakat. Namun, berbeda dengan Kementerian Agama (Kemenag), yang memiliki regulasi lebih terstruktur sehingga seluruh pendapatan pegawainya sudah dikenakan zakat. Di luar ASN, terdapat juga pegawai BUMD, di mana sebagian besar dari mereka belum dikenakan zakat sepenuhnya dan lebih banyak berkontribusi melalui infak.

Pembentukan Unit Pengelola Zakat, Infaq, dan Shadaqah (UPZIS) termasuk organisasi perangkat daerah (OPD), lembaga, satuan kerja (Satker),

serta institusi pendidikan seperti sekolah. Diantaranya ;

1) Organisasi Perangkat Daerah (OPD)

   Dalam lingkungan OPD, perolehan dana zakat dihitung berdasarkan ketentuan sebesar 2,5% dari gaji para pegawai yang telah memenuhi nishab. Sementara itu, dana infak, sedekah, dan dana sosial berasal dari sumbangan sukarela yang diberikan oleh para pegawai sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka.

2) Kantor Instansi Vertikal Tingkat Kabupaten

   Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, instansi vertikal adalah lembaga yang merupakan bagian dari kementerian atau lembaga non-kementerian yang menangani urusan pemerintahan yang bersifat sentralistik dan tidak dilimpahkan kepada pemerintah daerah melalui sistem desentralisasi. Dalam instansi vertikal tingkat kabupaten, dana zakat yang dihimpun juga dihitung sebesar 2,5% dari gaji pegawai yang telah mencapai nishab. Adapun dana infak, sedekah, dan dana sosial dikumpulkan berdasarkan kontribusi sukarela yang diberikan oleh para pegawai.

3) Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten

   Dalam sektor BUMD, sistem penghimpunan zakat serupa dengan sektor lainnya, yakni sebesar 2,5% dari gaji pegawai yang telah memenuhi nishab. Sedangkan dana infak, sedekah, dan dana sosial berasal dari sumbangan sukarela yang diberikan oleh pegawai BUMD sesuai dengan kemampuan dan keikhlasan masing-masing individu.

4) Perusahaan Swasta Skala Kabupaten

   Pada perusahaan swasta yang beroperasi di tingkat kabupaten, pengumpulan zakat dilakukan dengan ketentuan yang sama, yaitu sebesar 2,5% dari gaji pegawai yang telah mencapai nishab. Sementara itu, dana infak, sedekah, dan dana sosial bersumber dari sumbangan sukarela para pegawai yang ingin berkontribusi dalam kegiatan sosial dan keagamaan.

5) Masjid, Mushola, dan Surau

   Tempat ibadah seperti masjid, mushola, dan surau juga menjadi salah satu sumber penghimpunan dana zakat, infak, sedekah, dan dana sosial. Melalui lembaga keagamaan ini, masyarakat diberikan edukasi tentang pentingnya berzakat dan berinfak, sehingga dapat

mengoptimalkan potensi pengumpulan dana untuk kepentingan umat.

6) Sekolah, Madrasah, dan Lembaga Pendidikan

Institusi pendidikan, termasuk sekolah, madrasah, dan lembaga pendidikan lainnya, turut serta dalam penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah. Baik dari para tenaga pendidik maupun siswa yang ingin berkontribusi, dana yang terkumpul dapat digunakan untuk kegiatan sosial dan kemanusiaan yang disalurkan melalui BAZNAS Kabupaten Pati.

7) Kecamatan dan Desa

Pemerintah kecamatan dan desa juga berperan dalam mendukung penghimpunan dana ZIS dengan memberikan fasilitasi kepada masyarakat untuk menyalurkan zakat, infak, dan sedekah. Melalui pendekatan berbasis komunitas, dana yang terkumpul dapat membantu masyarakat yang membutuhkan di wilayah tersebut.

Sebagian besar dana ZIS yang diterima pada tahun 2024 berasal dari Unit Pengumpul Zakat (UPZ), yang menyumbang sekitar 90% dari total keseluruhan dana yang terkumpul. Jumlah dana yang berhasil dihimpun melalui UPZ tersebut mencapai Rp. 12.624.782.444, menunjukkan peran strategis UPZ dalam mendukung optimalisasi penghimpunan dana zakat, infaq, dan shadaqah di Kabupaten Pati.

Selain itu, beliau juga menyampaikan bahwa BAZNAS Kabupaten Pati terus mendorong dukungan kebijakan dari pemerintah daerah, khususnya melalui penguatan peran perangkat desa.

"Kami juga sudah mendesak ke bupati agar mengeluarkan surat edaran untuk optimalisasi peran perangkat desa dalam penghimpunan zakat, terutama melalui pembentukan UPZ di desa-desa. Ini sudah dibahas dalam rapat, dan mudah-mudahan bisa terwujud tahun ini," jelasnya.

Langkah ini dinilai penting untuk memperluas cakupan fundraising ZIS, tidak hanya di lingkungan ASN dan OPD, tetapi juga sampai ke tingkat desa. Dukungan pemerintah daerah dalam bentuk regulasi dan surat edaran diyakini akan memperkuat legitimasi BAZNAS serta meningkatkan partisipasi masyarakat, baik dalam aspek penghimpunan maupun pendistribusian zakat, infak, dan sedekah secara lebih efektif dan menyeluruh.

b. Penyebarluasan informasi melalui aktivitas keagamaan.

BAZNAS Kabupaten Pati menjadikan kegiatan keagamaan sebagai

salah satu strategi utama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya zakat, infaq, dan shadaqah. Melalui kegiatan ini, BAZNAS dapat menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat, memberikan pemahaman mendalam tentang kewajiban berzakat, serta mendorong mereka untuk lebih aktif dalam berbagi rezeki kepada sesama. Untuk memperkuat efektivitas strategi ini, BAZNAS bekerja sama dengan Kementerian Agama, khususnya para penyuluh agama, guna menyampaikan dakwah yang bersifat persuasif kepada masyarakat. Penyuluh agama yang terlibat dalam program ini memiliki peran penting dalam menyampaikan edukasi terkait zakat, infaq, dan shadaqah melalui berbagai forum keagamaan seperti khutbah Jumat, pengajian rutin, dan majelis taklim.

"kami telah mengupayakan agar di setiap kecamatan terdapat lebih dari 10 penyuluh agama yang aktif dalam menyampaikan pentingnya zakat. Kami juga menekankan kepada para khatib agar dalam ceramahnya selalu menyisipkan pembahasan mengenai kewajiban zakat, sehingga masyarakat lebih memahami dan terdorong untuk menunaikannya," [85]

Strategi sosialisasi ini dirancang untuk membangun kesadaran dan motivasi yang lebih tinggi di kalangan calon donatur. Dengan pendekatan yang dilakukan melalui majelis ilmu dan forum keagamaan, masyarakat diharapkan dapat memahami bahwa zakat bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga sarana untuk membersihkan harta dan membantu mereka yang membutuhkan. Selain itu, dengan adanya penyampaian yang berkelanjutan dalam berbagai kegiatan keagamaan, diharapkan jumlah muzakki (pemberi zakat) dapat terus meningkat setiap tahunnya, serta pendistribusian dana zakat, infaq, dan shadaqah dapat berjalan lebih optimal untuk kesejahteraan masyarakat yang berhak menerimanya.

c. Fasilitas Pembayaran ZIS di Kantor

BAZNAS Kabupaten Pati menyediakan fasilitas pembayaran zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) secara langsung di kantor guna memberikan kemudahan akses bagi para donatur. Layanan ini memungkinkan calon donatur untuk datang ke kantor pada jam kerja, baik untuk berkonsultasi mengenai kewajiban ZIS maupun untuk menyalurkan dana mereka secara

[85] Hasil Wawancara Bersama WAKA I Bidang Fundraising, Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30

langsung. Kantor BAZNAS Kabupaten Pati berlokasi di Jl. P. Diponegoro No. 18 Pati, dan masyarakat yang membutuhkan informasi lebih lanjut dapat menghubungi nomor layanan resmi di 085211289881.

"Bagi donatur yang ingin berkonsultasi mengenai ZIS atau mengalami kebingungan dalam menyalurkannya, kami selalu siap melayani di kantor dan memberikan bimbingan yang dibutuhkan,"[86]

Calon donatur yang datang ke kantor akan disambut oleh petugas layanan penerima tamu, yang kemudian akan menghubungi tim BAZNAS untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, kantor BAZNAS Kabupaten Pati juga menyediakan ruangan yang nyaman bagi pengunjung, sehingga mereka merasa lebih leluasa dalam berdiskusi dan mendapatkan informasi seputar ZIS.Dengan adanya layanan ini, diharapkan semakin banyak masyarakat yang merasa terbantu dalam menjalankan kewajiban zakat serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya berbagi melalui infaq dan shadaqah.

d. Layanan Pengambilan Donasi Secara Langsung (Jemput Bola)

Layanan pengambilan donasi secara langsung atau yang dikenal dengan layanan Jemput Bola merupakan strategi penghimpunan dana yang bertujuan untuk memudahkan para donatur yang mengalami kesulitan dalam menyalurkan zakat, infaq, atau shadaqah (ZIS) secara langsung ke kantor BAZNAS Kabupaten Pati. Beberapa donatur mungkin memiliki kendala seperti keterbatasan waktu, lokasi yang jauh, atau kesulitan dalam melakukan transfer dana ke rekening BAZNAS. Oleh karena itu, melalui layanan ini, petugas BAZNAS akan datang langsung ke lokasi donatur sesuai dengan waktu dan tempat yang telah disepakati.

