

**STRATEGI FUNDRAISING DALAM MEMAKSIMALKAN POTENSI ZAKAT
DI NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH DENGAN PENDEKATAN BUSSINES MODEL
CANVAS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S.1)
Jurusan Ilmu Ekonomi Islam



Mukhamad Riza Fauzi

1405026226

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

PENGESAHAN

Nama : Mukhamad Riza Fauzi
NIM : 1405026226
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul : Strategi Fundraising dalam Memaksimalkan Potensi Zakat di NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH dengan Pendekatan Bussines Model Canvas.

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 22 Desember 2021 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup serta dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ekonomi Islam.

Semarang, 22 Desember 2021

Dewan Penguji,

Ketua Sidang

Drs. Saekhu, M.H
NIDN. 2020016902

Sekretaris Sidang

Fita Nurotul Faizah, M.E
NIP. 199405032019032026

Penguji I

Muyassarah, M.Si.
NIDN. 2029047101

Pembimbing I

Nurudin, S.E.MM.
NIP. 199005232015031004

Penguji II

Mardhiyaturrositaningsih, M.E
NIP. 199303112019032020

Pembimbing II

Fita Nurotul Faizah, M.E
NIP. 199405032019032026

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau terbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan

Semarang, 9 Desember 2021

Deklator



M. RIZA FAUZI

NIM : 1405026226

MOTTO

***“ SESUNGGUHNYA SESUDAH KESULITAN ITU ADA KEMUDAHAN,
MAKA APABILA KAMU TELAH SELESAI (DARI SUATU URUSAN), KERJAKANLAH
DENGAN SUNGGUH-SUNGGUH (URUSAN) YANG LAIN”***

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan keharibaan Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Ucapan terimakasih kami ucapkan kepada Dosen pembimbing yang telah membantu penulis untuk menyusun skripsi ini dengan penuh kesabaran. Penulis sadar, Skripsi dengan judul *Strategi Fundraising dalam Memaksimalkan Potensi Zakat di NU CARE - LAZISNU Jawa Tengah dengan pendekatan BMC*) ini masih banyak kekurangan, tidak lain disebabkan karena kurangnya kemampuan penulis untuk melakukan penelitian. Pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua yang saya cintai dan hormati Bapak Rosidi dan Ibu Nuryati yang tidak pernah berhenti mendoakan yang terbaik untuk setiap proses dan langkah yang dilakukan oleh penulis. Serta kakak saya Mbak Shovia Ali yang senantiasa menjadi penyemangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Seluruh keluarga besar fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan wawasan ilmu pengetahuan yang luas dan telah sabar mendidik dan membimbing penulis selama menuntut ilmu di UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Nurudin, SE.,MM dan Ibu Fita Nurotul Faizah.,M.E. selaku dosen pembimbing 1 dan 2 penulis, yang telah banyak memberikan berbagai bimbingan, saran, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh keluarga besar NU CARE LAZISNU Jawa Tengah, bapak R. Wibowo, S.Sos, dan Seluruh Jajaran Manajemen yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas skripsi.
5. Serta semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, penulis percaya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau terbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan

Semarang, 9 Desember 2021

Deklator

M. RIZA FAUZI

NIM : 1405026226

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = ' (alif)	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ' (ayin)	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

أَيَّ = ay

أَوَّ = aw

D. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبُّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al-...* misalnya الصَّنَاعَةُ = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الطَّبِيعِيَّةُ الْمَعِيشَةُ = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih belum maksimalnya penghimpunan zakat. Besarnya potensi yang ada nyatanya belum dapat terealisasi secara maksimal, dari 327,6 T yang tercatat baru 71,4 Triliun, itupun yang melalui lembaga resmi hanya 10,2 Triliun, sisanya masih disalurkan secara individu. Melihat data yang ada, NU CARE LAZISNUN Jawa Tengah perlu membangun strategi yang tepat agar muzakki munfik mempercayakan pembayarannya zakatnya melalui lembaga zakat yang resmi. Hal ini penting untuk optimalisasi zakat, yang mana zakat tidak hanya disalurkan untuk kebutuhan konsumtif, namun bisa didayagunakan sebagai zakat produktif. Ada beberapa strategi fundraising yang perlu diperhatikan antara lain: dengan menganalisis kekuatan yang ada pada internal lembaga, sumber daya yang ada, serta mengetahui nilai lebih dari lembaga tersebut dengan menggunakan 9 element yang kita kenal dengan metode *Bussines Model Canvas*. Strategi yang tepat sangat berpengaruh besar terhadap jalannya zakat di setiap lembaga. Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Nahdlatu Ulama' (LAZISNU) memiliki peran penting dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan sumber data berasal dari hasil wawancara dan dokumen-dokumen yang ada kemudian dianalisis menggunakan Metode *Bussines Model Canvas* lalu ditarik kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan pendekatan metode *Bussines Model Canvas*,

NU Care Lazisnu Jawa Tengah berada pada posisi strategi agresif, NU Care Lazisnu Jawa Tengah memiliki keunggulan dalam basis masa organisasi sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa strategi tersebut yaitu: menggandeng unsur Syuriah dan Tanfidziyah, perlu adanya ketokohan Kyai-kyai maupun tokoh yang berpengaruh, guna membantu sosialisasi program-program penggalangan maupun pentasyarufan yang ada. Peningkatan kerjasama dengan Mitra khususnya masjid mushola dengan menjadikannya sebagai JP-ZIS. Meningkatkan kinerja berbasis online melalui Sosial media dan beberapa dompet digital yang ada, hal ini dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini bertransformasi ke dunia digital.

Perhimpunan Zakat di masa pandemi tentunya sangat berbeda dengan situasi sebelum pandemi.. Strategi perhimpunan yang terbaik saat ini adalah mengembangkan lebih efisien layanan digital. Mulai dari perhimpunan yang biasanya dilakukan secara konvensional maka mulai beralih ke layanan secara digital (digital fundraising)

Kata Kunci : *Strategi fundraising, Potensi Dana Zakat, LAZISNU.*

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	
MOTTO.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DEKLARASI.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Tinjauan Pustaka.....	10
E. Metode Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II	15
KONSEP ZAKAT INFAK SHADAQAH	15
DAN STRATEGI FUNDRAISING.....	15
A. Konsep Zakat Infak dan Shadaqah	15
B. Strategi Fundraising	21
C. Bussines Model Canvas (BMC)	28
BAB III.....	30
GAMBARAN UMUM NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH	30
A. Profil NU Care – Lazisnu Jawa Tengah	30
B. Program Kerja NU Care – Lazisnu Jawa Tengah.....	35
BAB IV.....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Strategi Fundraising NU Care – Lazisnu Jawa Tengah	40
B. Strategi Fundraising NU Care Lazisnu dengan Pendekatan Bussines Model Canvas (BMC)	45
C. Hasil Pembahasan Wawancara Bersama narasumber.	48
BAB V	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan data Worldpopulationreview Indonesia negara berpenduduk muslim terbesar didunia pada tahun 2021, yakni sebesar 237 juta jiwa. Hal ini selaras dengan data Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (DUKCAPIL) kementerian dalam negeri, jumlah penduduk Indonesia Sebanyak 272,23 juta jiwa 2021. Dari jumlah tersebut, sebesar 86,88% atau 236,53 juta beragama islam.¹ Hal ini menjadi sebuah potensi yang luar biasa besar bagi Indonesia, khususnya dalam hal zakat Infak dan Shodaqoh. Seperti diketahui, zakat infak shodaqoh memiliki tempat dan peran yang sangat signifikan.

Di Indonesia potensi zakat sangat besar. Berdasarkan Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ) pertahun 2019, potensi zakat di indonesia tercatat 233,8 Triliun pada tahun 2019. Zakat perusahaan memiliki potensi sebesar Rp. 6,17 Triliun. Adapun ditahun 2020 potensi zakat perusahaan mencapai angka Rp.144,5 Triliun, dengan kata lain total potensi zakat pada tahun 2020 adalah Rp.327,6 triliun².

Tabel . 1.1 Potensi Zakat Indonesia

No	Objek Zakat	Potensi Zakat (dalam triliun)
1	Zakat Pertanian	19,7
2	Zakat Peternakan	9,51
3	Zakat Uang	58,76
4	Zakat penghasilan dan jasa	139,07
5	Zakat perusahaan	144,5
Total Potensi Zakat		327,6

Sumber : Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ) 2019 dan PUSKAS BAZNAS 2020

¹ Vivi Budy Kusnandar, databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam.

² Outlook Zakat Indonesia 2021, Pusat Kajian strategis Badan Amil Zakat Nasional (PUSKAS BAZNAS) 2021.

Besarnya potensi zakat pada kenyataannya belum dapat terealisasi secara optimal. Hal tersebut merujuk pada data yang dirilis BAZNAS, dimana pada tahun 2019 jumlah zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) yang terhimpun sebesar Rp 71,4 triliun atau sekitar 21,7 persen. Dari jumlah ini Rp 61,2 triliun tidak melalui OPZ resmi, dan hanya Rp 10,2 triliun yang melalui OPZ resmi.

Tabel 1.2 Realisasi Penghimpunan Zakat

No	Tingkat OPZ	Pengumpulan
1	BAZNAS	Rp. 296.234.308.349
2	BAZNAS Provinsi	Rp. 583.919.722.674
3	BAZNAS Kabupaten / Kota	Rp. 3.539.980.546.674
4	LAZ (Lembaga Amil Zakat)	Rp. 3.728.943.985.109
5	OPZ dalam pembinaan Kelembagaan	Rp. 2.078.865.243.749
Total Pengumpulan Zakat		Rp. 10.227.943.806.555

Nilai penghimpunan yang sat ini tercatat, sesungguhnya belum menggambarkan secara keseluruhan dari total penghimpunan dana zakat masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum menyalurkan zakatnya melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Berdasarkan hasil survei yang diadakan puskas BAZNAS tahun 2020, menunjukkan bahwa masyarakat yang menyalurkan zakatnya ke DKM Masjid sebesar 37% dan langsung ke mutahik sebesar 23%. Artinya 60% masyarakat belum menyalurkan zakatnya melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ).³ Melihat potensi zakat yang cukup besar, zakat bisa menjadi pilar pemoderasian atas kesenjangan sosial, kebangkitan ekonomi kerakyatan, terobosan dalam pengentasan kemiskinan dan pengembangan sumber pendanaan pembangunan kesejahteraan umat.

³ Survei pembayaran ZIS Non-OPZ di Indonesia 2019 - 2020 , PUSKAS BAZNAS 2020

Nahdlatul Ulama yang merupakan organisasi masyarakat Islam dalam peranannya juga mempunyai tanggungjawab dalam mewujudkan kesejahteraan umat, sejalan dengan semangat kemandirian umat menyongsong satu abad Nahdlatul Ulama. Melihat capaian penghimpunan zakat yang tercatat dalam laporan tahunan NU Care – Lazisnu tahun 2019, kelolaan dana zakat Nahdlatul Ulama baru mencapai 3 % dari potensi zakat tahun 2019, yakni 71.78 Milyar⁴. Tentunya hal ini perlu mendapat perhatian khusus dari pengurus dan jajaran Nahdlatul Ulama, mengingat posisi NU adalah salah satu ormas Islam terbesar di Indonesia.

Pengelolaan dana zakat yang massif menjadi sangat penting, karena memiliki potensi yang luar biasa dalam mengurangi kesenjangan ekonomi bagi warga Nahdliyin maupun masyarakat Indonesia pada umumnya. Tidak hanya dalam penghimpunan dana zakat saja yang harus digalakkan, namun juga perlu adanya pentasharufan yang komprehensif kepada para mustahik atau penerima manfaat. Bentuk pentasharufan dana zakat yang komprehensif kepada masyarakat dimaksudkan untuk menjaga amanah, tepat sasaran, transparan dan akuntabel. Selain itu, pentasharufan dana zakat harus mengedepankan nilai transformasi mustahik, tidak melulu penyaluran zakat dalam bentuk konsumtif, namun bisa melalui pendayagunaan zakat produktif. Sehingga para asnaf penerima manfaat suatu saat bisa menjadi muzaki yang akan menyalurkan zakatnya. Oleh karena itu, NU Care – Lazisnu ingin mengajak kepada seluruh elemen warga NU untuk menyalurkan dana zakat melalui lembaga yang legal, terdaftar dan terpercaya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang sah maupun syari'at Islam.

Sebagaimana yang diungkapkan Oleh KH. Ma'ruf Amin yang dikutip oleh Fahreza Rizky dalam IDX Chanel.com beliau mengungkapkan “tercatat adanya peningkatan zakat secara nasional pada tahun 2020 dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini dinilai sangat baik, namun kita juga menyadari bahwa realisasi tersebut masih jauh dari potensi zakat di Indonesia yang sangat besar”. Berdasarkan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa Organisasi Pengelola Zakat belum mampu mempengaruhi mereka yang sudah berzakat untuk menyalurkan zakatnya melalui Organisasi Pengelola Zakat dan mereka yang belum berzakat untuk berzakat dengan harapan terwujudnya kemandirian umat Islam dari pemanfaat dana zakat

Direktur Utama BAZNAS Arifin Purwakananta mengatakan, jika berbicara tentang angka potensial penghimpunan zakat, maka sebenarnya kita berbicara tentang tingkat kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat, khususnya membayarkan zakat melalui lembaga pengelola zakat yang resmi, jadi yang harus dipikirkan adalah bagaimana kita bisa mengajak dan menyadarkan lebih banyak masyarakat untuk membayar zakatnya di lembaga-lembaga

⁴ Annual Report NU CARE LAZISNU 2019

Pengelolaan Zakat yang resmi agar pengimpunan zakat dapat terkelola dengan optimal.⁵ Besarnya penghimpunan tentu dibutuhkan strategi yang tepat agar sesuai dengan yang diharapkan, tidak mungkin besarnya penghimpunan ini dapat dicapai tanpa strategi khusus.

Problema perekonomian tidaklah selalu stabil, perekonomian selalu mengalami kenaikan ataupun penurunan. Pada era kali ini, keadaan sosial, politik dan bencana alam yang seringkali kurang stabil selalu menimbulkan kekhawatiran tersendiri untuk kelangsungan perekonomian negara. Sebagaimana diketahui Pandemi Covid yang tengah terjadi yang telah sering masuk di beberapa Negara memberikan kekhawatiran. Covid-19, telah berdampak terhadap kehidupan sosial, politik, pendidikan, kesehatan, ekonomi dan sektor lainnya. Secara khusus dari sektor ekonomi Indonesia dapat dirasakan dengan menurunnya pendapatan masyarakat, meningkatnya jumlah pengangguran, menurunnya aktifitas ekspor-impor, dan berbagai kegiatan ekonomi lainnya.