Metode ini menjadi solusi efektif bagi donatur yang menginginkan kemudahan dalam menyalurkan dana ZIS tanpa harus meninggalkan kesibukan mereka. Layanan ini juga memberikan fleksibilitas bagi masyarakat yang tidak terbiasa dengan transaksi perbankan atau yang mengalami kendala dalam mengakses layanan keuangan digital.

"Kami menyediakan layanan jemput bola bagi donatur yang ingin

[86] Hasil Wawancara Bersama WAKA I Bidang Fundraising, Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30

menyalurkan ZIS tetapi mengalami kendala untuk datang langsung ke kantor atau melakukan transfer ke rekening BAZNAS. Ada juga beberapa donatur yang lebih memilih menitipkan donasi mereka kepada petugas tanpa perlu repot antre di bank atau mengunjungi kantor kami. Dengan layanan ini, mereka cukup menghubungi kami melalui WhatsApp atau telepon, dan tim kami akan segera datang ke lokasi sesuai kesepakatan.''[87]

Teknis pelaksanaan layanan ini cukup sederhana. Donatur hanya perlu menghubungi nomor resmi BAZNAS Kabupaten Pati di 085211289881 melalui pesan singkat, WhatsApp, atau panggilan telepon. Setelah itu, petugas akan menjadwalkan kunjungan dan memastikan proses pengambilan donasi berjalan lancar. Setiap transaksi yang dilakukan melalui layanan ini akan mendapatkan bukti pembayaran resmi dari BAZNAS Kabupaten Pati untuk menjamin transparansi dan akuntabilitas. Dengan adanya layanan Jemput Bola, BAZNAS Kabupaten Pati berharap semakin banyak masyarakat yang dapat berpartisipasi dalam menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah dengan lebih mudah dan nyaman. Selain itu, layanan ini juga menjadi bagian dari komitmen BAZNAS dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada para donatur, sekaligus memastikan bahwa dana yang terhimpun dapat segera didistribusikan kepada mereka yang membutuhkan.

2. Strategi *Corporate Fundraising*

Strategi ini diterapkan melalui kerja sama dan kemitraan yang dibangun oleh BAZNAS Kabupaten Pati dengan perusahaan-perusahaan potensial yang memiliki keterkaitan atau keselarasan program dalam mendukung kesejahteraan masyarakat Pati. Dalam upaya menjalin kolaborasi tersebut, BAZNAS Kabupaten Pati melakukan pendekatan secara strategis, salah satunya dengan memberikan presentasi yang dirancang untuk meyakinkan perusahaan agar turut berkontribusi dalam program yang dijalankan. Melalui pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat memahami manfaat sosial serta dampak positif dari keterlibatan mereka dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah, sehingga dapat tercipta sinergi yang kuat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Saat ini, BAZNAS Kabupaten Pati telah menjalin kemitraan yang baik

[87] Hasil Wawancara Bersama WAKA I Bidang Fundraising, Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30

dengan Rumah Sakit KSH. Kerja sama ini mencakup berbagai bentuk dukungan, termasuk bantuan operasional untuk kegiatan tertentu serta kolaborasi dalam berbagai program antara BAZNAS Kabupaten Pati dan Rumah Sakit KSH Pati. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Bapak Sutaji, selaku Wakil Ketua 1 Divisi Fundraising, yang menegaskan pentingnya sinergi antara kedua pihak dalam mendukung kesejahteraan masyarakat melalui program-program yang telah dirancang bersama.

"Kerja sama ini lebih kepada sinergi dalam kegiatan sosial. Misalnya, dalam program bantuan kepada fakir miskin, pihak rumah sakit melibatkan kami dalam mendistribusikan bantuan. Mereka percaya bahwa BAZNAS memiliki data mustahik yang valid dan sistem penyaluran yang transparan., kami juga mendapatkan dukungan berupa dana operasional untuk disalurkan kepada yang berhak. Jadi, tidak hanya soal dana, tapi lebih kepada kemitraan yang terus berjalan dan berkembang untuk kesejahteraan masyarakat.[88]

Dalam mendistribusikan dana guna memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Pati. Bentuk kerja sama yang terjalin meliputi beberapa aspek, di antaranya:

a. Pelaksanaan Program

Kemitraan antara BAZNAS Kabupaten Pati dan Rumah Sakit Keluarga Sehat (KSH) Pati terjalin melalui kerja sama dalam pelaksanaan berbagai kegiatan sosial. BAZNAS Kabupaten Pati mendapat kepercayaan untuk berperan aktif dalam menyalurkan dana ZIS kepada masyarakat yang membutuhkan. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, salah satu kegiatan terbaru dalam kemitraan ini adalah pemberian bingkisan Sembako kepada ratusan tenaga kebersihan di seluruh Kabupaten Pati.

b. Fasilitasi Operasional dalam Distribusi Dana ZIS

Rumah Sakit KSH Pati memberikan kepercayaan kepada BAZNAS Kabupaten Pati dalam menyalurkan dana melalui berbagai program dan kegiatan yang dilaksanakan. Dalam kerja sama ini, Rumah Sakit KSH Pati melibatkan BAZNAS Kabupaten Pati guna mendukung kelancaran acara, menciptakan sinergi yang efektif serta efisien sesuai dengan peran masing-masing pihak. Salah satu bentuk kontribusi dalam kemitraan ini adalah

[88] Hasil Wawancara Bersama WAKA I Bidang Fundraising, Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30

pemberian bantuan operasional dari Rumah Sakit KSH Pati sebesar Rp29.028.425, yang dialokasikan untuk masyarakat yang berhak menerima.

Melalui kemitraan yang terjalin ini, BAZNAS Kabupaten Pati tidak hanya berperan sebagai lembaga pengelola zakat, infak, dan sedekah, tetapi juga sebagai jembatan dalam membangun sinergi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kesejahteraan sosial secara luas dan berkelanjutan. Dan Harapan dari Bapak Sutaji selaku Waka 1 Bidang Fundraising BAZNAS Kabupaten Pati bisa menjangkau lebih banyak Perusahaan yang ada di Pati.

"Tentu, kami terus berupaya menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang memiliki visi yang sejalan dalam mendukung pemberdayaan masyarakat. Semakin banyak mitra yang bergabung, semakin besar pula manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat Pati."[89]

Namun, dalam pengimplementasian strategi kemitraan ini, BAZNAS Kabupaten Pati masih menghadapi sejumlah kendala signifikan. Salah satunya adalah belum optimalnya upaya sosialisasi secara langsung ke sektor industri, khususnya perusahaan manufaktur dan pabrik yang beroperasi di wilayah Kabupaten Pati. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) menjadi penyebab utama dari permasalahan ini. Saat ini, BAZNAS Kabupaten Pati hanya memiliki tiga orang staf pelaksana yang terbagi dalam tugas pengumpulan, keuangan, dan pelaporan. Tidak terdapat personel khusus yang ditugaskan untuk melaksanakan kegiatan promosi, edukasi, serta menjalin komunikasi langsung dengan calon mitra dari sektor swasta.

Akibat dari keterbatasan tersebut, pemahaman masyarakat, terutama kalangan karyawan pabrik, terhadap eksistensi, peran, serta program-program yang dijalankan oleh BAZNAS dalam penghimpunan dan penyaluran dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS), masih tergolong rendah. Hal ini tentu menjadi penghambat dalam memaksimalkan potensi ZIS dari sektor industri, yang sejatinya memiliki kapasitas besar sebagai muzakki institusional maupun individu.

Lebih lanjut, tantangan juga muncul dari kondisi sosial dan kultural di lapangan, di mana banyak pimpinan atau pemilik perusahaan di kawasan

[89] Hasil Wawancara Bersama WAKA I Bidang Fundraising, Bapak H. Sutaji, SH., MM di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 9.30

industri merupakan non-Muslim, terutama dari etnis Tionghoa. Kondisi ini menyebabkan upaya BAZNAS dalam menjalin kerja sama strategis sering kali memerlukan pendekatan yang lebih hati-hati dan persuasif. Perbedaan latar belakang agama dan budaya kerap menjadi faktor non-teknis yang memengaruhi keterbukaan terhadap program zakat. Padahal, keberadaan perusahaan-perusahaan tersebut sangat potensial dalam mendukung penguatan program sosial dan kemanusiaan, baik melalui zakat, infaq, sedekah, maupun kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) yang lebih terstruktur dan terintegrasi.

Hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Sutaji, selaku Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Pati, dalam sesi wawancara. Beliau menyatakan bahwa sebagian besar pemimpin perusahaan di wilayah Kabupaten Pati berasal dari kalangan non-Muslim, khususnya etnis Tionghoa, yang secara umum tidak memiliki kepentingan langsung terhadap zakat. Oleh karena itu, pendekatan yang dilakukan tidak bisa serta-merta menawarkan kerja sama dalam bentuk zakat.

"*Salah satu hambatan non-teknis yang kami hadapi adalah karena banyak pemilik atau pimpinan perusahaan di Pati ini merupakan non-Muslim, khususnya dari kalangan Tionghoa. Mereka tidak terlalu merasa berkepentingan terhadap zakat. Padahal, kami tidak langsung menawarkan zakat kok, tapi bisa dimulai dari infak atau program CSR yang manfaatnya juga luas*," ujar beliau.

Dalam menjembatani perbedaan ini, BAZNAS lebih memilih pendekatan persuasif dan bertahap. "Harus pelan-pelan. Kalau langsung menyebut zakat kadang jadi sensitif. Tapi kalau kita ajak kerja sama untuk bantu fakir miskin, anak yatim, atau kegiatan sosial lain, biasanya mereka lebih terbuka," lanjut beliau. Strategi ini menitikberatkan pada aspek sosial kemanusiaan melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), yang lebih dapat diterima secara universal tanpa mengesampingkan nilai-nilai keagamaan. Pendekatan semacam ini diharapkan dapat membuka ruang kolaborasi yang lebih luas antara BAZNAS dan sektor industri dalam mendukung program-program pengentasan kemiskinan dan kesejahteraan masyarakat.

Selama ini, strategi sosialisasi yang dilakukan BAZNAS masih terbatas pada pemasangan banner dan penyebaran informasi melalui media sosial. Namun, metode ini belum cukup efektif untuk menjangkau target yang lebih luas, terutama pekerja di sektor industri. Oleh karena itu, perlu adanya upaya lebih lanjut dalam memperluas jangkauan sosialisasi, baik melalui kerja sama dengan pihak perusahaan, penyuluhan langsung, maupun penguatan tim yang khusus bertugas dalam edukasi dan penghimpunan dana di lapangan. Dengan peningkatan strategi sosialisasi yang lebih aktif dan melibatkan berbagai pihak, diharapkan lebih banyak perusahaan dan karyawan yang sadar akan pentingnya zakat, infaq, dan sedekah, serta terdorong untuk berkontribusi dalam program-program sosial yang dikelola oleh BAZNAS Kabupaten Pati.

"Kami belum pernah melakukan sosialisasi langsung ke perusahaan manufaktur atau pabrik di sini karena keterbatasan SDM. Saat ini, kami hanya memiliki tiga staf di bidang pengumpulan, keuangan, dan pelaporan, tanpa petugas khusus untuk promosi "lapangan. Akibatnya, pemahaman masyarakat, terutama karyawan pabrik, tentang BAZNAS masih minim. Sosialisasi kami sejauh ini hanya mengandalkan banner dan media sosial, sehingga perlu upaya lebih agar pesan kami lebih luas tersampaikan."[90]

3. Strategi *Multichannel Fundraising*

Untuk mengoptimalkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS), BAZNAS Kabupaten Pati menerapkan strategi *multichannel fundraising*. Strategi ini memungkinkan proses fundraising dilakukan tanpa harus bertemu atau bertatap muka langsung dengan donatur maupun calon donatur. Melalui pendekatan ini, BAZNAS Kabupaten Pati dapat menjangkau lebih banyak pihak secara luas dengan memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana utama dalam penggalangan dana dan penyebaran informasi.

Salah satu bentuk implementasi strategi ini adalah dengan mengadakan sosialisasi secara online melalui media sosial, seperti Facebook dan Instagram. Melalui platform ini, BAZNAS Kabupaten Pati secara aktif membagikan berbagai informasi terkait program, laporan distribusi dana, serta ajakan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam menunaikan zakat, infaq, dan sedekah. Selain itu, kemudahan dalam menyalurkan dana ZIS juga diperhatikan dengan memberikan berbagai opsi pembayaran online yang praktis, sehingga donatur tidak perlu

[90] Hasil Wawancara Bersama Silvia Rizki A di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 13.30

datang langsung ke kantor. Akses informasi mengenai program-program BAZNAS juga terus dikembangkan. Meskipun hingga saat ini BAZNAS Kabupaten Pati belum memiliki website resmi sendiri, mereka mengatasi kendala ini dengan menjalin kerja sama dengan berbagai media pemberitaan**,** seperti Joglo Jateng, Murianews, Patinews, dan website Kementerian Agama**.** Kerja sama ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi tentang kegiatan dan program BAZNAS tetap dapat diakses oleh masyarakat luas.Dalam sebuah wawancara, Pak Sutaji WAKA 1 Bidang Fundraising BAZNAS Kabupaten Pati menyampaikan:

"Kami sadar bahwa di era digital ini, media sosial dan platform online menjadi alat yang sangat efektif dalam menjangkau masyarakat. Oleh karena itu, meskipun kami belum memiliki website sendiri, kami tetap berupaya agar BAZNAS Kabupaten Pati tetap eksis di berbagai platform media dan pemberitaan. Kami ingin memastikan bahwa informasi mengenai zakat, infaq, dan sedekah dapat sampai kepada masyarakat dengan mudah, sehingga mereka lebih tergerak untuk berkontribusi," [91]

Dengan strategi multichannel fundraising ini, BAZNAS Kabupaten Pati berharap dapat terus meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya ZIS serta mempermudah proses penghimpunan dana secara efektif dan efisien. Ke depannya, penguatan strategi digital ini akan terus dikembangkan agar dapat memberikan dampak yang lebih luas bagi masyarakat dan mustahik yang membutuhkan. Secara lebih rinci, hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Media Sosial

BAZNAS Kabupaten Pati memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Melalui berbagai platform, BAZNAS dapat membagikan informasi penting, seperti profil lembaga, layanan yang tersedia, serta nomor rekening untuk pembayaran ZIS. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk membangun interaksi dengan publik, memastikan transparansi, dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program-program yang dijalankan.

1) Facebook

BAZNAS Kabupaten Pati mengelola akun Facebook dengan nama "Baznas Kabupaten Pati," yang berfungsi sebagai platform resmi untuk

[91] Hasil Wawancara Bersama Triya Nurvianjaya di Kantor BAZNAS Kabupaten Pati Pada tanggal 18 Febuari 2025 Pukul 11.30

membagikan informasi dan dokumentasi berbagai program yang telah dilaksanakan. Akun ini menjadi salah satu sarana komunikasi dalam menyebarluaskan kegiatan BAZNAS kepada masyarakat. (Diakses pada 12 Maret 2025).

Gambar 3. 2
Akun Resmi Facebook BAZNAS Kabupaten Pati



2) Instagram

BAZNAS Kabupaten Pati memanfaatkan platform Instagram sebagai salah satu media utama dalam menyebarluaskan informasi terkait kegiatan serta program yang dijalankan. Akun resmi dengan nama "baznaskabupatenpati" berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan berbagai inisiatif yang telah dilakukan, sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya zakat, infaq, dan sedekah. Melalui unggahan yang menarik dan informatif, akun ini menampilkan berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan, serta ajakan untuk berpartisipasi dalam program kemanusiaan. Selain itu, BAZNAS Kabupaten Pati juga menggunakan Instagram sebagai media promosi dengan membagikan pamflet digital yang berisi ajakan bagi masyarakat untuk menunaikan zakat, infaq, dan sedekah secara lebih mudah dan praktis. Dengan demikian, kehadiran BAZNAS di media sosial diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat serta memperluas jangkauan calon donatur. (Diakses pada 12 Maret 2025)

Gambar 3. 3
Akun Resmi Facebook BAZNAS Kabupaten Pati



3) Whatsapp

BAZNAS Kabupaten Pati memanfaatkan aplikasi WhatsApp sebagai sarana utama dalam menjalin komunikasi dengan para donatur serta Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang telah dibentuk. Melalui aplikasi ini, interaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien, sehingga mempermudah proses penyampaian informasi terkait program dan kegiatan BAZNAS. Untuk memaksimalkan penggunaannya, BAZNAS Kabupaten Pati memiliki nomor WhatsApp resmi, yaitu 085211289881, yang dapat dihubungi oleh masyarakat.

Selain itu, guna meningkatkan koordinasi, BAZNAS juga membentuk grup WhatsApp yang dikelola secara sistematis. Grup ini berfungsi sebagai wadah komunikasi yang terstruktur, memungkinkan distribusi informasi menjadi lebih efektif, serta memastikan bahwa seluruh pihak yang terlibat tetap mendapatkan pembaruan terbaru mengenai berbagai aktivitas dan layanan yang disediakan.

4) Relasi Media

BAZNAS Kabupaten Pati membangun hubungan strategis dengan berbagai media sebagai upaya untuk meningkatkan citra lembaga dan memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Salah satu bentuk pemanfaatan media yang dilakukan adalah melalui platform daring, khususnya situs web yang memuat berbagai artikel dan berita terkait program serta kegiatan BAZNAS. Dalam hal ini, BAZNAS Kabupaten Pati menjalin kerja sama dengan sejumlah portal berita, seperti situs resmi Kementerian Agama, Joglo Jateng, Murianews, dan Patinews, guna

memastikan bahwa informasi mengenai kegiatan dan layanan mereka dapat diakses secara luas oleh masyarakat.