Dengan turunnya tingkat perekonomian Indonesia, maka tingkat kemiskinan akan naik secara signifikan, sehingga jika keadaan ini tetap dibiarkan akan berdampak terhadap meningkatnya jumlah kemiskinan. Ekonom World Bank Vivi Alatas mengemukakan bahwa masyarakat miskin menjadi salah satu kategori yang paling rentan terdampak virus corona.⁶ Jumlah penduduk miskin pada Maret 2020 sebanyak 26,42 juta orang (9,78%), meningkat 1,63 juta orang dibandingkan dengan penduduk miskin pada September 2019 sebanyak 24,79 juta orang (9,22%).⁷

Dalam penelitian “Asnaini” mengatakan bahwa permasalahan kemiskinan yang terjadi di Indonesia masih belum mampu teratasi dengan baik, hal ini disebabkan salah satunya karena potensi dana zakat yang besar belum mampu dihimpun secara maksimal.⁸ Terlebih pada masa sulit akibat menyebarnya wabah virus covid-19 yang sangat memberikan dampak kepada ekonomi masyarakat dan juga perilaku berzakat.

Berbagai upaya kebijakan pemerintah dalam menanggulangi peningkatan kemiskinan di Indonesia telah diterapkan. Disamping itu, Islam mempunyai kebijakan dalam menangani peningkatan kemiskinan, yaitu dengan kebijakan pemerataan ekonomi melalui instrumen zakat. Zakat memegang peranan yang sangat penting dalam membantu kesejahteraan umat, zakat tidak hanya dimaknai sebagai ibadah saja, namun juga bisa di maknai dari sudut ekonomi berkaitan

⁵ Insight, edisi ke 3 “Pemerataan Zakat Untuk Kesejahteraan Masyarakat”, KNKT (Jakarta : 2019), Hal 8

⁶ Amir Fiqi, “Dampak Corona Terhadap Kemiskinan Dan Cara Dompot Dhuafa Mengatasinya” <https://carapandang.com/read-news/dampak-corona-terhadap-kemiskinan-dan-cara-dompot-dhuafa-mengatasinya>

⁷ Badan Pusat Statistik Nasional “Penghitungan dan Analisis Kemiskinan di Indonesia Tahun 2020” (Jakarta : 2020) Hal, 14

⁸ Asnaini, “Zakat produktif dalam prespektif hukum islam: Yogyakarta : Pustaka Pelajar : 2008

dengan pendistribusian, jadi, selain zakat bernilai ibadah, zakat juga bisa dijadikan instrumen yang mampu dalam menompang kehidupan ekonomi masyarakat lainnya.

Penting dan besarnya fungsi zakat menurut ajaran Islam dan belum teratasinya persoalan kemiskinan di Indonesia menjadi motivasi bagi pengelolaan zakat yang dapat diandalkan dan bisa menjadi salah satu pendekatan serta solusi bagi persoalan bangsa ini khususnya masalah kemiskinan. Al Qur'an telah menjelaskan perintah memungut zakat serta hikmah atau nilai kebajikan diwajibkannya zakat, diantaranya :

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

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah kepada mereka, sesungguhnya doa kamu (Muhammad SAW.) itu menjadi ketenangan jiwa bagi mereka. Dan Allah maha mendengar lagi maha mengetahui”. QS. Ataubah Ayat 103.

Zakat merupakan ibadah gerakan sosial (*Amaliyah Ijtimaiyah*) yang mempunyai peran penting, baik dipandang dari segi ajaran Islam, ataupun dari segi perkembangan kesejahteraan umat.⁹ Al Quran menyatakan bahwa kesediaan berzakat dipandang sebagai indikator utama ketundukan seseorang terhadap ajaran agama Islam, kesediaan berzakat dipandang pula sebagai keinginan seseorang untuk membersihkan diri dan jiwanya dari berbagai sifat buruk seperti bakhil, egois, rakus dan tamak sekaligus berkeinginan untuk selalu membersihkan, mensucikan dan mengembangkan harta yang dimilikinya.

Zakat juga memiliki peran yang signifikan dalam mengatasi berbagai permasalahan ekonomi, Zakat memiliki keunikan tersendiri karena terdapat dua dimensi, yaitu dimensi taat kepada Allah SWT (*Hablum minallah*) dan dimensi kepedulian terhadap sesama (*Hablum minannas*). Adanya zakat juga diharapkan dapat meminimalisir kesenjangan pendapatan antara orang kaya dan orang miskin serta meningkatkan perekonomian. Dengan demikian, dana zakat memiliki potensi yang sangat besar bagi kesejahteraan umat apabila dikelola secara tepat dan profesional. Secara fiqih, muzakki diperbolehkan membayarkan zakatnya secara langsung kepada mustahik, tetapi juga dapat disalurkan melalui amil atau lembaga pengelolaan zakat, kelebihan pembayaran melalui amil atau lembaga pengelola zakat diantaranya menjamin kepastian dalam kedisiplinan muzakki dalam membayar zakat serta sasaran yang tepat dalam

⁹ Yusuf Al-Qardhawi, *Al-Ibadah Fil-Islam* (Beirut : Muassanah Risalah, 1993), 235

pendistribusian dana zakat. Pengelolaan zakat dilakukan supaya dana zakat mampu dikelola secara baik dan benar dalam pendistribusiannya maupun penyalurannya.

Mengingat zakat begitu penting dan merupakan kewajiban bagi umat islam, maka pemerintah Indonesia telah mengatur keberadaan organisasi pengelola zakat dalam peraturan perundang-undangan yaitu, undang-undang Nomor 38 Tahun 1999 kemudian diperbarui pada tahun 2011 yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang pengelolaan Zakat. Di dalam undang-undang dijelaskan bahwa pengelolaan zakat dilaksanakan oleh dua Organisasi pengelola Zakat yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ), kedua Organisasi ini memiliki peran yang penting dalam hal pengelolaan zakat, yang membedakan adalah Badan Amil Zakat (BAZ) dibentuk oleh pemerintah, sedangkan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dibentuk oleh masyarakat atau organisasi.

BAZ dan LAZ punya satu tugas penting yaitu mengajak masyarakat untuk menunaikan zakat, memberdayakan zakat serta meningkatkan jangkauan zakat, selain itu BAZ dan LAZ mempunyai program, campaign, peraturan dan evaluasi sehingga memastikan pengelolaan zakat yang dilakukan bisa berjalan dengan lancar, professional dan juga transparan. Kehadiran BAZ dan LAZ membuat masyarakat lebih mudah dalam menyalurkan zakatnya melalui pengelolaan profesional, dengan demikian maka diharapkan dengan hadirnya BAZ dan LAZ mampu menjadi sarana untuk mencapai potensi zakat yang ada. tentunya hal tersebut membutuhkan strategi yang tepat, untuk memaksimalkan potensi tersebut, salah satunya menggunakan Strategi *Fundraising* (Strategi Penghimpunan).

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan Shadaqoh serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok atau organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik¹⁰. Selain itu *Fundraising* juga bisa diartikan proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya melalui organisasi.¹¹

Strategi fundraising dana zakat, infak dan sedekah agar mampu teridentifikasi memerlukan analisa model bisnis yakni dengan menggunakan metode pendekatan Business Model Canvas (BMC). Business Model Canvas, Osterwalder dan Pigneur Dalam bukunya Business Model Generation (2012) mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui Sembilan balok bangun dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana cara perusahaan/institusi mendapatkan penghasilan. Sembilan balok dasar tersebut

¹⁰ Didin hanifudin dan Ahmad Juwaeni, Membangun Peradaban Zakat, (Jakarta : IMZ,2006, Hal 47.

¹¹ Aril Purwanto, *Manajemen fundraising Bagi Organisasi Pengelelo Zakat* (Jakarta : Teras, 2009, 12)

dikenal dengan istilah Business Model Canvas (BMC). BMC mempunyai arti suatu konsep model bisnis yang ditampilkan dalam satu lembar kanvas yang berisi elemen-elemen BMC. BMC berisi peta sembilan elemen yang mencakup : *customer segment (Segmen Pelanggan)*, *value proposition (Proporsi Nilai)*, *Channels (saluran)*, *customer relationship (Hubungan Pelanggan)*, *revenue stream (Arus pendapatan)*, *key activity (Aktivitas kunci)*, *key resources (Sumber daya utama)*, *key partnership (kemitraan utara)* dan *cost structure (Struktur biaya)*.¹²

Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan penelitian lapangan terkait dengan situasi yang tengah terjadi saat ini, bersama lembaga formal penghimpunan dana NU CARE LAZISNU Provinsi Jawa Tengah. NU CARE-LAZISNU merupakan lembaga pada PBNU yang berkhidmat dalam pengelolaan zakat, infaq, dan shadaqah di mana keberadaannya disahkan melalui Surat Keputusan (SK) Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) Nomor 15/A.II.04/09/2015 tentang Susunan Pengurus LAZISNU, dan diperkuat dengan Surat Keputusan (SK) Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 225 Tahun 2016 tentang Pengukuhan Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS).

NU CARE-LAZISNU adalah rebranding dan/atau sebagai pintu masuk agar masyarakat global mengenal Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) yang dimiliki organisasi Islam terbesar di Indonesia Nahdlatul Ulama (NU).¹³ NU Care-LAZISNU sendiri telah memiliki cabang yang ada di hampir setiap daerah di Indonesia. Program ini, sebagaimana tujuan dan khidmatnya, serta dalam prosesnya, telah cukup mampu berjalan dengan baik dan dapat diterima masyarakat muslim Nahdlatul Ulama di daerah-daerah. Oleh karenanya, program yang diselenggarakan LAZISNU ini terus melakukan perbaikan, maupun informasi untuk menjadi lebih baik lagi dan bisa masuk ke setiap daerah.

NU CARE LAZISNU Jawa Tengah merupakan perwakilan dari PP LAZISNU di tingkat Wilayah, NU CARE LAZISNU Jawa Tengah mendapatkan amanah kepengurusan Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama pada tahun 2013 sesuai dengan yang tertera pada Surat Keputusan Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) Jawa Tengah No. PW.11/050/SK/XI/2013. Surat Keputusan tersebutlah yang menjadi dasar kepengurusan wilayah Jawa Tengah yang berlaku sejak tahun 2013 hingga 2018. Selama tahun 2013 hingga 2016 NU CARE – LAZISNU Jawa Tengah memfokuskan diri pada pembentukan cabang di tingkat kabupaten maupun kota. Hingga pada awal tahun 2017, NU CARE – LAZISNU Jawa Tengah mendapatkan Pengesahan dan

¹² .eform, Vol. 3, No. 3. November – Maret 2020), STRATEGI PERHIMPUNAN ZAKAT DI MASA PANDEMI COVID 19 DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (STUDI PADA BAZNAS DAN LAZISNU KOTA TARAKAN) Fahmi Syam Universitas Borneo Tarakan fahmisyam@gmail.com

¹³ Buku Pedoman Organisasi NU CARE LAZISNU

pemberian izin operasional dari pengurus pusat NU CARE – LAZISNU. Pengesahan dan izin tersebut tertuang dalam Surat Keputusan Nomor 103/LAZISNU/III/2017. Selain itu, perwakilan wilayah NU CARE – LAZISNU juga sudah mendapatkan izin operasional dari Kakanwil Kemenag Provinsi Jawa Tengah, yakni pada Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah Nomor 373 / Tahun 2017 tentang Pemberian Izin Operasional Kepada Lembaga Amil Zakat Nahdlatul Ulama sebagai Lembaga Amil Zakat Perwakilan Provinsi.

NU CARE – LAZISNU Jawa Tengah pada tahun 2021 ini terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Adapun dasar pelaksanaan kegiatan mengacu pada Surat Keputusan Nomor : 347/SK/PP-LAZISNU/I/2021 tentang Pengesahan dan Pemberian Izin Operasional Kepada Pengurus Wilayah Lembaga Amil Zakat Infak dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Provinsi Jawa Tengah.¹⁴ Potensi zakat di Jawa Tengah juga terbilang cukup besar, berdasarkan data IPPZ tahun 2019 potensi zakat di Jawa Tengah mencapai 20 Triliun. mayoritas penduduk muslim di Jawa Tengah mencapai 96,74%.¹⁵ Besarnya potensi zakat di Jawa Tengah masih belum bisa berbanding lurus dengan fakta yang ada.

Tabel.3 : Rekap Penghimpunan LAZISNU Jawa Tengah 3 Tahun Terakhir

TAHUN	PENGHIMPUNAN			TOTAL PENGHIMPUNAN
	ZAKAT	INFAK	INFAK TERIKAT	
2018	Rp 1.949.811.389	Rp 26.171.420.749	Rp 6.209.223.245	Rp 34.330.455.383
2019	Rp 12.197.854.277	Rp 43.960.476.154	Rp 49.101.809.947	Rp 105.260.140.378
2020	Rp 32.093.911.177	Rp 51.940.841.523	Rp 165.193.251.612	Rp 249.228.004.312

Adanya kesenjangan yang cukup besar antara potensi zakat yang ada dengan besarnya zakat yang berhasil dihimpun dan didistribusikan mengundang banyak pertanyaan, mengingat banyaknya jumlah Organisasi pengelola zakat dan besarnya perhatian pemerintah dalam menangani persoalan zakat. Selain terkait tingkat kepercayaan masyarakat terhadap akuntabilitas OPZ (BAZ dan LAZ), hal ini juga tidak lepas dari pandangan masyarakat akan

¹⁴ www.jateng.nucare.id

¹⁵ Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ 2019)

ketepatan penyaluran dana ZISWAF dari para muzakki yang didistribusikan kepada para mustahik, apakah sudah tepat sasaran maupun optimal dalam upaya menyejahterakan mereka melalui program-program yang inovatif dan produktif., Maka penulis tertarik untuk melakukan kajian penelitian terkait dengan Strategi Fundraising Zakat. Dengan judul penelitian “Strategi Fundraising Dalam Memaksimalkan Potensi Zakat di NU Care-Lazisnu Jawa Tengah dengan Pendekatan Bussiness Model CANVAS.

B. Perumusan Masalah

Dari tema skripsi ini, penulis menentukan dua rumusan masalah sebagai pijakan penelitian, sehingga penelitian ini dapat fokus dan terarah, adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Fundraising NU Care-Lazisnu Jawa Tengah?
2. Bagaimana Strategi Fundraising NU Care Lazisnu Jawa Tengah dalam memaksimalkan potensi zakat dengan menggunakan pendekatan BMC dalam proses menghimpun zakat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk Mengetahui strategi Fundraising yang digunakan NU Care-Lazisnu Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui Strategi Fundraising NU Care Lazisnu Jawa Tengah dalam maksimalisasi potensi zakat dengan menggunakan pendekatan BMC dalam proses menghimpun Zakat.

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, penelitian ini akan menjadi pelajaran berharga dalam mengetahui satu skema strategi fundraising di satu lembaga zakat yaitu NU Care-Lazisnu Jawa Tengah
2. Bagi NU Care-Lazisnu Jawa Tengah, penelitian ini akan menjadi bahan evaluasi untuk membenahan sistem jika dalam penelitian ini penulis menemukan celah yang perlu diperbaiki

D. Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan skripsi ini yang membahas tentang strategi fundraising terhadap peningkatan hasil penghimpunan dana zakat adalah sebagai berikut:

Penelitian Jurnal ISSN Fahmi Syam, Universitas Borneo Tarakan dengan Judul Strategi penghimpunan Zakat di masa Pandemi Covid 19 Dengan pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada BAZNAS dan LAZISNU Kota Tarakan), dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Business Model Canvas (BMC) dapat digunakan untuk Model bisnis ini dipergunakan untuk melihat, mendeskripsikan, menganalisa bahkan merancang suatu bisnis dalam suatu perusahaan. Melalui Model bisnis ini suatu organisasi dapat melihat, menciptakan, serta menangkap nilai yang penting demi kemajuan suatu perusahaan.

Penelitian Cut Zahra Asia, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul skripsi "*Strategi Peningkatan Penerimaan Dana ZIS Pada Rumah Zakat Banda Aceh Pada Peningkatan Ekonomi Mustahik*" dalam penelitian tersebut dijelaskan beberapa strategi yang digunakan untuk pengumpulan ZIS pada lembaga zakat yang diteliti. Adapun strategi penghimpunan dana ZIS yang digunakan seperti Funding Officer, Layanan Antar Jemput, dan Mobile Banking, yang mana terdapat peningkatan jumlah perolehan dana zakat dengan menggunakan strategi yang diterapkan.¹⁶

Selanjutnya, penelitian karya Rizka Yasin Yusuf mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dalam skripsi yang berjudul "*Strategi Fundraising di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah*". Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa strategi yang digunakan Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam meningkatkan dana melalui manajemen strategi, strategi kemitraan, dan strategi fundraising. Manajemen strategi digunakan untuk membuat pekerjaan menjadi terarah, strategi kemitraan bertujuan untuk menambah donatur yang loyal dan strategi fundraising guna memaksimalkan penggalangan dana zakat, infak, sedekah, wakaf.¹⁷

Penelitian berikutnya, ditulis oleh Ahmad Asrofi, mahasiswa Manajemen Zakat dan Wakaf IAIN Tulungagung dengan judul "*Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Tulungagung*". Penelitian ini menunjukkan bahwa Baznas Kabupaten Tulungagung menggunakan 3 strategi, yakni pertama, merumuskan visi dan misi dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Kedua, mengimplementasikan strategi dengan melakukan

¹⁶ Cut Zahra Asia, "*Strategi Peningkatan Penerimaan Dana ZIS Pada Rumah Zakat Banda Aceh Pada Peningkatan Ekonomi Mustahik*", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019, hal. 75.

¹⁷ Rizka Yasin Yusuf, "*Strategi Fundraising di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah*". Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018, hal. 80.

penugasan dan pendelegasian wewenang dan bekerjasama dengan Unit Pengelola Zakat dalam menghimpun dana. Ketiga, melakukan evaluasi strategi dengan melakukan rapat rutin untuk menilai dan mengevaluasi strategi yang diterapkan.

Selanjutnya penelitian ditulis oleh Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, Miftah Arifin, dalam jurnal *Conference On Islamic Management Accounting And Economics (CIMAЕ) Vol. 2, 2019, 119-126* dengan judul *Strategi Fundraising Zakat Profesi pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara*. Strategi yang digunakan oleh OPZ dalam penelitian ini adalah dengan memetakan muzakki potensial, transparansi serta menjaga loyalitas muzakki. Tantangan strategi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kurangnya pemahaman fikih dan juga regulasi mengenai zakat profesi.

Tentu terdapat latar belakang yang mendasari penerapan diferensiasi tersebut, antara lain adalah: (a) Perbedaan pendekatan internal maupun eksternal terhadap para *aghniya'* (b) Penggunaan media penggalangan dana zakat (c) Model mitra penggalangan dana zakat (d) Trend strategi penghimpunan dana zakat.

Dari penelitian-penelitian yang telah dijabarkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian terdahulu menjabarkan strategi-strategi lembaga pengelola dana zakat, infak dan sedekah dalam meningkatkan penghimpunan. Beberapa lembaga zakat yang ada dalam penelitian terdahulu di atas tidak memiliki basis masa organisasi kemasyarakatan, seperti yang ada pada NU Care – Lazisnu Jawa Tengah.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.¹⁸ Penelitian lapangan ini merupakan suatu metode dalam menemukan secara spesifik dan realistis mengenai apa yang terjadi dalam suatu masyarakat atau organisasi. Mengadakan suatu penelitian lapangan mengenai masalah-masalah yang sedang terjadi dengan dijelaskan dalam bentuk gejala atau proses sosial. Penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah praktis dalam suatu masyarakat atau organisasi.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang peneliti gunakan adalah metode kualitatif-deskriptif, yakni penelitian yang menggunakan kasus dalam menjelaskan sebuah fenomena

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 17

dan menghubungkan dengan teori tertentu.¹⁹ Penelitian Kualitatif penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁰

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang diharapkan mampu mendapatkan data yang akurat. Dilihat dalam sifat penyajian suatu data data, penulis menggunakan metode deskriptif yakni metode deskriptif adalah penelitian yang tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau produksi.²¹ Penelitian ini menggambarkan bagaimana strategi fundraising zakat, infak dan sedekah dalam Business Model Canvas di NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH.

3. Data dan Sumber Data

Data dan Sumber Data. Data adalah segala fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun sebuah informasi, dan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk keperluan.²² Jenis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:²³

a) Data Primer

Data primer yaitu data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti yang akan menggunakan data tersebut. Data primer yang didapat oleh peneliti berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada waktu peneliti melakukan penelitian langsung terjun ke lapangan yaitu yang berasal dari hasil melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara mengenai analisis strategi *fundraising* zakat, infak dan sedekah dalam model *Business Model Canvas* di NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH.

b) Data Skunder

Data sekunder yaitu sebuah data yang didapat tidak secara langsung dan dikumpulkan oleh peneliti yang membutuhkan data tersebut. Data ini diperoleh dari referensi buku, internet serta Undang-undang tentang pengelolaan Zakat, Annual Report, Buku Pedoman Organisasi.

Sumber data adalah merupakan suatu subjek darimana data diperoleh. Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu

¹⁹ Burhan Bunguin, *Analisa Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 20

²⁰ Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017), hlm 6

²¹ Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi diLengkapi Contoh Analisis Statistik*, (Bandung PT. Rosdakarya, 2002), hlm. 24

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Reneka ¹¹SEP),

²³ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 79.

pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumbu data tertulis, foto dan statistic

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang paling utama dalam melakukan suatu penelitian untuk mendapatkan data seperti yang diinginkan. Metode kualitatif pada teknik pengumpulan data terdapat bermacam-macam antara lain :

a. *Observation* (Pengamatan)

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi terstruktur, dimana observasi yang dilakukan dari awal hingga akhir sudah diketahui oleh mereka yang diteliti. Objek observasi dalam penelitian kualitatif terdapat dalam tiga komponen utama diantaranya adalah *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activities* (aktivitas).²⁴ Dalam melakukan observasi dalam suatu penelitian, peneliti akan melakukan penelitian mengenai strategi *fundraising* menghimpun dana zakat infak shodaqoh di NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH.

b. *Interview* (Wawancara)

Wawancara merupakan suatu proses tanya jawab yang dilakukan dalam suatu penelitian yang terjadi dalam suatu tanya jawab secara langsung melalui lisan dimana ada dua orang atau lebih bertatap muka dan menjelaskan secara langsung mengenai informasi-informasi yang akan didapat.²⁵ Teknik wawancara yang digunakan peneliti merupakan wawancara tak terstruktur, wawancara ini bersifat bebas iramanya.²⁶ dimana peneliti melakukan wawancara tidak menggunakan pedoman wawancara.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan, peneliti menyajikan pembahasan yang sistematis dari bab 1 ke bab-bab berikutnya, beserta pemaparan yang komprehensif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti membagi ke dalam lima bab, yaitu;

Bab I **Pendahuluan**, berisi tentang latar belakang permasalahan yang menjadi landasan mengapa penelitian ini dilakukan, rumusan masalah menjelaskan mengapa penelitian ini penting dilakukan, tujuan dan manfaat penelitian, kemudian tinjauan pustaka yang akan menjelaskan penelitian terdahulu terkait kajian yang pernah dilakukan yang menjadi acuan dalam penelitian

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 312

²⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 70

²⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi...*, hlm. 190

dan sistematika penulisan. Metodologi Penelitian, berisi tentang jenis dan metode penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab II **Landasan Teori**, dalam bab ini, akan dipaparkan teori yang dipakai untuk melakukan penelitian ini, adapun teori-teorinya sebagai berikut; Konsep zakat, Landasan Hukum Zakat, Syarat Wajib Zakat, Sasaran Zakat, Tujuan dan Hikmah Zakat. Strategi serta metode Fundraising.

Bab III **Gambaran Umum Objek Penelitian**, meliputi sejarah NU Care-Lazisnu Jawa Tengah, visi dan misi, dan struktur kepengurusan NU Care-Lazisnu Jawa Tengah.

Bab IV **Hasil Penelitian dan Pembahasan**, dalam bab ini berisi hasil penelitian dan analisis strategi fundraising terhadap hasil peningkatan hasil penghimpunan dana zakat di NU Care-Lazisnu Jawa Tengah.

Bab V **Penutup**, berisi Kesimpulan penelitian dan Saran

BAB II

KONSEP ZAKAT INFAK SHADAQAH DAN STRATEGI FUNDRAISING

A. Konsep Zakat Infak dan Shadaqah

1. Pengertian Zakat

Kewajiban zakat merupakan ibadah yang pokok dalam urusan harta dan termasuk satu dari lima rukun Islam. Zakat juga menjadi salah satu bangunan dari agama Islam, oleh karena itu keberadaannya bagi umat Islam adalah selain menjadi doktrin keagamaan yang mengikat juga disadari bahwa zakat mempunyai dimensi sosial ekonomi umat, yaitu sebagai salah satu instrumen untuk menanggulangi problema ekonomi umat Islam dan senantiasa menjadi tumpuan umat Islam dalam menanggulangi kemiskinan.

Perkataan zakat berasal dari kata *zaka*, artinya tumbuh dan subur. Makna lain kata *zaka* dalam al-Qur'an adalah suci dari dosa.²⁷ zakat berasal dari kata dasar (masdar) yang bermakna berkah, tumbuh, bersih. Sesuatu itu disebut zakat, apabila sesuatu tersebut tumbuh dan berkembang. Sedang secara istilah zakat merupakan kewajiban yang harus dikeluarkan dari harta yang dimiliki dan telah memenuhi kriteria wajib zakat.²⁸

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Pasal 1 Ayat 2 yang dimaksud dengan zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.²⁹ Menurut KH. Said Aqil Siradj, zakat adalah potensi yang luar biasa, zakat bisa menjadi modal besar untuk pemerataan untuk masyarakat kecil agar mampu bersaing dengan kapitalis yang menguasai pasar ekonomi di Indonesia (Rakornas Lazisnu, 2019).³⁰

Pendistribusian zakat wajib disalurkan kepada mustahik sesuai dengan syari'at Islam dan dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperhatikan prinsip pemerataan, keadilan, kewilayahan, kepastian hukum, integrasi dan akuntabel. Salah satu fungsi zakat adalah fungsi sosial sebagai sarana saling berhubungan sesama manusia, mengurangi kesenjangan sosial dan sebagainya. Dana zakat yang terhimpun dapat berdaya guna dan berhasil guna apabila pemanfaatnya dilakukan secara selektif untuk kebutuhan konsumtif saja atau produktif. Zakat dapat didayagunakan untuk usaha produktif dalam rangka penanganan fakir miskin dan peningkatan kualitas umat, hal ini tentunya dilakukan apabila kebutuhan dasar mustahik telah terpenuhi.

²⁷ Muhammad Daud Ali, *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: UI-Press, 1988) hal. 38.

²⁸ Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat*, (Jakarta : Litera Antar Nusa, 1999) hlm 34

²⁹ UU nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, <https://www.jogloabang.com/ekbis/uu-23-2011-pengelolaan-zakat>, di akses pada tanggal 10-11-2019.

³⁰ Rakornas NU CARE LAZISNU, Sleman Yogyakarta 2019

2. Dasar Hukum Zakat

Zakat dalam Al-Qur'an disebut sebanyak 82 kali, Dari sini disimpulkan secara deduktif bahwa setelah shalat, zakat merupakan rukun Islam terpenting. Zakat dan shalat dalam al-qur'an dan hadis dijadikan sebagai perlambang keseluruhan ajaran Islam. Pelaksanaan shalat melambangkan baiknya hubungan seseorang dengan tuhan, sedangkan zakat adalah lambang harmonisnya hubungan antara sesama manusia. Oleh karena itu zakat dan shalat merupakan pilar-pilar berdirinya bangunan Islam. Jika keduanya hancur Islam sulit untuk bisa bertahan.³¹

Al Qur'an sebagai sumber pertama hukum Islam telah menjelaskan wajibnya syariat zakat. Kewajiban zakat itu bila ditinjau dari kekuatan hukumnya sangat kuat karena mempunyai dasar hukum nash yang sudah pasti. Hal ini dapat dilihat di QS. surat At-taubah ayat 103 sebagai berikut:

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

Artinya: "Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui".³²

Dari ayat tersebut di atas QS. Surat At taubah: 103 sudah sangat jelas bahwasannya kata "ambillah" merupakan perintah wajib dari Allah SWT untuk menunaikan zakat pada sebagian harta para muzakki. Karena dengan zakat itu para muzakki dapat membersihkan dan mensucikan harta-harta mereka. Dengan dikeluarkannya zakat hal ini akan membawa dampak positif bagi ketenteraman jiwa para muzakki.