5) Layanan Digital Fundraising

BAZNAS Kabupaten Pati menyediakan berbagai layanan untuk memudahkan calon donatur dalam menyalurkan zakat, infak, dan sedekah. Mengingat tidak semua donatur memiliki waktu atau kesempatan untuk datang langsung ke kantor BAZNAS, diperlukan inovasi dalam proses donasi agar lebih praktis dan efisien. Oleh karena itu, BAZNAS Kabupaten Pati menawarkan berbagai metode pembayaran, salah satunya melalui transfer bank dengan nomor rekening yang tersedia di beberapa bank yang umum digunakan oleh masyarakat. Berikut adalah daftar rekening resmi BAZNAS Kabupaten Pati untuk penyaluran dana ZIS :

1. Zakat
   a. Bank Jateng : 3-006-22924-6
   b. Bank Jateng Syariah: 5-033-16064-1
   c. Bank Syariah Indonesia (BSI)**:** 7149664488
2. Infak dan Sedekah
   a. Bank Jateng: 3-006-17624-0
   b. Bank Syariah Indonesia (BSI) : 7090908876

Selain menyediakan layanan transfer melalui rekening bank seperti Bank Jateng, Bank Jateng Syariah, dan Bank Syariah Indonesia (BSI), BAZNAS Kabupaten Pati juga menghadirkan sistem pembayaran berbasis teknologi digital. Salah satu inovasi yang diterapkan adalah penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), yang memungkinkan donatur untuk berdonasi dengan lebih mudah dan cepat hanya melalui pemindaian kode QR. Dengan adanya layanan ini, diharapkan semakin banyak masyarakat yang dapat berpartisipasi dalam kegiatan amal tanpa hambatan waktu dan lokasi.

Gambar 3.3

Qris BAZNAS Kabupaten Pati





4. *Strategi Retention and Development Donor*

BAZNAS Kabupaten Pati menerapkan strategi *Strategi Retention and Development Donor* sebagai upaya membangun serta mempertahankan loyalitas donatur, sekaligus mengembangkan potensi mereka untuk berkontribusi secara berkelanjutan. Strategi ini tidak hanya berfokus pada penghimpunan dana, tetapi juga pada peningkatan kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan para donatur.

Bentuk implementasi dari strategi Retention and Development Terdiri dari :

a. Dasar Hukum Penggalangan Dana yang Dimiliki oleh BAZNAS Kabupaten Pati

BAZNAS Kabupaten Pati memastikan bahwa seluruh kegiatan fundraising memiliki dasar hukum yang kuat, salah satunya melalui Peraturan Bupati (Perbup) Nomor 75 Tahun 2021. Regulasi ini memberikan wewenang kepada BAZNAS Kabupaten Pati untuk mengelola penggalangan dana zakat profesi, infaq, dan shadaqah yang berasal dari Aparatur Sipil Negara (ASN) dan pegawai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) di lingkungan Pemerintah Kabupaten Pati. Dengan adanya dasar hukum ini, kegiatan fundraising yang dilakukan memiliki legitimasi yang jelas, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan para donatur terhadap transparansi pengelolaan dana.

b. Laporan Pertanggungjawaban

BAZNAS Kabupaten Pati menyusun laporan pertanggungjawaban sebagai upaya untuk membangun kepercayaan serta meningkatkan loyalitas para donatur. Laporan ini mencakup berbagai informasi, termasuk laporan

keuangan, kegiatan yang telah dilaksanakan, serta buletin berkala yang dikirimkan secara rutin. Dalam penyampaiannya, laporan tersebut didistribusikan melalui email dan grup WhatsApp agar lebih mudah diakses oleh para donatur. Selain itu, setiap tahun BAZNAS Kabupaten Pati juga menerbitkan laporan keuangan dan kegiatan dalam bentuk cetak atau buku, yang disediakan secara gratis bagi donatur maupun calon donatur yang ingin memperoleh informasi lebih lanjut mengenai aktivitas dan transparansi pengelolaan dana di BAZNAS Kabupaten Pati.

c. *Giving Thanks* atau pemberian tanda terima kasih

Sebagai bentuk apresiasi terhadap para donatur, BAZNAS Kabupaten Pati juga menjalankan program *Giving Thanks* atau pemberian tanda terima kasih kepada mereka yang telah berkontribusi melalui zakat, infaq, dan shadaqah. Program ini dirancang untuk memperkuat hubungan antara BAZNAS dan para donatur, sekaligus mendorong kesadaran akan pentingnya berbagi demi kesejahteraan bersama. Ucapan terima kasih disampaikan dalam berbagai bentuk, baik secara langsung melalui pertemuan atau kegiatan tertentu maupun melalui pesan digital seperti WhatsApp dan media sosial. Hal ini dilakukan agar para donatur merasa dihargai dan semakin termotivasi untuk terus berkontribusi dalam program-program sosial yang dijalankan oleh BAZNAS.

Selain itu, sebagai bagian dari strategi penguatan komunikasi dan edukasi, BAZNAS Kabupaten Pati juga membagikan stiker khusus yang berisi ajakan untuk berzakat. Stiker ini dilengkapi dengan informasi penting, seperti kontak yang dapat dihubungi, alamat kantor BAZNAS, serta berbagai program unggulan yang sedang berjalan. Dengan adanya stiker ini, diharapkan semakin banyak masyarakat yang teredukasi dan terdorong untuk menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS. Tidak hanya itu, kalender yang berisi dokumentasi penyaluran dana zakat juga dibagikan kepada donatur sebagai bentuk transparansi dan laporan kegiatan yang telah dilakukan.

Keistimewaan lain yang diberikan kepada para donatur adalah kemudahan dalam proses pengajuan atau usulan permohonan bantuan bagi masyarakat kurang mampu. Para donatur yang telah secara rutin berkontribusi melalui zakat, infak, atau sedekah akan mendapatkan prioritas dalam menyampaikan permohonan bantuan, sehingga mereka dapat secara langsung membantu individu atau kelompok yang benar-benar membutuhkan. Dengan

strategi apresiasi yang menyeluruh ini, BAZNAS Kabupaten Pati berharap kesadaran masyarakat terhadap kewajiban berzakat semakin meningkat, sekaligus memperkuat keterlibatan donatur dalam mendukung berbagai program sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan umat.

BAB IV
PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan Dalam Fundraising Dana ZIS Di BAZNAS Kabupaten Pati

Fundraising merupakan suatu proses strategis yang dijalankan oleh lembaga pelayanan sosial guna menghimpun dana zakat, infak, sedekah (ZIS), maupun sumber dana lainnya dari berbagai lapisan masyarakat, baik individu, kelompok, organisasi, maupun korporasi. Dana yang terkumpul tersebut selanjutnya dialokasikan dan diberdayakan untuk kepentingan para mustahik. Dalam hal ini, kegiatan fundraising memiliki peran yang sangat krusial dalam keberlangsungan program-program lembaga, sehingga pelaksanaannya perlu dirancang dan dikelola secara optimal. Pengelolaan fundraising yang efektif akan berdampak langsung pada peningkatan jumlah dana ZIS yang dapat dikumpulkan dan disalurkan secara maksimal kepada penerima manfaat.[92]

Strategi dan implementasi dalam proses penghimpunan zakat seharusnya mampu mereduksi ketimpangan distribusi kekayaan yang signifikan di masyarakat serta mendorong terciptanya sistem redistribusi yang lebih adil. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, berbagai organisasi pengelola zakat di Indonesia mulai merancang pendekatan dan inovasi baru dalam mengelola dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS), khususnya dalam aspek strategi penghimpunan dana dari masyarakat. BAZNAS Kabupaten Pati sebagai lembaga resmi yang berwenang dalam pengelolaan zakat, memegang peranan penting dalam merancang strategi penghimpunan, pengelolaan, serta pendistribusian dana ZIS demi meningkatkan kesejahteraan umat. Dalam melaksanakan tugasnya, BAZNAS Kabupaten Pati menyediakan berbagai layanan untuk memfasilitasi donatur yang ingin menyalurkan ZIS, baik melalui mekanisme pembayaran langsung di kantor maupun secara tidak langsung melalui transfer ke rekening resmi lembaga. Selain itu, terdapat pula layanan "jemput bola" sebagai bentuk pelayanan proaktif kepada donatur yang mengalami kendala untuk hadir langsung atau melakukan transfer bank.[93]

Dalam menjalankan program-programnya, BAZNAS Kabupaten Pati tidak

[92] Muharir Sobri, Wahit Saprida, "Strategi Fundraising Dalam Upaya MeningkatkanKepercayaan Muzaki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)," I-Philanthropy : A ResearchJournal On Management Of Zakat And Waqf Vol. 3, No. 2 (2022). Hlm. 94