³¹ Muhammad, *Zakat Profesi Wacana Pemikiran dalam Fiqh Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 12

³² Tafsir.com, <https://tafsir.com/9-at-taubah/ayat-103>, di akses pada tanggal 12-11-2019.

3. Macam-macam Zakat

a) Zakat Fitrah atau disebut juga zakat nafs.

Yaitu zakat yang dikeluarkan waktu bulan Ramadan sampai Imam naik mimbar saat salat Idul Fitri. Hadis Rasul Saw. “Sesungguhnya Rasulullah Saw. telah mewajibkan zakat fitrah pada bulan Ramadan satu sha’ kurma atau gandum apada setiap orang yang merdeka, hamba sahaya laki-laki maupun perempuan dari kaum Muslimin”.(H.R. Bukhari dan Muslim)

Ukuran zakat fitrah sebesar 2,5 kilogram atau 3,5 liter dari bahan makanan pokok. Bahan makanan pokok yang wajib ditunaikan zakatnya adalah yaitu terigu, tepung, aqith (semacam keju), gandum, kurma dan zabib (anggur). Untuk daerah yang makanan pokoknya selain lima bahan makanan di atas, menurut madzhab Syafi’i dan Maliki boleh dengan bahan makanan pokok daerah tersebut. Bahkan Imam Hanafi berpendapat boleh membayar zakat fitrah dengan uang senilai berat bahan makanan tersebut, dengan alasan uang lebih bermanfaat.

Waktu pengeluaran zakat fitrah menurut sebagian besar ulama :

1. Waktu dimulai dengan tenggelamnya matahari pada akhir bulan Ramadan
2. Diperbolehkan mandahulukan pembayaran mulai awal Ramadan.

b) Zakat Mal (harta)

secara bahasa kata mal atau harta memiliki arti sesuatu yang diharapkan seseorang untuk dipunyai, dimanfaatkan, dan disimpan. Secara syara’: mal merupakan sesuatu yang dipunyai serta bisa digunakan. Bentuk-bentuk mal di antaranya meliputi pertanian, hasil laut, emas dan perak, perniagaan, pertambangan, hasil ternak, barang temuan dan hasil profesi. Setiap bentuk harta mempunyai ketentuan sendiri-sendiri.

Perbedaan antara zakat fitrah dan zakat mal adalah, zakat fitrah yang dizakati adalah jiwa seseorang sedangkan zakat mal yang dizakati adalah harta yang telah mencapai batasan tertentu, waktu pembayaran zakat fitrah pada bulan Ramadan samapi Imam naik ke mimbar saat salat Idul Fitri adapun zakat mal waktunya memiliki ketentuan masing_masing, kadar zakat fitarah adalah satu sha’ bahan makanan pokok sementara kadar zakat mal tergantung dari ketentuan pada masing-masing harta yang dizakati. Jenis Zakat Mal (Harta) bermacam – macam diantaranya adalah :

a) Zakat Emas dan Perak

Emas dan perak dalam pembayaan zakatnya adalah berupa jumlah harga emas dan berupa uang. Zakat emas, perak mempunyai kriteria tertentu yakni: Mencapai dalam ukuran atau takaran jumlah harta yang telah dikenai wajib zakat(Nisab), emas

dan perak yang dimiliki telah mencapai selama satu tahun (haul). Kadar zakat yang dikeluarkan sebanyak 2,5%. Nisab zakat emas senilai 85 gram emas, Nisab perak senilai 595 gram.

b) Zakat Ternak

Zakat dikenakan atas binatang-binatang ternak seperti unta, sapi, kerbau, domba dan kambing. Syarat hewan yang wajib dizakati adalah pertama, jumlah binatang ternak hendaknya mencapai nisab yakni jumlah minimal unta mencapai lima ekor, sapi atau kerbau mencapai tiga puluh ekor, dan kambing empat puluh ekor.

c) Zakat Pertanian, dan Tanaman

Mengenai zakat tersebut terjadi perbedaan pendapat diantara para fuqaha mempunyai dua pendapat. Pendapat yang pertama menyatakan bahwa tanaman yang wajib dizakati mencakup semua jenis tanaman. Sedangkan pada pendapat yang kedua menyatakan bahwa tanaman yang wajib dizakati adalah khusus pada tanaman yang beupa makan yang mengenyangkan dan dapat disimpan.³³

Syarat tanaman yang kenai wajib zakat yakni adanya tanaman yang tumbuh dari tanah tersebut dan tanamn tersebut menjadi makanan yang mengenyangkan, bisa disimpan dan ditanam manusia. Tanaman sudah mencapai nisab yang sempurna yakni 5 wasaq (653 kg), Kadar zakat yang dikenakan sebesar 10% jika diairi dengan air hujan dan 5% apabila diairi dengan alat irigasi.³⁴

d) Zakat Perdagangan

Makna dari zakat perdagangan ialah barang selain emas dan perak, baik berupa benda, rumah tempat tinggal, jenis-jenis binatang, pakaian, tanaman, pakaian maupun barang yang lainnya yang disediakan untuk diperdagangkan. Termasuk kategori ini, menurut madzhab Maliki, ialah perhiasan yang diperdagangkan. Rumah yang diperjualbelikan oleh pemiliknya, hukumnya sama dengan zakat perdagangan.³⁵ Syarat-syarat zakat perdagangan yakni telah mencapai nisab, nisab zakat perdagangan mencapai senilai 85 gram emas, dan telah mencapai waktu satu haul atau satu tahun. Dan pedagang berniat melakukan perdagangan sejak dia membeli barang dagangan, atau masih berada di tempat pembelian, Kadar zakat yang dikenakan sebesar 2,5 %.

³³ Wahbah Al-Zuhayly, Zakat Kajian Berbagai Madzab, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 186

³⁴ *ibid.*, hlm.184

³⁵ *Ibid.*, hlm 164

e) Zakat Barang Tambang

Barang Tambang adalah sesuatu yang keluar dari bumi baik berupa padat atau cair seperti emas dan perak, timah, besi dan kuningan. Jumlah kada yang dikeluarkan sebesar 2,5% dengan ketentuan telah mencapai satu nisab sebesar 85gram emas.

f) Zakat Rikaz

Rikaz adalah harta pendaman jahiliyah, baik sedikit atau banyak termasuk kategori ini ialah barang yang ditemukan diatas permukaan bumi. Syarat wajib zakat barang dengan mencapai jumlah senilai 85 gram emas. Zakat hanya dikenakan pada orang muslim, kadar zakat 20%.

g) Zakat Uang dan Surat Berharga Lainnya

Uang kertas atau uang logam adalah uang yang bisa menggantikan kedudukan emas dan perak. Nilai uang ditentukan oleh pihak Bank sentral negara yang nilainya sama dengan emas. Menurut jumhur fuqaha' (Madhhab Hanafi, Maliki, Syafi'i) menetapkan bahwa uang wajib dizakati karena adakalanya uang tersebut merupakan utang qawiy bagi kas negara, cek piutang, atau poswesel Bank dipandang sebagai utang bagi Bank. Syarat zakat uang adalah mencapai nisab, nisab zakat uang disamakan dengan nisab zakat emas 85gram emas dan sudah mencapai satu haul (tahun), dengan kadar senilai 2,5 %.

h) Zakat Perusahaan

Perusahaan adalah suatu wadah usaha bersama yang telah memiliki badan hukum dimana para pelakunya sudah melebur jadi satu sehingga dapat dianggap dan diperlakukan sebagai satu badan atau tubuh, atau satu orang. Syarat zakat perusahaan dianalogikan pada zakat perdagangan apabila perusahaan bergerak pada bidang usaha perdagangan. Tetapi apabila perusahaan bergerak dibidang produksi maka zakat yang dikeluarkan sesuai aturan pada zakat pertanian.

i) Zakat Profesi

Zakat harta profesi adalah harta yang diperoleh dari pemanfaatan potensi yang ada pada diri seseorang dan dimiliki dengan kepemilikan yang baru dengan berbagai macam upaya pemilikan yang syar'i, seperti: hibah, upah kerja rutin, profesi dokter, penceramah, arsitek, pengacara, akuntan, dan lain-lain.

Ketentuan dari zakat profesi ialah dikeluarkan ketika mendapatkan upah atau pendapatan yang dianalogikan pada zakat pertanian dengan nisab sebesar 652,8 kg makanan pokok (gabah), atau sekitar 520 kg beras karena pendapatan profesi hampir sama dengan zakat pertanian dengan memperoleh suatu penghasilan secara berkala.

Zakat profesi dikeluarkan dari penghasilan kotor sebagaimana zakat pertanian. Tarif yang dikenakan pada zakat profesi dianalogikan pada zakat emas yakni sebesar 2,5%.

4. Syarat Wajib Zakat

a) Islam

Maka orang yang kafir sejak lahir tidak diwajibkan membayar zakat, tetapi dia tetap mendapatkan taklif, sehingga di akhirat akan mendapatkan siksa karena tidak membayar zakat. Sedangkan bagi orang yang kafir tidak sejak lahir yakni murtad, status hartanya ditanggihkan sampai dia kembali masuk Islam. Apabila sampai mati masih murtad maka hartanya menjadi fai' (harta yang diperoleh pemerintahan Islam dengan tanpa peperangan) serta status kepemilikannya telah hilang sejak dia murtad. Apabila kemudian dia kembali masuk Islam maka diharuskan melunasi hutang zakat selama masa murtad.

b) Merdeka.

Maka zakat bagi hamba sahaya tidak diwajibkan membayar zakat. Adapun budak muba'adh (setengah dirinya merdeka dengakan sebagian yang lain berstatus budak) tetap diwajibkan membayar zakat harta yang dimilikinya dengan status sisi kemerdekaannya.

c) Kepemilikannya sempurna.

Maksudnya kepemilikan harta tersebut sempurna atau kuat. Syarat ini mengecualikan harta yang dimiliki oleh budak mukatab (mencicil kepada tuannya supaya merdeka) sebab sifat kepemilikannya lemah.

d) Sang pemilik sudah lahir.

Syarat ini mengecualikan janin yang masih berada dalam kandungan, sebab belum dipastikan hidupnya

5. Infak

Infak berasal dari kata anfaqa yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Sedangkan menurut istilah, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan untuk satu kepentingan yang diperintahkan ajaran islam. Jika zakat ada nisabnya, infak tidak mengenal nisab. Jika zakat harus diberikan kepada mustahik tertentu 8 ashnaf, maka infak boleh diberikan kepada siapa saja, misalnya kedua orang tua, anak yatim, dan lain sebagainya. Infak dikeluarkan oleh setiap orang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, dan dalam kondoso apapun baik lapang atau sempit³⁶

³⁶ Gusfahmi, Pajak Menurut Syariah, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 90

Adapun urgensi infaq bagi seorang muslim antara lain:

- a) Infak merupakan bagian dari keimanan dari seorang muslim.
- b) Orang yang enggan berinfaq adalah orang yang menjatuhkan diri dalam kebinasaan.
- c) Didalam ibadah terkandung hikmah dan manfaat besar, hikmah dan manfaat infak adalah sebagai realisasi iman kepada Alloh, merupakan sumber dana bagi pembangunan sarana maupun prasarana yang dibutuhkan umat islam untuk menolong kaum dhuafa.³⁷

6. Sedekah

Sedekah berasal dari kata (Shadaqa), yang berarti benar. Ia adalah pembenaran (pembuktian) dari syahadat (keimanan) kepada Alloh Swt dan Rosul-Nya, yang diwujudkan dalam bentuk pengorbanan materi. Menurut istilah agama pengertian sedekah seing disamakan dengan pengertian infak, termasuk di dalamnya hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hanya saja, jika infak berkaitan dengan materi, sedangkan sedekah memiliki pengertian luas, menyangkut hal yang bersifat materi dan non materi.³⁸

Orang yang gemar bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut terminologi syariat sedekah sama dengan pengertian infak termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya, hanya saja jika infak berkaitan dengan materi, sedekah memiliki arti yang lebih luas, menyangkut hal yang bersifat nonmaterial.³⁹

B. Strategi Fundraising

1. Pengertian Strategi

Strategi menurut Purnomo Setiawan Hari sebenarnya berasal dari bahasa Yunani “strategos” diambil dari kata stratos yang berarti militer dan Ag yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang⁴⁰

Sedangkan secara terminologi banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya kesemuanya itu mempunyai arti atau makna yang sama yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien, diantara para ahli yang merumuskan tentang definisi strategi tersebut salah satu proses dimana untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran⁴¹

³⁷<http://unchinfamiliar.blogspot.com/pengertian-zakat-infaq-sedekah.html>. diakses pada tanggal 3 desember 2021

³⁸ Gusfahmi, Pajak Menurut Syariah, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 84

³⁹ Didin Hafidhuddin, “*Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, Sedekah,*” 1998, hlm. 15.

⁴⁰ Agustinus Wahyudi s, Manajemen Strategik, (Binarupa Aksara: Jakarta, 1996) hal.20

⁴¹ Rachmat.. Manajemen Strategik. Bandung: CV Pustaka Setia.2004

Menurut Rachmat dalam buku manajemen strategik, strategi dapat diartikan sebagai salah satu proses untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk tujuan yang efektif dan efisien⁴². Sebagaimana dikutip oleh Fahmi Syah “*Strategi Penghimpunan Zakat di masa pandemic*” David Hunger dan Thomas L. Wheelen, juga menjelaskan bahwa strategi merupakan suatu serangkaian keputusan atau suatu tindakan manajerial yang mampu mengatur serta menentukan kinerja suatu perusahaan untuk masa waktu yang lama, bisa berupa pengamatan lingkungan, perumusan suatu strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), Implementasi strategi, evaluasi serta pengendalian.⁴³

2. Manfaat Strategi

Strategi memiliki manfaat bagi sebuah perusahaan, Adapun manfaat strategi sebagai berikut:

- a. Efisiensi dan aktivitas kerja.
- b. Meningkatkan kreativitas kerja.
- c. Tanggung jawab lebih meningkat kepada perusahaan atau diri sendiri.
- d. Rencana perusahaan lebih jelas.
- e. Pengendali dalam mempergunakan sumber daya alam yang dimiliki secara teintegrasi dalam pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen agar berlangsung sebagai proses yang efektif dan efisien.

3. Fungsi Strategi

Menurut Assauri, fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Fungsi strategi adalah sebagai berikut:⁴⁴

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang dapat sekarang atau sekaligus menyelidiki adanya peluang baru
- d. Menghasilkan dan membangkitkan lebih banyak sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas kegiatan atau aktivitas kedepan

⁴² ibid

⁴³ <https://ejournal.hamjahdiha.or.id/index.php/Reform/issue/view/6>

⁴⁴ Sofjan Assauri, Manajemen Strategik, Sustainable Competitive Advantages, (PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2016), hlm. 10

4. Tahapan Strategi

Fred R. David menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

a. Perumusan Strategi

Merupakan suatu hal yang akan dilakukan dalam proses strategi, dan didalamnya merupakan sebuah kegiatan pengembangan tujuan, Mengenai suatu peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, Menetapkan objektivitas, menghasilkan suatu energi alternatif, dan memilih suatu strategi untuk dapat dilaksanakan. Dibutuhkan juga dalam menentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari, atau dalam melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

b. Implementasi Strategi

Setelah melakukan perumusan strategi, langkah kedua yakni melaksanakan strategi yang telah diterapkan. Dalam langkah kedua ini pelaksanaan strategi yang sudah terpilih sangat membutuhkan komitmen dan suatu kerjasama dari seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi

c. Evaluasi Strategi

Tahap yang terakhir yakni mengenai evaluasi strategi, evaluasi strategi ini diperlukan karena sudah menjadi tolak ukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan dalam memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai. Terdapat tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi:

- 1) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi.
- 2) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan)
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.

5. Pengertian Fundraising

Secara bahasa *Fundraising* berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana, sedangkan secara istilah *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan Shadaqoh serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok atau organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.⁴⁵

Dijelaskan pula bahwa fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan

⁴⁵ Didin Hanifudin dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta : IMZ, 2006, Hal 47).

dananya melalui organisasi.⁴⁶ Proses mempengaruhi meliputi kegiatan edukasi, sosialisasi, promosi dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur untuk melakukan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga⁴⁷

Fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi sebuah lembaga dalam upaya mendukung jalannya program agar lembaga dapat mencapai maksud dan tujuan yang telah ditetapkan. Jadi, dari beberapa pengertian diatas dapat dipahami bahwa *Fundraising* bukanlah membudayakan meminta-minta kepada orang lain, namun menawarkan program kerja kepada mitra, meyakinkan kepada mitra agar mau menyumbang dan menunjukkan alasan mengapa kegiatan tersebut menjadi penting⁴⁸

6. Tujuan Fundraising

Fundraising memiliki 5 (lima) tujuan pokok, Yaitu

a. Menghimpun dana

Menghimpun dana tak hanya berupa uang tapi juga barang atau jasa yang memiliki nilai komersil.

b. Menghimpun muzakki dan donatur

Maksudnya adalah proses untuk mengidentifikasi profil muzakki dan donatur

c. Menghimpun simpatisan atau pendukung

Menghimpun simpatisan atau pendukung adalah upaya untuk mendapatkan simpatisan dan pendukung guna mencapai tujuan organisasi

d. Membangun citra lembaga (*Brand Image*)

Membangun *Brand Image* adalah upaya untuk membangun citra lembaga sebagai lembaga yang Akuntabel, Transparan, Amanah dan Profesional.

e. Memberikan kepuasan kepada muzakki dan donatur

Memuaskan muzakki dan donatur adalah upaya untuk senantiasa menjalin hubungan dengan muzaki dan donatur, tidak ada maksud lain yang diharapkan dalam menjalin hubungan kecuali adanya loyalitas dalam rangka meningkatkan perkembangan sebuah Lembaga.⁴⁹

⁴⁶ Aril Purwanto, *Manajemen fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Jakarta : Teras, 2009, 12)

⁴⁷ Buku Program Organisasi NU CARE LAZISNU

⁴⁸ Muhsin Kalida, "Fundraising Dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan", *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Volume 5 Nomor 2, 2004, Hal 155

⁴⁹ Buku Pedoman Organisasi NU CARE LAZISNU

7. Ruang Lingkup Fundraising Zakat Infak Shadaqah

Ruang lingkup fundraising terdiri dari tiga hal, yaitu:

a. Motivasi;

adalah serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan dan alasan-alasan yang mendorong, calon donatur untuk mengeluarkan sebagian hartanya.

b. Program;

adalah kegiatan implementasi visi dan misi NU CARE-LAZISNU yang jelas dan terukur dalam rangka menciptakan ketertarikan dan kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat, infaq dan shadaqah.

c. Metode.

adalah pola, bentuk atau cara- cara yang dilakukan oleh NU CARE-LAZISNU dalam melakukan penggalangan dana dari muzakki dan donatur. Metode fundraising harus mampu memberikan kemudahan, kepercayaan dan manfaat bagi donatur/muzaki.

8. Metode Fundraising

Metode fundraising harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi donatur yang berdonasi melalui sebuah organisasi pengelola zakat. Karena jika hal tersebut terpenuhi maka donatur akan selalu memberikan donasinya terhadap lembaga tersebut. Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, banyak strategi yang digunakan. Strategi *fundraising* tersebut bisa berupa metode atau teknik yang biasa dijadikan acuan. Metode yang dimaksud adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Metode di sini terbagi menjadi dua jenis, yakni *direct fundraising* (langsung) dan *indirect fundraising* (tidak langsung). Penjelasannya adalah sebagai berikut:⁵⁰

1. Metode *direct fundraising*

Metode ini menggunakan cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri muzakki muncul keinginan untuk melakukan ibadah zakat, infaq, maupun sedekah lainnya setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser*, maka segera dapat melakukan dengan mudah. Sebagai contoh dari metode ini adalah sebagai berikut:

⁵⁰ Abdul Hasris, *Problematika Fundraising di Lazisnu Kudus*, Jurnal Zakat dan Wakaf, 2018, hlm. 286-287.

- 1) *Direct Mail*. Yakni penawaran tertulis untuk menyumbang yang didistribusikan melalui surat. Atau sering diartikan sebagai penggalangan dana yang dilakukan dengan cara mengirim surat kepada calon donatur.
- 2) *Telefundraising*. Yakni teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara telepon kepada masyarakat calon donatur.
- 3) Pertemuan langsung. teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara melakukan kontak langsung dengan masyarakat atau calon donatur. Selain berdialog langsung maka pertemuan ini juga biasanya digunakan untuk membagi brosur, pamflet atau barang cetak lainnya guna mendukung keberhasilan penggalangan dana.

2. Metode *indirect fundraising*

Metode ini menggunakan cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika. Metode ini misalnya:

- 1) Event. biasanya diselenggarakan dengan maksud memanfaatkan keuntungan event untuk program sosial dalam rangka mengoptimalkan dana zakat. mengadakan kerjasama dengan perusahaan dilakukan agar penghimpunan zakat lebih optimal.
- 2) Melalui perantara. Misalnya menggunakan media seperti media cetak dan media elektronik. Media cetak merupakan salah satu media komunikasi yang dapat dipergunakan untuk fundraising. Misalnya:
 - a) Buku, bahasa yang dipergunakan hendaknya yang mudah dimengerti oleh masyarakat luas dan mudah difahami.
 - b) Brosur adalah sejenis iklan atau pemberitahuan tercetak yang biasanya terdiri dari 4 halaman atau lebih sedikit yang dilipat atau dijepit sedemikian rupa, sehingga isinya terletak di bagian dalam.
 - c) Majalah adalah barang tercetak yang biasanya terdiri dari banyak halaman yang dijepit dan terbit secara berkala.
 - d) Surat kabar/tabloid adalah alat cetak yang biasanya terdiri dari 4 halaman atau lebih. Tidak dalam keadaan dijepit meskipun terdiri dari 12 sampai 16 halaman melainkan hanya dilipat.
 - e) Spanduk merupakan sejumlah kalimat yang dituliskan di atas kain atau banner yang berbentuk memanjang. Pamflet adalah informasi atau pesan yang dicetak atau ditulis tangan di atas kertas yang merupakan lembaran lepas. Media ini biasanya ditempelkan di tempat-tempat yang strategis agar mudah dibaca orang.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Strategi *Fundraising* (penghimpunan dana) sebagai serangkaian tindakan berupa penghimpunan dana dari masyarakat (muzakki), untuk jangka panjang yang diambil guna meraih tujuan dengan mengalokasikan sumber-sumber yang bernilai kepada masyarakat yang membutuhkan.⁵¹ Dalam kerangka fundraising, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran kepada calon donator.

⁵¹ Ahmad Juwaini, Panduan Direct Mail Untuk Fundraising (Depok: Piramedia, 2005), hlm. 169.

C. Bussines Model Canvas (BMC)

1. Pengertian BMC

Osterwalder dan Pigneur dalam bukunya *Business Model Generation* (2012) mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan balok bangun dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana cara perusahaan/institusi mendapatkan penghasila. Sembilan balok dasar tersebut dikenal dengan istilah *Business Model Canvas* (BMC).⁵²

Business Model Canvas (BMC) adalah konsep model bisnis yang ditampilkan dalam satu lembar kanvas. Bisnis model ini juga dapat dijadikan sebagai alat untuk mendeskripsikan, dalam menganalisa dan merancang sebuah bisnis pada suatu perusahaan. Model ini adalah suatu gambaran untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana suatu organisasi dapat menciptakan, membeikan, dan menangkap nilai. BMC berisi peta sembilan elemen yang mencakup customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue stream, key activity, key resources, key partnership dan cost structure.⁵³

Business Model Canvas adalah salah satu untuk membantu melihat lebih akurat bagaimana rupa usaha yang sedang atau akan dilaksanakan. Berikut komponen dari Business Model Canvas :

- a. *Customer Segment* (segmen pelanggan atau donatur)
yaitu menjelaskan siapa saja target-target pelanggan atau donatur.
- b. *Value Proporsition* (Nilai yang ditawarkan)
yaitu keseluruhan gambaran produk dan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan para customer, manfaat ang ditawarkan kepada segmen pasar yang dilayani.
- c. *Channels* (Saluran)
yaitu bagaimana cara agar produk, jasa, dan nilai tambah yang diciptakan ini disadari, dibeli, dan sampai ke tangan customer. Channels merupakan sarana bagi organisasi untuk menyampaikan value proporsition kepada customer segment yang dilayani. Channels berfungsi dalam beberapa tahapan mulai dari kesadaran pelanggan sampai ke pelayanan purna jual.
- d. *Revenue Stream* (Aliran Pendapatan)
yaitu penjelasan tentang apa saja hal-hal yang membuat bisnis mendapatkan pemasukan dari para pelanggannya.

⁵² Fahmi Syam, *Strategi Penghimpunan Zakat di Masa Pandemi dengan Pendekatan business Model Canvas* (studi pada BAZNAS dan LAZISNU Kota Tarakan) eform, Vol. 3, No. 3. November – Maret 2020

⁵³ Retno Setyorini dan Randy Oktavianry rey, *Analisis Model Bisnis pada Eighteen Nineteen lLaundry dengan Pendekatan Business Model Canvas*, *Junal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, Volume 1, No. 1, 2017, hlm.71

- e. *Customer Relationship* (Hubungan dengan pelanggan)
yaitu menjaga hubungan atau menjalin ikatan dengan pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan dekat.
- f. *Key Activities* (Aktivitas utama)
yaitu aktivitas atau proses kunci yang ada di bisnis tersebut. Merupakan kegiatan utama untuk dapat menjalankan atau menciptakan value proposition.
- g. *Key Resources* (Sumber daya utama)
yaitu sumber daya kunci atau utama yang diperlukan dalam menciptakan nilai tambah bagi para pelanggan, sumber daya yang dimiliki yang digunakan untuk mewujudkan value proposition.
- h. *Key Partners* (Partner utama)
yaitu berhubungan dengan supplier, distributor, atau partner dalam hal lain.
- i. *Cost Structure* (Struktur pembiayaan)
yaitu penjelasan mengenai struktur biaya yang terlibat dan dikeluarkan dalam bisnis.

2. Fungsi dan Keunggulan Business Model Canvas (BMC)

Mengingat ini adalah cara kerja yang cukup maju dan penuh inovasi yang relevan serta praktis, beberapa fungsi adanya penerapan Business Model Canvas (BMC) diantaranya :

- a) BMC membantu memberikan gambaran singkat tentang model bisnis dan tidak memiliki detail yang tidak perlu dibandingkan dengan rencana bisnis tradisional.
- b) Sifat visual dari Business Model Canvas membuatnya lebih mudah untuk dirujuk dan dipahami oleh siapa pun.
- c) Lebih mudah untuk mengedit dan dapat dengan mudah dibagikan dengan karyawan dan pemangku kepentingan.
- d) Business Model Canvas dapat digunakan oleh perusahaan besar maupun perusahaan rintisan hanya dengan beberapa karyawan.
- e) Menjelaskan bagaimana berbagai aspek bisnis terkait satu sama lain.
- f) Anda dapat menggunakan template BMC untuk memandu sesi berbagi dan diskusi pendapat tentang mendefinisikan model bisnis Anda secara efektif.⁵⁴

⁵⁴ https://idcloudhost.com/business-model-canvas-bmc-pengertian-fungsi-keunggulan-dan-cara-kerjanya/#Pengertian_Business_Model_Canvas_BMC

BAB III

GAMBARAN UMUM NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH

A. Profil NU Care – Lazisnu Jawa Tengah

1. Sejarah berdirinya NU CARE-LAZISNU Jawa Tengah

NU CARE-LAZISNU merupakan rebranding dari Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) yang didirikan pada tahun 2004 sesuai dengan amanah Mukhtamar NU yang ke-31 di Asrama Haji Donohudan Boyolali Jawa Tengah. Seperti cita-cita berdirinya, NU CARE-LAZISNU sebagai lembaga nirlaba milik Nahdlatul Ulama (NU) senantiasa berkhidmat untuk membantu kesejahteraan umat serta mengangkat harkat sosial melalui pendayagunaan dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) dan dana-dana Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempunyai tagline MANTAP: Modern, Akuntabel, Transparan, Amanah dan Profesional.