[93] Istiqomah dan Ahmad Fauzi, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri," Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, Vol. 2 No. 3 (2021). Hlm. 103

dapat hanya mengandalkan metode konvensional penghimpunan dana melalui layanan ZIS sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat, lembaga ini mulai merancang strategi yang lebih efektif dan efisien, baik bagi para amil maupun calon donatur. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, strategi fundraising yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati telah sejalan dengan konsep fundraising yang dikemukakan oleh Sargeant, di mana strategi tersebut disusun sebagai bentuk perencanaan yang bersifat tetap dan menjadi acuan dalam pelaksanaan program penghimpunan dana ZIS. Sementara itu, pada tataran implementasi, strategi ini dijalankan secara fleksibel dengan penyesuaian terhadap dinamika sosial dan perkembangan zaman, serta didukung oleh inovasi dan kreativitas. Oleh karena itu, penetapan strategi yang tepat menjadi aspek krusial yang harus menjadi perhatian utama BAZNAS Kabupaten Pati dalam mengoptimalkan proses penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah.[94]

BAZNAS Kabupaten Pati telah merancang dan menetapkan strategi fundraising yang mengacu pada konsep teori fundraising yang dikemukakan oleh Sargeant. Strategi-strategi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling terintegrasi dan saling memperkuat dalam pelaksanaannya. Setiap pendekatan yang digunakan dirancang agar saling melengkapi, sehingga mampu membentuk sistem penghimpunan dana yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dalam konteks implementasi di lapangan, strategi tersebut juga diperluas melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai bagian dari strategi digitalisasi, seperti penggunaan media sosial, website, dan platform digital lainnya untuk memperluas jangkauan informasi dan mempermudah proses donasi. Selain itu, strategi fundraising BAZNAS Kabupaten Pati juga diperkuat melalui pendekatan kemitraan dengan berbagai lembaga, baik pemerintah maupun swasta, guna membangun kolaborasi yang strategis dalam memperluas jaringan penghimpunan dana ZIS. Sinergi antara strategi klasik, digitalisasi, dan kemitraan ini menjadi fondasi penting bagi BAZNAS Kabupaten Pati dalam mencapai visi, misi, serta tujuan organisasinya secara lebih optimal dan relevan dengan perkembangan zaman. Dalam klasifikasinya, strategi-strategi tersebut mencakup:

1. Strategi Dialogue fundraising
    a. Memperbanyak UPZIS (ASN/PNS)

[94] Ninla Elmawati Falabiba, "Strategi Corporate Fundraising Zakat infaq dan Shadaqahpada LAZISMU Jakarta," Madani Syari'ah: Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah, Vol. 4 No. 2(2019). Hlm. 3

b. Sosialisasi
c. Layanan ZIS Of line dan Online

2. Strategi Corporate fundraising
   a. Membentuk Kemitraan Dengan Perusahaan Potensial
   b. Menyelenggarakan Kegiatan
3. Strategi Multichannel fundraising
   a. Digitalisasi Fundraising
   b. Sosialisasi Melalui Media
4. Strategi Retention and development donor.
   a. Legalitas Fundraising
   b. Giving Thanks
   c. Laporan Pertanggungjawaban

Dari keempat strategi yang diterapkan, terdapat satu strategi yang terbukti paling efektif dalam mengoptimalkan penghimpunan dana ZIS. Efektivitas ini terlihat dari adanya dukungan yang kuat, baik dari aspek regulasi maupun keberagaman pendekatan yang digunakan. Sebagai lembaga resmi yang dibentuk oleh pemerintah, BAZNAS Kabupaten Pati secara kelembagaan memperoleh legitimasi dan dukungan yang signifikan. Salah satu bentuk dukungan tersebut tercermin dalam diterbitkannya Peraturan Bupati (PERBUP) Nomor 75 Tahun 2021 tentang Pengelolaan ZIS bagi ASN/PNS dan Pegawai BUMD, yang bersifat wajib dan mengikat. Regulasi ini menjadi instrumen penting yang memperkuat strategi penghimpunan dana yang dijalankan oleh BAZNAS Kabupaten Pati.

Pengumpulan dana ZIS dengan dukungan regulasi tersebut dijalankan melalui pendekatan *dialogue fundraising*, yang sejak awal berdirinya BAZNAS Kabupaten Pati pada tahun 2015 telah ditetapkan sebagai strategi utama. Strategi ini terbukti memberikan hasil yang positif, dengan tren penghimpunan dana yang menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Meskipun *dialogue fundraising* menjadi strategi utama, namun penerapan satu strategi saja tidaklah cukup untuk mempertahankan serta membangun kepercayaan para donatur. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut (follow up) yang optimal, baik kepada donatur aktif maupun calon donatur, khususnya saat proses pembayaran ZIS berlangsung. Dalam hal ini, BAZNAS Kabupaten Pati juga menerapkan strategi lain seperti *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, serta *retention and development donor*. Ketiga strategi tambahan tersebut turut berkontribusi dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Namun demikian, berdasarkan data

yang ada, penerimaan dana melalui ketiga strategi tersebut belum menunjukkan peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan capaian melalui strategi *dialogue fundraising*

dari total penghimpunan dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Pati berasal dari penerapan strategi *dialogue fundraising* melalui UPZIS. Sementara itu, strategi lainnya seperti *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, dan *retention and development donor* belum menunjukkan hasil yang signifikan dalam peningkatan penghimpunan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Strategi *corporate fundraising* masih tergolong baru dan mulai diterapkan pada tahun 2021.
2. Strategi *multichannel fundraising* masih berfokus pada kegiatan sosialisasi melalui media, dan belum secara maksimal diarahkan untuk meningkatkan jumlah penghimpunan dana ZIS.
3. Strategi *retention and development donor* telah berjalan cukup baik, namun karena sebagian besar donatur berasal dari kalangan ASN/PNS melalui mekanisme UPZIS, jangkauannya menjadi terbatas dan belum sepenuhnya menjangkau masyarakat umum.

Meskipun BAZNAS Kabupaten Pati masih mengandalkan *dialogue fundraising* sebagai strategi utama dalam penghimpunan ZIS, namun pengembangan strategi lain seperti *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, serta *retention and development donor* mulai diintegrasikan dengan pendekatan digitalisasi dan kemitraan untuk memperkuat efektivitasnya. Strategi digitalisasi terlihat pada pemanfaatan media sosial, dan kanal digital lainnya dalam menunjang *multichannel fundraising*, meskipun saat ini masih berfokus pada kegiatan sosialisasi dan belum sepenuhnya diarahkan untuk optimalisasi transaksi penghimpunan.

Sementara itu, strategi kemitraan tercermin dalam penguatan *corporate fundraising* melalui kerja sama dengan pihak swasta seperti rumah sakit dan lembaga non-pemerintah yang mulai dijalin sejak tahun 2021, meskipun hasilnya masih terbatas. Pada *retention and development donor*, strategi digitalisasi berperan dalam membangun komunikasi berkelanjutan dengan donatur melalui platform daring dan pesan instan, sedangkan kemitraan berpotensi memperluas basis donatur di luar ASN dengan menjangkau komunitas dan institusi lain. Ke depan, sinergi antara strategi inti fundraising dengan pendekatan digitalisasi dan kemitraan diharapkan dapat

menjadi fondasi penting dalam menciptakan sistem penghimpunan ZIS yang lebih adaptif dan inklusif.

B. Tantangan Dan Peluang Yang Di Hadapi BAZNAS Kabupaten Pati Dalam Pelaksanaan Strategi Digitalisasi Dan Kemitraan

Penghimpunan dana zakat (fundraising) merupakan aspek yang sangat krusial bagi lembaga pengelola zakat, baik Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Tanpa adanya dana yang cukup, lembaga tersebut tidak akan mampu menjalankan program pemberdayaan masyarakat secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dan kreativitas dalam menyusun serta mengimplementasikan strategi fundraising yang tepat sasaran dan efisien. Dalam konteks BAZNAS Kabupaten Pati, strategi fundraising tidak hanya dijalankan melalui pendekatan tradisional seperti *dialogue fundraising*, tetapi juga diperkuat dengan strategi *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, serta *retention and development donor*. Keempat strategi ini dijalankan secara bertahap untuk mendiversifikasi sumber dana zakat.[95]

Lebih dari itu, strategi digitalisasi dan kemitraan menjadi penguat dalam pelaksanaan keempat strategi tersebut. Digitalisasi memungkinkan optimalisasi strategi *multichannel fundraising* melalui media sosial, platform digital, dan kampanye online untuk memperluas jangkauan sosialisasi dan edukasi ZIS. Sementara itu, strategi kemitraan, seperti kerja sama dengan Rumah Sakit KSH dan instansi lainnya, menjadi bagian penting dari *corporate fundraising* dan *retention donor*, yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik tetapi juga memperluas kanal distribusi dan penghimpunan. Dengan demikian, efektivitas penghimpunan ZIS di BAZNAS Kabupaten Pati sangat bergantung pada bagaimana keempat strategi fundraising tersebut diintegrasikan secara sinergis dengan pendekatan digitalisasi dan kemitraan yang tepat. [96]

BAZNAS Kabupaten Pati menerapkan berbagai strategi yang dirancang untuk meningkatkan penghimpunan dana ZIS dari tahun ke tahun. Dalam hal ini, BAZNAS Kabupaten Pati mengimplementasikan strategi fundraising yang telah dirancang melalui proses perencanaan yang matang sebelum melaksanakan program

[95] Moh. Arifin And Maghfiroh Ahlul M, "Strategi Fundraising Dana Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UPZ BAZNAS Yakin)," Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah, Vol. 2 No. 2 (2021). Hlm. 240

[96] Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten TanahDatar," Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam, Vo. 1 No. 1 (2018). Hlm. 58

penghimpunan dana ZIS. Berdasarkan data yang ada, strategi *dialogue fundraising* terbukti efektif karena mampu menghimpun dana dalam jumlah besar dan menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari penerapan strategi yang optimal, di antaranya:

1. Membentuk UPZIS yang terdiri dari OPD, Lembaga, Satker, dan Sekolah-sekolah yang ada di Pati melalui mekanisme/teknispengumpulan.
2. Melakukan pendataan terkait ASN/PNS yang belummembayar ZIS setiap tahunya.
3. Mendatangi dan melakukan presentasi kepada UPZIS potensial untuk menawarkan program dan kerjasama.
4. Melakukan follow up kepada UPZIS yang telah dibentuk untukmembuat program kerja selama satu tahun.
5. Layanan ZIS secara of line seperti layanan ke kantor, dan jemput bola.
6. Bekerjasama dengan penyuluh agama yang setidak-tidaknya adadelapan disetiap kecamatan untuk disosialisasikan akan kesadaran ZIS.

Melalui penerapan tersebut, BAZNAS KabupatenPati berhasil membentuk 168 UPZIS yang ada di Kabupaten Pati danjumlah yang mengalami peningkatan setiap tahunya. Penerapan strategi fundraising selain *dialogue fundraising* sejauh ini belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penghimpunan dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Pati. Salah satu penyebab utamanya adalah belum optimalnya pemanfaatan media digital untuk membentuk citra positif lembaga. Saat ini, media sosial lebih banyak dimanfaatkan sebatas sebagai alat sosialisasi dan pemberitaan, belum diarahkan pada pengembangan konten kreatif yang dapat menarik partisipasi publik secara lebih luas.

Untuk mengevaluasi sejauh mana implementasi strategi fundraising berjalan, dapat ditinjau dari sumber utama penghimpunan dana ZIS serta alasan mengapa pelaksanaan strategi belum optimal. Dalam konteks ini, strategi *digitalisasi* dan *kemitraan* memiliki peran penting. Digitalisasi seharusnya memperkuat *multichannel fundraising* melalui optimalisasi platform digital yang interaktif, sementara kemitraan mendukung pelaksanaan *corporate fundraising* dan *retention and development donor*, terutama dalam menjangkau sektor swasta dan memperluas jaringan donatur secara berkelanjutan. Oleh karena itu, dalam menerapkan strategi fundraising yang telah ditetapkan, BAZNAS Kabupaten Pati dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang yang memengaruhi efektivitas pelaksanaannya. Beberapa di antaranya meliputi:

1. Peluang dalam Strategi Fundraising
    a. Dukungan Regulasi dari Pemerintah Daerah

        BAZNAS Kabupaten Pati memperoleh dukungan yang kuat dari pemerintah daerah, khususnya melalui diterbitkannya Peraturan Bupati (PERBUP) No. 75 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah bagi ASN/PNS dan pegawai BUMD. Regulasi ini memberikan legitimasi yang kuat sekaligus mempermudah proses penghimpunan dana melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ), yang merupakan bentuk konkret dari penerapan strategi *dialogue fundraising*. Dukungan kebijakan ini menjadi peluang besar dalam memperluas jangkauan penghimpunan dan menjamin kesinambungan program.

    b. Kemitraan Strategis dengan Rumah Sakit KSH Pati

        Kepercayaan yang diberikan oleh Rumah Sakit KSH kepada BAZNAS Kabupaten Pati menunjukkan bahwa lembaga ini memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya dalam pengelolaan dana sosial keagamaan. Kolaborasi ini memperkuat strategi *corporate fundraising* dan menunjukkan bentuk nyata dari strategi kemitraan. Keterlibatan BAZNAS dalam menyalurkan bantuan sosial melalui mitra korporasi meningkatkan citra lembaga dan memberikan akses yang lebih luas dalam pengumpulan ZIS.

    c. Relasi dan Dukungan Media Digital

        Dalam kerangka strategi digitalisasi, BAZNAS Kabupaten Pati memiliki peluang besar melalui hubungan baik dengan media lokal. Dukungan ini memungkinkan BAZNAS untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat secara digital, meningkatkan citra positif lembaga, serta memperkuat kesadaran publik dalam menyalurkan ZIS. Upaya digitalisasi ini dapat mendukung pelaksanaan strategi *multichannel fundraising* dengan lebih efektif jika dikelola secara kreatif dan konsisten.

2. Tantangan dalam strategi fundraising
    a. Kurangnya Jangkauan kepada Masyarakat Umum di Kabupaten Pati

        fundraising, kesadaran masyarakat umum di luar kalangan ASN/PNS masih tergolong rendah dalam berzakat, berinfak, dan bersedekah. Data penerimaan ZIS menunjukkan bahwa kontribusi dari individu non-ASN masih sangat kecil, hanya sekitar 32 data masuk sebagai dana perorangan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam memperluas cakupan sosialisasi

program, serta mengoptimalkan strategi multichannel fundraising dan kemitraan yang dapat menyasar kalangan masyarakat umum secara lebih luas

b. Terbatasnya Kapasitas SDM Amil dalam Pemanfaatan Media Digital

Digitalisasi seharusnya menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan efektivitas strategi multichannel fundraising. Namun, BAZNAS Kabupaten Pati masih menghadapi keterbatasan pada sisi sumber daya manusia (SDM) amil dalam hal kreativitas dan kemampuan mengelola media online secara aktif. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook belum maksimal, ditunjukkan dengan frekuensi unggahan yang rendah dan konten yang belum sepenuhnya menarik atau terstruktur. Hal ini menghambat pencitraan lembaga serta kurang mendukung perkembangan digital fundraising yang berbasis kemitraan dan publikasi online.

Pemanfaatan media sosial oleh BAZNAS Kabupaten Pati masih terbatas dan belum optimal dalam menunjang strategi digitalisasi fundraising. Akun Instagram resmi @baznaskabupatenpati tercatat memiliki 719 pengikut dengan total 63 unggahan, sementara akun Facebook "Baznas Kabupaten Pati" hanya diikuti oleh 235 orang dan baru memiliki 3 unggahan. Selain itu, lembaga belum memiliki website resmi sebagai pusat informasi digital, dan komunikasi lebih banyak dilakukan melalui nomor WhatsApp 0852-1128-9881. Minimnya aktivitas dan jangkauan media sosial ini menunjukkan bahwa strategi *multichannel fundraising* melalui digitalisasi belum dimanfaatkan secara maksimal untuk membangun kedekatan dengan masyarakat, memperluas jaringan donatur, maupun meningkatkan kesadaran publik akan pentingnya zakat, infak, dan sedekah.

c. Belum Tersedianya Website Resmi sebagai Sarana Digital Fundraising

Di era digital, website memegang peranan penting sebagai pusat informasi dan wajah resmi lembaga. Melalui website, BAZNAS seharusnya dapat menyajikan berbagai informasi seperti struktur kepengurusan, profil lembaga, program-program, berita, dan sarana digital fundraising. Namun, hingga saat ini BAZNAS Kabupaten Pati belum memiliki website resmi sebagai media pengelolaan informasi dan penghimpunan ZIS secara digital. Ketidakhadiran website ini menjadi hambatan dalam mengoptimalkan strategi *multichannel fundraising* dan menguatkan citra kelembagaan. Selama ini, penyampaian informasi hanya mengandalkan relasi media sebagai

alternatif, yang belum cukup untuk menjangkau masyarakat secara luas maupun meningkatkan kepercayaan publik dan calon donatur.

d. Fokus Program Penghimpunan Masih Terbatas pada Pembentukan UPZIS

Meskipun strategi *dialogue fundraising* melalui pembentukan Unit Pengumpul Zakat (UPZIS) telah memberikan kontribusi besar terhadap perolehan ZIS, pendekatan ini masih menjadi tumpuan utama. Hal ini menyebabkan strategi lain seperti *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, serta *retention and development donor* belum berjalan secara maksimal. Kurangnya pengembangan kemitraan dengan sektor swasta dan minimnya diversifikasi saluran komunikasi digital menjadi catatan penting. Terlebih lagi, strategi pengelolaan donatur masih terbatas pada penggunaan email, padahal optimalisasi melalui website dan media digital lain sangat dibutuhkan untuk memperkuat hubungan dengan donatur serta memperluas jangkauan lembaga.