Ketua Pengurus Pusat (PP) LAZISNU yang pertama adalah Prof. Dr. H. Fathurrahman Rauf, M.A., seorang akademisi dari Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta. Pada periode pertama, LAZISNU memfokuskan pada internal lembaga. Tahun 2010 diselenggarakan Mukhtamar NU ke-32 di Makassar, Sulawesi Selatan, telah memberi amanah kepada KH. Masyhuri Malik sebagai ketua PP LAZISNU menggantikan Prof. Dr. H. Fathurrahman Rauf, MA. Ketua Terpilih dipercaya memimpin PP LAZISNU untuk masa kepengurusan 2010-2015. Hal itu telah diperkuat oleh SK Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) No.14/A.II.04/6/2010 tentang Susunan Pengurus LAZISNU periode 2010-2015. Hingga akhir kepengurusan, LAZISNU terus berkembang dan bersaing dengan lembaga lainnya.

NU CARE-LAZISNU Jawa Tengah sendiri mendapatkan amanah kepengurusan dari Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama pada tahun 2013 sesuai dengan yang tertera pada Surat Keputusan Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) Jawa Tengah No.PW.11/050/SK/XI/2013. Surat Keputusan tersebutlah yang menjadi dasar kepengurusan NU CARE-LAZISNU wilayah Jawa Tengah yang berlaku sejak tahun 2013 hingga 2018.

Pada tahun 2015 berdasarkan surat keputusan Nomor: 15/A.II.04/09/2015, Pengurus Pusat LAZISNU dibentuk kepengurusan baru untuk masa khidmat 2015- 2020 yang diketuai oleh Syamsul Huda, SH. Selama tahun 2013 hingga 2016 NU CARE-LAZISNU Jawa Tengah memfokuskan diri pada pembentukan cabang di tingkat kabupaten maupun kota. Pada awal tahun 2017, NU CARE-LAZISNU Jawa Tengah mendapatkan Pengesahan dan penerbitan izin operasional dari pengurus pusat NU CARE-LAZISNU.

Pengesahan dan izin tersebut tertuang dalam Surat Keputusan Nomor 103/LAZISNU/III/2017. Selain itu, perwakilan wilayah NU CARE-LAZISNU juga sudah mendapatkan izin operasional dari Kakanwil Kemenag Provinsi Jawa Tengah, yakni pada Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah Nomor 373/Tahun 2017 tentang Pemberian izin Operasional kepada Lembaga Amil Zakat Nahdlatul Ulama sebagai Lembaga Amil Zakat Perwakilan Provinsi.

NU CARE – LAZISNU Jawa Tengah pada tahun 2021 ini terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk para aghniya. Adapun dasar pelaksanaan kegiatan mengacu pada Surat Keputusan Nomor : 347/SK/PP-LAZISNU/I/2021 tentang Pengesahan dan Pemberian Izin Operasional Kepada Pengurus Wilayah Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Provinsi Jawa Tengah

2. Legal Formal

NU CARE-LAZISNU Jawa Tengah merupakan lembaga amil, zakat, infaq dan shadaqah yang berskala nasional dan telah memiliki legitimasi dalam hal legal formal yang tertera dalam beberapa perijinan, di antaranya sebagai berikut :

- a. Akta Pendirian : Notaris Ilyas Zaini, SH. Mkn No. 3 tanggal 14 Juli 2014, tentang pendirian Yayasan Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shadaqah Nahdlatul Ulama disingkat LAZISNU.
- b. Akta Perubahan: Notaris H. Zaenal Arifin, SH. M.Kn. No. 16 tanggal 28 Januari 2016 tentang Pernyataan Keputusan Pembinaan Yayasan Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shadaqah Nahdlatul Ulama, Perubahan Anggaran Dasar. Keputusan MENKUMHAM RI tanggal 4 Februari 2016 No. AHU0001038.AH.01.06TAHUN 2016.
- c. Akta Perubahan: Notaris H Zaenal Arifin, SH. Mkn No. 1 tanggal 2 Juni 2017 tentang Pernyataan Keputusan Pembina Yayasan Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shadaqah Nahdlatul Ulama, Perubahan Dewan Pengurus.
- d. Surat Keputusan Pengurus tingkat Provinsi:
 - 1) SK Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Tengah No. PW.11/061/SK/XI/2013 tentang Pengesahan Pimpinan Wilayah Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Jawa Tengah.
 - 2) SK LAZISNU No. 103/LAZISNU/III/2017 tentang Pengesahan dan Pemberian Izin Operasional kepada Pengurus Wilayah Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Provinsi Jawa Tengah.
 - 3) Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah No. 373 Tahun 2017.

3. Visi dan Misi

Visi : Bertekad menjadi lembaga pengelola dana masyarakat (Zakat, Infaq, Shadaqah, CSR dan Dana Sosial lainnya) yang didayagunakan secara amanah dan profesional untuk pemberdayaan umat.

Misi : 1) Mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, infaq dan shadaqah dengan rutin dan tepat.
2) Mengumpulkan atau menghimpun dan mendayagunakan dana zakat, infaq dan shadaqah secara profesional, transparan, tepat guna dan tepat sasaran.
3) Menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat guna mengatasi problem kemiskinan, pengangguran dan minimnya akses pendidikan yang layak.⁵⁵

4. Tugas, Fungsi dan Tujuan Lembaga

a. Tugas Lembaga

NU CARE-LAZISNU merupakan perangkat organisasi Nahdlatul Ulama yang memiliki bertugas untuk:

- 1) Menghimpun dan mengelola zakat, infaq, shadaqah, CSR dan dana sosial lainnya serta mentasharufkannya kepada para mustahiq dengan menerapkan manajemen MANTAP (Modern, Akuntabel, Transparan, Amanah dan Profesional).
- 2) Mengoordinasikan kelembagaan dari Pusat, Wilayah dan Cabang serta bagian-bagian dalam tubuh organisasi Nahdlatul Ulama baik struktural maupun kultural (seperti masjid, pesantren, panti asuhan, komunitas, kelompok orang).
- 3) Membangun *networking* yang fokus pada muzakki, munfiq dan mustahiq

b. Fungsi Lembaga

Lembaga ini berfungsi sebagai wahana pelayanan umat dalam bidang pengumpulan, pengelolaan dan pendistribusian zakat, infaq, shadaqoh, CSR, dan dana sosial lainnya.

c. Tujuan Lembaga

Lembaga ini bertujuan mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk menunaikan kewajiban zakat, infaq dan shadaqoh serta wakaf dengan rutin, dan mengelolanya secara profesional serta mendistribusikannya dengan tepat sasaran, akuntabel dan transparan yang sesuai dengan aturan perundang-undangan yang berlaku.

⁵⁵ Buku Pedoman Organisasi NU CARE LAZISNU

5. Struktur Organisasi

Bentuk struktur kepengurusan NU CARE-LAZISNU mengacu pada dua (dua) ketentuan yang berlaku, yaitu :

- a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Nahdlatul Ulama (AD/ART NU).
- b. Undang-Undang 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Sebagai pengelola zakat Nahdlatul Ulama kepengurusan NU CARE LAZISNU adalah sebagai berikut:
 - 1) Setiap jenjang kepengurusan mempunyai 2 (dua) struktur yang terdiri dari Pengurus Harian dan Manajemen Eksekutif.
 - 2) Manajemen Eksekutif adalah perangkat pelaksana teknis NU CARE-LAZISNU yang terdiri dari Direktur Eksekutif, Direktur Wilayah, Direktur Cabang dan para manajer sesuai bidangnya.
 - 3) Pengurus Harian terdiri dari Penasehat, Ketua, Wakil Ketua, Sekretaris, Wakil Sekretaris, Bendahara dan Wakil Bendahara.
 - 4) Manajemen Eksekutif dipilih dan disahkan oleh pengurus harian.
 - 5) Manajemen Eksekutif di tingkat Pusat dipimpin oleh Direktur Eksekutif yang dibantu oleh sekurang-kurangnya seorang Manajer Penghimpunan, Manajer Penyaluran, Manajer Keuangan dan Manajer Administrasi.
 - 6) Manajemen Eksekutif di tingkat Wilayah atau Provinsi dipimpin oleh/ seorang Direktur Wilayah yang dibantu oleh sekurang-kurangnya seorang Manajer Penghimpunan, Manajer Penyaluran dan Manajer Keuangan dan Administrasi.

6. Tugas dan Wewenang Pengurus

Tugas dan Wewenang Pengurus NU CARE LAZISNU Jawa Tengah adalah :

- a. Melakukan pengawasan terhadap kinerja Manajemen Eksekutif tingkat Wilayah atau Provinsi dalam mengumpulkan dan mengelola Zakat, Infaq, Shadaqah, CSR dan dana sosial lainnya di tingkat provinsi.
- b. Meminta laporan pelaksanaan pengelolaan zakat, infaq, shadaqah dan CSR dan dana sosial lainnya setiap enam bulan dan akhir tahun dari manajemen eksekutif di tingkat wilayah.
- c. Menyampaikan laporan pengelolaan zakat, Infaq, Shadaqah, CSR dan dana sosial lainnya setiap enam bulan dan akhir tahun kepada Pengurus Pusat dan PWNU setempat.
- d. Mempersiapkan hal-hal yang terkait dengan keperluan audit syari'ah yang dilakukan oleh Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi secara berkala.
- e. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap aktivitas dan kinerja JPZIS tingkat Wilayah atau Provinsi.

- f. Melakukan konsolidasi organisasi baik internal maupun eksternal untuk penguatan kelembagaan.
- g. Meminta laporan pengelolaan zakat, infaq, shadaqah, CSR dan dana sosial lainnya dari JPZIS tingkat Wilayah/Provinsi setiap enam bulan dan akhir tahun

7. Susunan Pengurus NU CARE LAZISNU Jawa Tengah

a. Susunan Pengurus

Penanggung Jawab : KH. Ubaidillah Shodaqoh
 KH. Mohamad Muzamil
 Dewan Syari'ah : KH. Ahmad Imam Sya'roni
 KH. Nur Hidayatullah
 Dewan penasehat : KH. M. Yusuf Chodlori
 Dr. H. Imam Yahya

b. Pelaksana Harian

Ketua : H. Muhammad Mahsun, S.IP.
 Wakil Ketua : R. Wibowo. S.Sos. Hj. Lathifah Sulastri, S.IP.
 Sekretaris : Muhaimin
 Wakil Sekertaris : Muhammad Tri Wibowo, ST.
 Deni Arisanto, S.T.
 Bendahara : H. Mohammad Ansori, S.T.
 Wakil Bendahara : Rizqi Awaliya Nikmah, S.E.

c. Divisi-divisi

Fundraising atau Pengumpulan : M. Faiz Fuadi
 Diklat dan Pengembangan : Wilutama TD, SH.
 Managemen dan Administrasi : Atika Dewi, SE.
 Distribusi dan Pendayagunaan : Saefudin Zuhri, M.Si.
 Agus Hakim

8. Diskripsi Manajemen Eksekutif NU CARE LAZISNU Jawa Tengah

a. Fundraiser

Fungsi dasar Fundraiser adalah membantu Manajer Fundraising NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kualitas manajemen Fundraising sesuai visi dan misi NU CARE-LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab dalam pencapaian target Fundraising bulanan termasuk dalam hal pencatatan, pelaporan dan penyerahan dana hasil dari penggalangan dana berupa ZIS sesuai SOP dan pedoman Fundraising.

b. Staf Program

Fungsi dasarnya membantu Manajer Program NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kualitas manajemen program sesuai visi, misi dan target tahunan NU CARE-LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab dalam distribusi dan pendayagunaan ZIS kepada 8 kategori asnaf sesuai pedoman manajemen program NU CARE-LAZISNU Jateng dan arahan Dewan syariah PWNNU CARELAZISNU Jateng.

c. Staff Keuangan

Fungsinya membantu Manajer Keuangan NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kualitas manajemen keuangan sesuai visi, misi dan target tahunan NUCARE LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab dalam pencatatan, pelaporan, monitoring dan evaluasi hasil dari penggalangan dana berupa zakat, infaq dan shadaqah, penyalurannya kepada 8 kategori ashnaf sesuai pedoman keuangan NU CARE-LAZISNU Jateng dan arahan Dewan syariah PWNNU CARE-LAZISNU Jateng.

d. Staf Administrasi

Fungsinya membantu Direktur NU-CARELAZISNU Jateng dalam memastikan kinerja administrasi sesuai SOP, amanah, transparan dan akuntabel. Bertanggungjawab atas manajemen administrasi NU CARE-LAZISNU Jateng.

e. Staf Media

Fungsinya membantu Manajer Media NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kinerja manajemen media sesuai visi & misi dan target tahunan NU CARE-LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab pengembangan media online maupun offline: materi iklan, promosi program, publikasi pelaporan, sistem informasi zakat, dan lainlain. yang akan mendukung kerja program Fundraising, distribusi dan pendayagunaan ZIS dan publikasinya ke masyarakat.

B. Program Kerja NU Care – Lazisnu Jawa Tengah

1. Program kerja NU CARE-LAZISNU terdiri atas 4 (empat) pilar kegiatan yaitu:

a. Program Pendidikan,

yaitu layanan mustahiq berupa bantuan pendidikan baik kepada guru maupun kepada para siswa, santri dan mahasiswa yang tidak mampu dan/atau berprestasi.

- b. Program Kesehatan,
yaitu layanan mustahiq berupa bantuan peningkatan layanan kesehatan gratis kepada mustahiq.
- c. Program Pengembangan Ekonomi,
yaitu layanan mustahiq yang berupa pemberian bantuan pengembangan, pemasaran, peningkatan mutu, dan nilai tambah dan/atau memberikan modal kerja dalam bentuk dana bergulir kepada petani, nelayan, peternak dan pengusaha mikro.
- d. Program Tanggap Bencana,
yaitu program tanggap darurat untuk bencana, yang focus pada *rescue, recovery*, dan *development*.⁵⁶

Realisasi setiap program disesuaikan dengan ketersediaan dana zakat dan non-zakat berdasarkan outlook program NU CARE-LAZISNU yang telah ditetapkan oleh Pengurus NU CARE-LAZISNU dan Manajemen Eksekutif. Dalam merealisasikan setiap program yang telah ditetapkan, Pengurus Pusat NU CARE-LAZISNU dan Manajemen Eksekutif senantiasa memperhatikan ketentuan tentang persyaratan dan prosedur pendayagunaan zakat sebagaimana ditetapkan dalam aturan perundang-undangan.

2. Wilayah Kerja

Wilayah pengumpulan dan tasharuf Zakat LAZISNU Jawa Tengah yaitu seluruh daerah di Jawa Tengah, sedangkan dalam menjalankan fungsinya mengumpulkan dan mentasharrufkan zakat LAZISNU Wilayah Jawa Tengah dibantu UPZISNU tingkat Kabupaten, Kecamatan dan JPZISNU yang ada di desa-desa serta JPZISNU yang ada di Masjid, Musholla serta kelompok yang lain.

Secara legal formal LAZISNU hanya tingkat pusat dan tingkat wilayah yang mendapatkan izin mengelola zakat dari negara, sedangkan yang ada di kabupaten atau kota dan kecamatan adalah UPZISNU yang berada dalam tanggungjawab serta pembinaan pengurus LAZISNU tingkat wilayah yang tugasnya membantu LAZISNU. Sehingga setiap satu semester pengurus LAZISNU tingkat Wilayah Jawa Tengah memonitor perkembangan UPZIS-UPZIS tersebut kemudian LAZISNU tingkat wilayah mempertanggungjawabkan pengelolaan zakat kepada pemerintah.

⁵⁶ Pedoman Kerja NU CARE LAZISNU.

- a. Tugas UPZIS LAZISNU Kabupaten serta wewenangnya:
 - 1) Mengawasi kinerja manajemen UPZIS kabupaten atau kota di dalam mengumpulkan dan mengelola ZIS dan dana-dana sosial lainnya.
 - 2) Menerima laporan pelaksanaan tugas UPZIS kabupaten atau kota tiap semester dan akhir tahun.
 - 3) Melaporkan pengelolaan ZIS dan dana-dana sosial lainnya per semester dan akhir tahun kepada Pusat dan PCNU.
 - 4) Menyiapkan apapun yang diperlukan ketika audit oleh kemenag setempat.
 - 5) Memonitor dan mengevaluasi Kegiatan dan kinerja UPZIS Kecamatan, JPZIS Kelurahan atau Desa dan masjid musholla.
 - 6) Konsolidasi di dalam organisasi dan di luar organisasi.
- b. Tugas UPZIS LAZISNU Kecamatan serta wewenangnya:
 - 1) Mengawasi kinerja manajemen UPZIS kecamatan di dalam mengumpulkan dan mengelola ZIS dan dana-dana sosial lainnya.
 - 2) Menerima laporan pelaksanaan tugas UPZIS kecamatan tiap semester dan akhir tahun.
 - 3) Melaporkan pengelolaan ZIS dan dana-dana sosial lainnya per semester dan akhir tahun kepada cabang dan MWCNU.
 - 4) Menyiapkan apapun yang diperlukan ketika audit oleh pengurus cabang setempat.
 - 5) Memonitor dan mengevaluasi Kegiatan dan kinerja UPZIS Kecamatan, JPZIS Kelurahan atau Desa dan masjid musholla.
 - 6) Konsolidasi di dalam organisasi dan di luar organisasi tingkat kecamatan.
- c. Tugas JPZIS NU Desa, Masjid Musholla dan sebagainya serta wewenangnya :
 - 1) Mengawasi kinerja manajemen JPZIS NU Desa, Masjid Musholla dan sebagainya di dalam mengumpulkan dan mengelola ZIS dan dana-dana sosial lainnya.
 - 2) Menerima laporan pelaksanaan tugas JPZIS NU Desa, Masjid Musholla dan sebagainya tiap semester dan akhir tahun.
 - 3) Melaporkan pengelolaan ZIS dan dana-dana sosial lainnya per semester dan akhir tahun kepada MWCNU dan pengurus ranting NU.
 - 4) Menyiapkan apapun yang diperlukan ketika audit oleh pengurus Majelis Wakil Cabang setempat.
 - 5) Memonitor dan mengevaluasi Kegiatan dan kinerja JPZIS NU Desa, Masjid Musholla dan sebagainya.
 - 6) Konsolidasi di dalam organisasi dan di luar organisasi tingkat desa.

3. *Capacity Building* / Peningkatan Kapasitas

Kegiatan internal LAZISNU untuk meningkatkan kualitas Amil, baik BIMTEK, Training, Monitoring, atau acara-acara lainnya. Keberhasilan penguatas kapasitas ini adalah adanya kenaikan kemampuan dalam menghimpun, dan menyalurkan dana zakat infaq dan shodaqoh di NU CARE LAZISNU Jawa Tengah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Fundraising NU Care – Lazisnu Jawa Tengah

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, banyak strategi yang digunakan, lazisnu menggunakan 2 (dua) metode, yakni *direct fundraising* (langsung) dan *indirect fundraising* (tidak langsung). Metode *direct fundraising* Metode ini menggunakan cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika dilakukan. Implementasi yang diwujudkan untuk strategi ini berupa :

Direct Mail. Yakni penawaran tertulis untuk menyumbang yang didistribusikan melalui surat. Atau sering diartikan sebagai penggalangan dana yang dilakukan dengan cara mengirim surat kepada calon donatur.

Telefundraising. Yakni teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara telepon kepada masyarakat calon donatur.

Pertemuan langsung. Yaitu teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara melakukan kontak secara langsung dengan masyarakat atau calon donatur. Selain berdialog langsung maka pertemuan ini juga biasanya digunakan untuk membagi brosur, pamflet atau barang cetak lainnya guna mendukung keberhasilan penggalangan dana.

Kemudian LAZISNU Jawa Tengah juga menggunakan Metode *indirect fundraising*, Yaitu bentuk *fundraising* tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki. Implementasi pada Strategi LAZISNU Jawa Tengah melalui: *Event-Event* yang biasa diselenggarakan dengan tujuan mengoptimalkan dana zakat mengadakan kerjasama teknis dengan perusahaan dilakukan agar penghimpunan zakat lebih optimal, *Melalui perantara*. Misalnya menggunakan media (media cetak dan media elektronik).

Dalam Strategi Fundraising oleh LAZISNU Jawa Tengah, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran kepada calon donator.

LAZISNU Jawa Tengah dalam proses fundraising juga menerapkan identifikasi terhadap lingkungannya, sebagaimana Pelaksanaan fundraising yang ada di lingkungan Nahdlatul Ulama terdapat berbagai sumber daya yang dapat digunakan untuk menghimpun dana ZIS terutama dana zakat yang memang masih perlu optimasi. Beberapa sumber daya yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut :

1. Unsur Syuriah dan Tanfidzyiah :

Dalam penghimpunan dana zakat perlu adanya ketokohan Kyai-kyai maupun tokoh yang berpengaruh, guna membantu sosialisasi program-program penggalangan maupun pentasyarufan yang ada.

Salah satu kunci sukses penghimpunan dana ZIS yang ada di Nahdlatul Ulama adalah berjalan bersama-sama antara unsur Syuriah, Tanfidzyiah, Lazisnu, dan Lembaga lainnya yang terkait dengan program penggalangan dana. Selain itu perlu adanya dukungan secara formil berupa surat instruksi atau sejenisnya dari PBNU, PWNU, maupun PCNU, untuk membantu proses penggalangan dana ZIS.

2. Pengurus Nahdlatul Ulama, Banom, Lembaga, dan Jejaring NU

Salah satu bentuk fundraising dana zakat dapat diterapkan mulai dari pengurus Nahdlatul Ulama, Banom, Lembaga, Masjid, Mushola, Madrasah, Pondok Pesantren di lingkungan Nahdlatul Ulama.

Penghimpunan dapat dimulai dari zakat rutin tahunan seperti zakat fitrah, zakat maal, dan sebagainya. Tentunya, Tim fundraising harus membawa kelengkapan untuk mendukung program penggalangan seperti Broshur Program, Kupon Program, Tabel Zakat, Proposal, Kwitansi Penerimaan, Kartu Doa dan perlengkapan pendukung lainnya.

Fundraising dana ZIS harus menerapkan norma-norma kesopanan maupun estetika guna menciptakan kesan yang baik dan performa pelayanan yang prima.

3. Media sosial

Penggunaan media sosial dalam era milenial seperti saat ini menjadi sangat penting guna efisiensi penggalangan ZIS dan memperluas jangkauan. Media sosial yang paling mudah dimanfaatkan dan cukup banyak penggunaannya adalah melalui whatsapp dan facebook.

Whatsapp dapat digunakan sebagai media komunikasi mendasar dalam penghimpunan ZIS, mensosialisasikan program dan mendistribusikan laporan maupun bukti zakat. Penerapannya dapat melalui jaringan group pengurus NU, group RT, Masjid, Pondok, dan organisasi lainnya. Gunakan juga layanan konsultasi penghitungan zakat, quote/meme ajakan zakat dari tokoh NU untuk menarik minat donatur.

Begitu juga dengan Facebook, dapat digunakan untuk promosi penggalangan ZIS. Secara gratis maupun berbayar, facebook mempunyai fitur yang cukup lengkap untuk menyampaikan kegiatan fundraising. Istiqomah adalah salah satu kunci sukses penggalangan di Facebook, yaitu dengan rutin mengupdate quote/meme ajakan zakat dari Kyai-kyai, menyampaikan rekap zakat yang masuk agar transparan dan kegiatan lainnya.

Selain itu pemanfaatan media sosial juga dapat melalui website untuk menambah 'kesan' profesional, menggunakan Instagram dan twitter untuk menasar kaum muda untuk memberikan pemahaman zakat yang interaktif, dan menggunakan Youtube dengan visualisasi yang lebih panjang.

4. Perencanaan atau RKAT

Rencana Kerja dan Anggaran Tahun dapat digunakan sebagai media penggalangan dana ZIS, karena dengan adanya table rencana kerja ataupun kegiatan dapat memberikan gambaran kepada para pengurus maupun donatur untuk menyalurkan dana zakatnya.

Rencana kerja yang rinci dengan nama kegiatan, anggaran yang diperlukan, dan rencana sasaran penerima manfaat/mustahik akan memberikan semangat bagi para pengurus untuk mencapainya, dan bagi para donatur akan lebih menarik karena dapat tergambar rencana penggunaan dananya.

5. Inventarisasi Calon Muzaki atau Donatur

Langkah yang dapat dilakukan untuk menghimpun dana ZIS adalah dengan membuat daftar calon donatur ataupun muzaki sasaran. Misal dengan mendata jumlah, nama, alamat pengurus NU, Pondok Pesantren, perusahaan, dan sebagainya. Adanya daftar donatur akan mempermudah jangkauan sosialisasi program penghimpunan ZIS

6. Jaringan Pengelola ZIS

Jaringan Pengelola Zakat Infak Sedekah (JP-ZIS) yang ada di lingkungan Nahdlatul Ulama menjadi salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk membantu penghimpunan ZIS, lokasinya pun lebih dekat dengan masyarakat.

Terbentuknya JPZIS Lazisnu baik di masjid, mushola, pondok pesantren atau bahkan Lembaga dan Banom NU akan mempermudah dalam pelaksanaan fundraising dana ZIS yang meliputi :

- a. Sosialisai Kewajiban Zakat maupun sosialisasi pentingnya ZIS untuk kemandirian umat
- b. Memberikan pelayanan kepada muzaki
- c. Mengumpulkan dana zakat dan non zakat
- d. Mencatat/ membukukan hasil pengumpulan dana ZIS
- e. Mengelola database muzaki, munfik atau donatur
- f. Memberikan laporan kegiatan pengumpulan ZIS

Setelah adanya JPZIS juga perlu dilakukan pemantauan, evaluasi dan penghargaan atas apa yang telah dilaksanakan oleh JPZIS dalam hal pengelolaan dana ZIS. Serta membantu pelayanan dan pelaporan yang MANTAP (Modern, Akuntabel, Transparan, Amanah dan Profesional)

Contoh pengumpulan zakat yang dapat disinergikan untuk menghimpun database zakat adalah dengan melakukan pencatatan zakat fitrah yang ada di masjid/mushola, beserta data muzaki dan penerima zakatnya *by name, by address* (sesuai nama dan alamat) muzaki maupun mustahik.

7. Pembukaan Kounter Penerimaan Zakat

Kultur Nahdlatul Ulama yang sering mengadakan pertemuan baik selamatan, selapanan, pengajian dan sebagainya, bisa menjadi peluang yang cukup ampuh dalam pengumpulan dana ZIS. Pengumpulan warga yang terpusat pada suatu tempat dan kegiatan bisa disisipi dengan sosialisasi ZIS, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Suatu contoh adalah dengan membuka kounter zakat di lokasi pengajian, atau kegiatan yang dilaksanakan. Meminta izin kepada panitia, mensosialisasikan langsung kepada jama'ah yang hadir, atau dengan meminta bantuan Kyai untuk menyampaikan ajakan menyalurkan zakat melalui Lazisnu saat mauidoh hasanah

8. Pembukaan Rekening Bank dan Dompot Digital

Rekening bank maupun dompot digital adalah salah satu bentuk wujud profesionalitas suatu lembaga dalam melakukan pengumpulan dana ZIS, tentunya rekening bank harus atasnama lembaga yang legal, bukan atasnama pribadi pengurus.

Adanya rekening bank dan dompot digital memudahkan para donatur dalam menitipkan dana ZIS untuk dikelola oleh Lazisnu, di era borderless seperti ini hal tersebut menjadi suatu yang penting bahkan wajib.

Keuntungan adanya rekening bank maupun dompot digital adalah mempermudah muzaki untuk menunaikan zakat dan bagi Lazisnu tentunya akan mempermudah dalam pencatatan transaksi zakat, infak, sedekah .

Minimal 1 (satu) rekening atasnama lembaga Lazisnu/ JPZIS, lebih baik lagi terdapat rekening lainnya untuk membedakan dana zakat, infak maupun dana lainnya. Setelah adanya rekening bank, pembuatan dompot digital atau kode QRIS dari rekening bank yang ada, bisa didapatkan dari bank penerbit nomor rekening.

Dari pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa NU Care LAZISNU Jawa Tengah menerapkan strategi fundraising yang cukup beragam, mulai dari kekuatan struktural yang melibatkan Rois Syuriah dan tandfidziyah hingga pemanfaatan media sosial, Selain itu, faktor pendukungnya adalah NU Care LAZISNU Jawa Tengah mempunyai jejaring yang jelas sampai tingkat ranting/Desa, mempunyai payung hukum yang jelas, dan mempunyai segmentasi donatur. Hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan kemampuan dalam menghimpun dana zakat infaq dan shodaqoh di NU CARE LAZISNU Jawa Tengah.