Meskipun BAZNAS Kabupaten Pati telah merancang strategi fundraising berdasarkan konsep dari Sargeant, implementasinya masih belum sepenuhnya optimal, khususnya dalam memperluas jangkauan penghimpunan dana ZIS ke masyarakat umum. Strategi yang dijalankan selama ini masih terfokus pada sektor ASN/PNS melalui pembentukan Unit Pengumpul Zakat (UPZIS), sehingga belum menjangkau potensi donatur lainnya di luar institusi pemerintah. Meski demikian, program distribusi dana tetap berjalan baik, dan penghimpunan ZIS menunjukkan peningkatan signifikan setiap tahun, terutama setelah diberlakukannya PERBUP No. 75 Tahun 2021, yang mendorong lonjakan penghimpunan dari Rp6,53 miliar pada tahun 2022 menjadi Rp12,62 miliar.

Dalam konteks ini, strategi *dialogue fundraising* menjadi pendekatan yang paling efektif dan efisien dalam meningkatkan dana ZIS. Sementara itu, strategi lain seperti *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, serta *retention and development donor* masih perlu diperkuat, khususnya melalui penerapan digitalisasi dan perluasan kemitraan. Pemanfaatan teknologi digital belum optimal, terbukti dari kurang aktifnya media sosial, belum adanya website resmi, serta minimnya inovasi konten digital yang kreatif. Di sisi lain, kemitraan strategis yang sudah terbentuk, seperti kerja sama dengan Rumah Sakit KSH dan relasi media lokal, menunjukkan potensi besar dalam mendukung keberhasilan fundraising jika dikelola lebih maksimal. Dengan demikian, strategi digitalisasi dan kemitraan seharusnya menjadi elemen kunci

dalam memperkuat keempat pendekatan fundraising tersebut agar mampu mengoptimalkan potensi penghimpunan dana ZIS secara menyeluruh.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisis tentang Srategi Digital dan Straegi Kemitraan di Baznas Kabupaten Pati maka memperoleh hasil :

1. Strategi digitalisasi dan kemitraan menjadi penguatan penting dalam mendukung optimalisasi fundraising dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Pati. Penerapan digitalisasi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, meskipun dari sisi kreativitas konten dan frekuensi posting masih terbatas. Pemanfaatan media digital saat ini masih sebatas fungsi sosialisasi dan informasi, belum diarahkan secara maksimal untuk menarik partisipasi masyarakat dalam menyalurkan ZIS. Di sisi lain, kemitraan telah dijalankan melalui kerja sama dengan lembaga seperti Rumah Sakit KSH, yang berkontribusi dalam distribusi program bantuan dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kinerja BAZNAS. Dukungan regulasi berupa PERBUP No. 75 Tahun 2021 juga menjadi peluang besar dalam memperluas jangkauan penghimpunan dana ZIS.
2. Namun demikian, BAZNAS Kabupaten Pati masih menghadapi beberapa tantangan dalam pelaksanaan strategi fundraising yang telah ditetapkan. Tantangan tersebut antara lain belum maksimalnya jangkauan program ke masyarakat umum di luar ASN, terbatasnya kreativitas SDM dalam mengelola media digital, belum tersedianya website resmi sebagai pusat informasi dan layanan digital fundraising, serta masih berfokus pada strategi penghimpunan berbasis pembentukan UPZIS. Padahal, strategi lainnya seperti multichannel fundraising, corporate fundraising, serta retention and development donor perlu diperkuat dan diintegrasikan dengan pendekatan digitalisasi dan kemitraan. Dengan memanfaatkan peluang yang ada serta mengatasi tantangan yang dihadapi, strategi fundraising di BAZNAS Kabupaten Pati dapat berjalan lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan perolehan dana ZIS setiap tahunnya.

B. Saran

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digitalisasi dan kemitraan yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Pati dalam peningkatan penghimpunan dana ZIS belum berjalan secara optimal. Beberapa faktor seperti keterbatasan SDM, belum maksimalnya pemanfaatan platform digital, serta tantangan sosial dalam menjalin kerja

sama dengan sektor swasta menjadi hambatan dalam efektivitas strategi tersebut. Adapun saran yang diberikan oleh penulis untuk pihak BAZNAS Kabupaten Pati adalah:

1. **Penguatan Infrastruktur Digitalisasi**

   BAZNAS Kabupaten Pati perlu segera mengembangkan dan mengintegrasikan sistem digital secara menyeluruh, salah satunya dengan membangun website resmi yang tidak hanya sebagai pusat informasi, tetapi juga sebagai platform layanan digital zakat yang interaktif. Website tersebut dapat dilengkapi dengan fitur kalkulator zakat, laporan distribusi dana real-time, dan kanal pembayaran online.

2. **Peningkatan Kapasitas SDM**

   Diperlukan adanya penambahan tenaga kerja khusus yang memiliki kompetensi di bidang komunikasi digital, desain kampanye media sosial, dan pelayanan donatur berbasis teknologi. Pelatihan secara berkala tentang manajemen fundraising dan literasi digital juga penting dilakukan untuk menunjang efektivitas strategi yang dijalankan.

3. **Perluasan Strategi Kemitraan dengan Sektor Swasta**

   BAZNAS perlu memperkuat pendekatan kolaboratif dengan sektor swasta melalui program sosial yang tidak hanya berorientasi zakat, tetapi juga CSR (Corporate Social Responsibility), agar perusahaan non-Muslim pun dapat terlibat secara inklusif. Pendekatan komunikasi yang lebih persuasif dan berbasis manfaat sosial dapat membuka lebih banyak peluang kemitraan jangka panjang.

4. **Peningkatan Literasi ZIS kepada Masyarakat**

   BAZNAS Kabupaten Pati disarankan untuk melakukan sosialisasi literasi zakat secara intensif, baik melalui pendekatan langsung ke masyarakat maupun melalui media digital, terutama di daerah dengan tingkat literasi teknologi yang masih rendah. Kampanye ini dapat dilakukan bekerja sama dengan tokoh agama, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal.

5. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

   Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan BAZNAS daerah lainnya atau lembaga amil zakat swasta guna memperoleh perbandingan strategi fundraising yang lebih komprehensif. Selain itu, peneliti berikutnya juga dapat mengkaji secara lebih mendalam mengenai efektivitas strategi digitalisasi

terhadap peningkatan jumlah muzakki dan donatur aktif, serta melakukan pendekatan kuantitatif agar dapat memvalidasi hasil temuan secara statistik. Penggunaan indikator kinerja berbasis data dan evaluasi dampak program kemitraan juga diharapkan menjadi perhatian dalam penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Fajri. "Strategi Komunikasi Pendistribusian Zakat BAZNAS Kota Padang Di Bulan Ramadhan" 5, no. 1 (2024): 115–28.

Aksen Tias, Muhamad, Dhafin Majaya, Mohammad Dzikry Rizkyawan, Alfian Ardiansyah, Robi Tiarahman, and Elis Nurhasanah. "Analisis Faktor Kendala Fundraising Pada Lembaga Zakat Di Indonesia." *La Zhulma | Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2024): 230–36. https://doi.org/10.70143/lazhulma.v4i2.269.

Amitha Shofiani Devi, Khusnul Hotimah, Ramadhan Sakha A, Achmad Karimullah, and M. Isa Anshori. "Mewawancarai Kandidat: Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas." *MASMAN : Master Manajemen* 2, no. 2 (2024): 66–78. https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.387.

Annisyah, Ummi. "Program Studi : Program Studi :" 1, no. 48 (2022): 1–8.

Antara Kantor Berita Indonesia. "APJII Sebut Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 79,5 Persen Di 2024," 2024.

Apriliani, Farah Tri, Hery Wibowo, Nandang Mulyana, and Wandi Adiansah. "Inovasi Sosial Strategi Fundraising Sekolah Relawan." *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 3, no. 2 (2021): 219. https://doi.org/10.24198/jkrk.v3i2.35166.

Attar, Haekal. "Strategi Kemitraan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama (NU CARE LAZISNU) Pusat Dalam Program Pesantren Hijau." *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73041%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73041/1/HAEKAL ATTAR-FDK.pdf.

bps kabupaten pati. "Profil Kemiskinan Kabupaten 2024." 6 januari 2025, n.d. https://patikab.bps.go.id/id/news/2025/01/06/977/profil-kemiskinan-kabupaten-pati-2024.html.

Feri Sulianta. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.

Fitriani, Kulsum, Nanih Machendrawaty, and Dewi Sadiah. "Manajemen Strategis Pendayagunaan Zakat BAZNAS Jawa Barat Terhadap Kesejahteraan Mustahik" 7 (2022): 31–50. https://doi.org/10.15575/tadbir.v7i1.2531.

Furqon, Ahmad. "Management of Zakat," 2015, 33–34.

H, Wahyu Nugroho M, Institut Agama, Islam Negeri, and Iain Pontianak. "Konteks Fiqh Kontemporer," no. 12102010 (2022).

Hanafi, Suhri, Diana Mukti Wijiastuti, and Muhammad Syarif Nurdin. "Analisis Hukum Terhadap Pendistribusian Zakat Oleh Baznas Kota Palu Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan." *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2023): 9. https://doi.org/10.24235/jm.v8i1.12885.

https://jdih.patikab.go.id/. "Pengelolaan Zakat Profesi, Infak, Dan Sedekah Dari Aparatur Sipil Negara Dan Pegawai Badan Usaha Milik Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Pati." 2021-12-07, 2021.

Huda, Nurul. "Pendistribusian ZIS Berbasis Kemitraan Di BMT Amanah Ummah Sukoharjo," 2022.

Iqbal, Muhammad. "Hukum Zakat Dalam Perspektif Hukum Nasional." *Jurnal Asy-Syukriyyah* 20, no.

1 (2019): 26–51. https://doi.org/10.36769/asy.v20i1.43.

Kusmawaningsih, Susi, and Gita Aryanti. "Strategi Pengumpulan Zakat Mal Di Baznas Kota Lubuk Linggau Di Tinjau Dari Hukum Ekonomi Syariah." *Muamalah* 9, no. 1 (2023): 45–51. https://doi.org/10.19109/muamalah.v9i1.17987.

Lailanur Fadillah Nasution, and Muhammad Syahbudi, SEI.MA. "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan." *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* 2, no. 1 (2022): 70–80. https://doi.org/10.56799/peshum.v2i1.1032.

Latifah, Erlin, Yusuf Zaenal Abidin, and Ahmad Agus Sulthonie. "Manajemen Strategik Rumah Amal Salman Dalam Meningkatkan Fundraising Zakat." *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2017): 68–85. https://doi.org/10.15575/tadbir.v2i1.152.

Latifatussufiah Latifatussufiah, Mohammad Fathan Syarief, Muhammad Saiful Afriyanto, and Lian Fuad. "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Dana ZIS Di LAZ PERSADA Jawa Timur." *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 2, no. 5 (2024): 1–12. https://journal.staiypiqbaubau.ac.id/index.php/Mutiara/article/view/1575.

Mahanum, Mahanum. "Tinjauan Kepustakaan." *ALACRITY : Journal of Education* 1, no. 2 (2021): 1–12. https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20.

Mandagi, Lorentza, Marlien T Lapian, and Trintje Lambey. "Strategi Pemerintah Kecamatan Dalam Menghadapi Era New Normal Di Kecamatan Tomohon Utara Kelurahan Kakaskasen 1." *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi* 2, no. 3 (2022): hlm. 1-7.

Mas'Ula, Siti. "Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Lembaga Zis (Zakat, Infaq, Sedekah) Dan Waqof." *Umsida Repository*, no. 176120600010 (2020): 1.

Meike Siti Nurhajizah. "Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Pusat Melalui E-Commerce." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.

Muslihin, Muslihin, and Ahmad Munawaruzaman. *Metode Fundraising Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infaq Sedekah (ZIS) Pada Kantor Layanan Lazismu Baitul Maal Khairu Ummah*. *Jurnal Manajemen Dakwah*. Vol. 9, 2021. https://doi.org/10.15408/jmd.v1i1.24031.

Nafisatur, M. "Metode Pengumpulan Data Penelitian." *Metode Pengumpulan Data Penelitian* 3, no. 5 (2024): 5423–43.

Nazaruddin, Nazaruddin. "Implementasi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat." *Ibrah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 13–24. https://doi.org/10.47766/ibrah.v1i1.548.

Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif." *Wacana* 8, no. 2 (2014): 177–1828. http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/.

NyalaNusantara.Pati. "Pemkab Pati Dan RS KSH Berikan Bantuan Kepada Tenaga Sapu Jalan Dan Kebersihan," 2024. https://nyalanusantara.com/read/ragam-nusantara/2165/pemkab-pati-dan-rs-ksh-berikan-bantuan-kepada-tenaga-sapu-jalan-dan-kebersihan?page=all.

Pikuleva, Irina A. "Challenges and Opportunities in P450 Research on the Eye." *Drug Metabolism and Disposition* 51, no. 10 (2023): 1295–1307. https://doi.org/10.1124/dmd.122.001072.

Purwono. "25-53-1-SM.Pdf." *Universitas Gajah Mada*, 2008.

Putra, Josse Andrea, and Deni Irawan. "Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyaluran Dana Zakat

(Studi Kasus BAZNAS Kota Pekanbaru)." *Jurnal Hukum Respublica Fakultas Hukum Universitas Lancang Kuning* , 2023, 130–45.

Putri, imamatin listya. "Implementasi CSR Sebagai Aktualisasi ZIS Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Implementation Of CSR As Actualitation Of ZIS in The Badan Amil Zakat (Baznas)" 4, no. November (2021): 142–55.

Rahmadhani, Indah. "Manajemen Digital Fundraising Di Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta," 2022.

Rahmawati, Astuti Nur, and Arif Sapta Yuniarto. "Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi Pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Kewarganegaraan* 7, no. 1 (2023): 818–19.

Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374.

Rukhmana, Trisna. "Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25." *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* 2, no. 2 (2021): 28–33.

Santoso, Edo Ajie. "Optimalisasi Peran Zakat Dalam Mengurangi Angka Kemiskinan." *SANGAJI: Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum* 6, no. 2 (2022): 43–52. https://doi.org/10.52266/sangaji.v6i2.950.

Sari, Jayanti Armida, and Bambang Agus Diana. "Dampak Transformasi Digitalisasi Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan." *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 9, no. 2 (2024): 88–96. https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896.

Selviana, S. "Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Di Kota Palu," 2023. http://repository.uindatokarama.ac.id/id/eprint/2806/.

Sholawati, Richma, Nilna Fauza, and Moch Zainuddin. "Pengelolaan Dana ZIS Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs)." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 2 (2022): 522–41.

Srigantini, V. "EFISIENSI PENGELOLAAN DANA ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH PADA ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI INDONESIA (Studi Kasus Pada BAZNAS Dan …" 9865 (2020): 167–80. http://repositori.unsil.ac.id/2034/3/BAB I.pdf.

Sulistyandari. "Strategi Peningkatan Pertumbuhan Dana Zakat Pada LAZ Di Bengkalis." *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 347–59.

Suprapto, Hery. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan)." *Jurnal Manajemen* 4, no. 3 (2019): 1049. https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.271.

Suryadi, Andi. "Mustahiq Dan Harta Yang Wajib Dizakati." *Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan & Kebudayaan* 19, no. 1 (2018): 3–9.

Tho'in, Muhammad, and Reno Yakob Andrian. "Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak Dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1689–95.

Untari, Dini Tiyas, and Faishol Luthfi. "Analisis Strategi Fundraising Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Penerimaan Zakat, Infak, Dan Sedekah Studi Pada Baitulmaal Iltizam Indonesia" 1 (2023): 2023. https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2023/11/12.pdf.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

No	Daftar Pertanyaan
1.	Bagaimana Sejarah BAZNAS kabupaten Pati
2.	Bagaimana Program Kerja BAZNAS Kabupaten Pati
3.	Bagaimana Struktur organisasi di BAZNAS Kabupaten Pati
4.	Bagaimana Strategi Fundraising Di BAZNAS Kabupaten Pati
5.	Bagaimana Strategi Digitalisasi yang di terapkan di BAZNAS Kabupaten Pati Untuk Meningkatkan Dana ZIS
6.	Bagaimana Implementasi Digitalisasi Di BAZNAS
7.	Apa saja kendala yang di hadapi BAZNAS Kabupaten Pati saat penerapan strategi digitalisasi
8.	Bagaimana Strategi Kemitraan di BAZNAS Kabupaten Pati
9.	Bagaimana Implementasi Strategi Kemitraan Di BAZNA Kabupaten Pati
10.	Apa saja kendaa yang di hadapi BAZNAS Kabupaten Pati Saat Penerapan Strategi Kemitraan

Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara dan Observasi BAZNAS Kabupaten Pati








GRAFIK PENGUMPULAN ZIS
BAZNAS KABUPATEN PATI
GRAFIK PENDISTRIBUSIAN ZIS
BAZNAS KABUPATEN PATI
BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional
KABUPATEN PATI
PILIHAN
PERTAMA
PEMBAYAR
ZAKAT


BID. PENDISTRIBUSIAN & PENDAYAGUNAAN
Triya Nur Vianjaya
BID. PENDIC., KEUANGAN & PELAPORAN
Ummi Rohmawati, S.Ag.
BID. SDM & UMUM
Silvia Rizki Ardiningtyas
MUSTAHIK


PENYERAHAN BANTUAN
PENGOBATAN
BAZNAS KABUPATEN PATI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama	: Ana Madinatul Ulum
Tempat Tanggal Lahir	: Pati, 30 Maret 2003
Alamat	: Dk Demang RT/RW 5/3 Desa Wedarijaksa, Kec. Wedarijaksa Kabupaten Pati, Provinsi Jawa Tengah
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia

PENDIDIKAN

1. TK R.A Masyitoh Wedarijaksa 2008-2009
2. SD N 2 Wedarijaksa 2009-2015
3. MTS Ihyaul Ulum 2015-2018
4. MA Ihyaul Ulum 2018-2021
5. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2021-sekarang