Tabel.4.1 : Rekap Penghimpunan LAZISNU Jawa Tengah 4 Tahun Terakhir

TAHUN	PENGHIMPUNAN			TOTAL PENGHIMPUNAN
	ZAKAT	INFAK	INFAK TERIKAT	
2018	Rp 1.949.811.389	Rp 26.171.420.749	Rp 6.209.223.245	Rp 34.330.455.383
2019	Rp 12.197.854.277	Rp 43.960.476.154	Rp 49.101.809.947	Rp 105.260.140.378
2020	Rp 32.093.911.177	Rp 51.940.841.523	Rp 165.193.251.612	Rp 249.228.004.312
Per Juli 2021	Rp.17.498.777.054	Rp. 499.120.702578	Rp. 61.740.225.686	Rp. 129.359.705.318

Gambar 4.2 : Penghimpunan ZISWAF NU CARE LAZISNU JAWA TENGAH berdasarkan kabupaten kota



Gambar 4.3 : Penghimpunan KOIN NU di Jawa Tengah



Gambar 4.4 : Penghimpunan Zakat Infaq Shadaqoh.



Adanya kesenjangan yang cukup besar antara potensi Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) yang ada dengan besarnya ZIS yang berhasil dihimpun dan didistribusikan mengundang banyak pertanyaan, mengingat banyaknya jumlah Jejaring NU CARE LAZISNU Jawa Tengah yang sampai kordinator tingkat ranting,

Selain itu kesenjangan jumlah dana yang terhimpun antara Zakat , Infaq, dan juga Qurban juga terbilang cukup signifikan. Dari data di atas dapat diambil informasi bahwa penghimpunan ZISWAF di NU CARE LAZISNU Jawa Tengah pada tahun 2021 masih di dominasi oleh

penghimpunan qurban yang mencapai 60 Milyard. Dilanjutkan program Gerakan KOIN NU yang terhimpun sebanyak 38,2 Milyard. Sementara itu perolehan zakat masih setengah dari perolehan KOIN NU yakni sebanyak 17,5 Milyard.

Jika dilihat dari segi kemanfaatan penggunaan dana, maka sedianya penghimpunan dana zakat perlu dioptimalkan. Hal ini penting untuk optimalisasi zakat, yang mana zakat tidak hanya disalurkan untuk kebutuhan konsumtif, namun bisa didayagunakan sebagai zakat produktif.

B. Strategi Fundraising NU Care Lazisnu dengan Pendekatan Bussines Model Canvas (BMC)

Berdasarkan kondisi saat ini, maka Strategi fundraising dana zakat, infak dan sedekah agar mampu teridentifikasi, diperlukan suatu analisa model bisnis yakni dengan menggunakan metode pendekatan Business Model Canvas (BMC). Business Model Canvas, Osterwalder dan Pigneur Dalam bukunya Business Model Generation (2012) mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui Sembilan balok bangun dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana carainstitusi mendapatkan penghasilan. Sembilan balok dasar tersebut dikenal dengan istilah Business Model Canvas (BMC).

BMC mempunyai arti suatu konsep model bisnis yang ditampilkan dalam satu lembar kanvas yang berisi elemen-elemen BMC. BMC berisi peta sembilan elemen yang mencakup : *customer segment (Segmen Pelanggan)*, *value proposition (Proporsi Nilai)*, *Channels (saluran)*, *customer relationship (Hubungan Pelanggan)*, *revenue stream (Arus pendapatan)*, *key activity (Aktivitas kunci)*, *key resources (Sumber daya utama)*, *key partnership (kemitraan utara) dan cost structure (Struktur biaya).*⁵⁷

Penelitian yang peneliti lakukan selama kurun waktu tertentu dengan menggunakan metode wawancara memperoleh analisa untuk beberapa poin pertanyaan dengan 9 elemen bussines model canvas menunjukkan bahwa metode BMC memiliki potensial untuk pendekatan penghimpunan dana pada saat ini, berikut hasil wawancara dengan direktur beserta staff manajemen NU CARE LAZISNU Jawa Tengah

⁵⁷ Jurnal Enterpreneur “9 elemen yang harus ada dalam bussines model canvas” <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-memahami-tentang-bisnis-model-kanvas/>

Tabel 4.5 : Nama-nama Narasumber

NO.	NAMA INFORMAN	JABATAN
1	Ahmad Arif Hidayat, S.H.	Koordinator Media & IT
2	Dewi Nafisa Prabawati, S.Hum	Koordinator Fundraising
3	Siti Saifa khusnul Amanah, S.E	Koordinator Keuangan

Tabel 4.6 : 9 (Sembilan) Variabel Pertanyaan Sembilan Elemen BMC

NO	Variable	Pertanyaan
1	<i>Customer Segment</i> (segmentasi pelanggan atau donatur)	<ul style="list-style-type: none"> . Apakah NU CARE LAZISNU JATENG melakukan inventarisir calon Muzaki atau Donatur? . Apakah Donatur dikelompokkan berdasarkan segmen tertentu?
2	<i>Value Proporsition</i> (Nilai yang ditawarkan)	<ul style="list-style-type: none"> . Apa keunggulan model layanan zis yang ada pada NU CARE LAZISNU JATENG? . Apakah Ada layanan khusus bagi muzakki/munfik priorotas? . Apakah Lazisnu memberikan jaminan Ketepatan Pentasyarufan?
3	<i>Channels</i> (Saluran)	<ul style="list-style-type: none"> . Apakah Lazisnu membuka gerai / konter khusus untuk menerima zakat? . Bagaimana strategi lazisnu agar layanan penghimpunan zakat diketahui calon muzaki?
4	<i>Revenue Stream</i> (Aliran Pendapatan)	<ul style="list-style-type: none"> . Apakah ada layanan hitung zakat di LAZISNU? . Cara apa yang paling banyak digunakan donatur untuk membayar zakat? . Apakah lazisnu menerima pembayaran zakat secara langsung?

5	<i>Customer Relationship</i> (Hubungan dengan pelanggan)	<ul style="list-style-type: none"> . Bagaimana cara lazisnu menjaga <i>maintenance</i> dengan muzakki/munfik? . Apakah lazisnu mempunyai database muzakki/munfik? . Apakah data tersebut selalu diperbarui?
6	<i>Key Activities</i> (Aktivitas utama)	<ul style="list-style-type: none"> . Apa saja aktivitas utama yang dilakukan dalam penghimpunan zakat? . Bagaimana mekanisme alur penghimpunan zakat?
7	<i>Key Resources</i> (Sumber daya utama)	<ul style="list-style-type: none"> . Apakah Lazisnu mempunyai staff fulltime? . Apa saja Media Sosial dan media Fundraising yang lazisnu miliki untuk mengoptimalkan Penghimpunan? . Media apakah yang digunakan oleh LAZISNU untuk maksimalisasi Potensi Zakat?
8	<i>Key Partners</i> (Partner utama)	<ul style="list-style-type: none"> . Siapa Saja yang mennjadi mitra Lazisnu? . Seberapa manfaat yang diterima lazisnu dari kerjasama dengan mitra? . Bagaiman cara lazisnu menjaga hubungan dengan mitra?
9	<i>Cost Structure</i> (Struktur pembiayaan)	<ul style="list-style-type: none"> . Apa saja yang menjadi biaya tetap dari LAZISNU? . Berapa besar Dana Zakat Infak Shodaqoh yang diterima LAZISNU Jawa Tengah setiap tahunnya?

C. Hasil Pembahasan Wawancara Bersama narasumber.

Berdasarkan kesempatan yang telah diberikan, peneliti memberikan semua item pertanyaan dalam komponen BMC kepada narasumber yang dimulai dari :

1. *Point customer segmen*

Memetakan calon donatur / Muzakki / Munfik merupakan hal wajib dilakukan oleh semua lembaga, khususnya lembaga Amil Zakat, dengan memetakan calon donator Lembaga akan lebih mudah dalam menyusun strategi. sesuai yang dinyatakan Dewi Nafisa Prabawati (Kepala Divisi Fundraising NU CARE LAZISNU Jawa Tengah) saat wawancara penelitian ini.

“ Tim Fundraising LAZISNU Jateng juga melakukan pemetaan itu mas, biasanya setiap awal tahun ketika menyusun RKAT, segmentasi kami beragam mulai dari perorangan hingga instansi pemeritahan, bagi kami tim fundraising mempunyai database, nama alamat, nomor HP itu sangat penting mas, sangat berpotensi untuk menjadi donator baru, selain perorangan dan instansi ada juga segmentasi khusus untuk program KOIN NU segmentasinya hanya dari Warga NU Saja, hal ini untuk mengukur seberapa besar potensi yang ada pada warga NU dan juga sebagai database organisasi”⁵⁸

Langkah yang dapat dilakukan LAZISNU Jawa Tengah untuk menghimpun dana Zakat Infak Shodaqoh dan Wakaf (ZISWAF) adalah dengan membuat daftar calon donatur ataupun muzaki sasaran. Misal dengan mendata jumlah, nama, alamat pengurus NU, Pondok Pesantren, perusahaan, dan sebagainya. Adanya daftar donatur akan mempermudah jangkauan sosialisasi program penghimpunan ZISWAF. Untuk mengetahui apakah calon donator tersebut melakukan transaksi, LAZISNU Jateng mengecek database system donasi. Dari database system ini Lazisnu Jateng dapat melihat beberapa donator baru yang melakukan transaksi.

Jika belum mengetahui databasenya, Untuk mengetahui identitas donatur, ketika donatur mengkonfirmasi ke call center LAZINSU, kemudian LAZISNU memberikan form donatur kepada donator baru tersebut. di dalam form donatur terdapat alamat, nomor telepon, tanggal lahir, pekerjaan, dan lainnya. Pihak LAZISNU akan mencatat data di database donatur. Sebagian besar muzakki / Munfik yang membayar dari kalangan warga Nahdliyin. Pemetaan dan pendataan calon donatur juga dilakukan oleh NU Care Lazisnu Jawa Tengah. Adanya pendataan daftar calon donatur akan mempermudah jangkauan fundraiser dalam mensosialisasikan gerakan berzakat infak shodaqoh dan program-program NU Care Lazisnu Jawa Tengah.

⁵⁸ wawancara dengan narasumber 2 Lazisnu Jawa Tengah

2. *Value Proposition* (Proporsi Nilai)

Value Proposition (Nilai yang ditawarkan) yaitu keseluruhan manfaat dari berzakat, infak, sahdaqah melalui program-program yang ditawarkan. NU CARE LAZISNU Jawa Tengah memberikan sebuah layanan pada muzakki selain mempermudah dalam proses menghimpun dengan beberapa teknologi yang mudah dijangkau, seperti halnya diterbitkannya NPWZ (Nomor Pokok Wajib Zakat) kartu ini berfungsi sebagai registrasi keanggotaan seseorang sebagai muzakki NU Care LazisnuKeunggulan Layanan Lazisnu. Muzakki yang berzakat melalui Lazisnu bisa tercatat sebagai pengurang pajak, hal tersebut sesuai dengan PP No.10 tahun 2010 tentang zakat pengurang pajak. Lazisnu juga memiliki nilai proporsi layanan yang menyeluruh hingga plosok desa. Sebagian besar Lembaga nirlaba memungkinkan adanya *value creation* untuk muzaki/ munfik prioritas. Keunggulan model layanan ZIS Berdasarkan beberapa wawancara dengan beberapa manajer di LAZISNU ada beberapa poin yang menyebabkan donatur berzakat ke lazisnu, diantaranya:

- a. Lembaga zakat milik organisasi masyarakat, seperti yang kita ketahui organisasi ormas mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat,
- b. lebih mudah dan familiar terjangkau oleh masyarakat dan banyak model pengembangan dana yang dikembangkan.

Jaminan Distribusi Zakat. Lazisnu secara umum selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan. Khususnya dalam hal infak terikat, ada beberapa donator yang memang mengakadkan infak sedekahnya ke beberapa program tertentu, Contohnya infak terikat dalam hal kebencanaan, ketika terjadi banjir lazisnu langsung turut serta hadir membantu korban, dengan langsung melakukan Assesmen kebutuhan kondisi lapangan. setelah melakukan Assesmen baru menentukan bantuan apa yang sesuai dengan kondisi lapangan, mulai dari dapur umum sampai tahap recovery.

Adapun informasi yang dinyatakan informan sebagai berikut

“Keunggulan lazisnu adalah merupakan Lembaga Amil Zakat Infak Shodaqoh yang lahir dari organisasi besar Nahdlatul Ulama, tentunya ini menjadi point tersendiri mengingat NU adalah organisasi dengan basis masa anggota terbanyak di Indonesia, selain itu program-program kerja yang di laksanakan oleh lazisnu merupakan program-program yang bisa langsung dirasakan oleh masyarakat misalnya santunan kematian, santunan pendidikan, ambulance gratis, dll. hal ini sangat memungkinkan dikarenakan pengelolaan jejaring LAZISNU yang meluas sampai tingkat Ranting”. Terkait dengan jaminan ketepatan pentasayarufan ada beberapa yang memang kami prioritaskan, khususnya program-program incidental, contohnya jika terjadi bencana maka yang kami prioritaskan adalah pentasayarufan dalam program bencana.”⁵⁹

⁵⁹ Wawancara dengan narasumber 2 LAZISNU Jateng.

3. *Saluran (Channels)*

Channels (Saluran) merupakan sarana bagi NU Care Lazisnu untuk menyampaikan value proposition kepada para donatur / Muzaki/ Munfik. dengan memanfaatkan jaringan NU dari mulai tingkat PC, MWC sampai dengan Ranting. Pembayaran zakat dapat dilakukan disemua Kantor layanan conter lazisnu disemua Cabang di Jawa Tengah mulai dari zakat Mal hingga Zakat Fitrah, terkhusus Zakat fitrah juga dapat dibayarkan dibeberapa masjid/ mushola NU yang sudah terintegrasi dengan system Lazisnu melalui jaringan yang disebut dengan JPZIS.

Adapun wawancara dengan Ahmad Arif Hidayat, S.H (Koordinator Media & IT LAZISNU Jawa Tengah) Mengatakan :

“Kultur Nahdlatul Ulama yang sering mengadakan pertemuan baik selamatan, selapanan, pengajian dan sebagainya, bisa menjadi peluang yang cukup ampuh dalam penghimpunan dana ZISWAF. Pengumpulan warga yang terpusat pada suatu tempat dan kegiatan bisa disisipi dengan sosialisasi ZISWAF, baik secara langsung maupun tidak langsung. Suatu contoh adalah dengan membuka kounter zakat di lokasi pengajian, atau kegiatan yang dilaksanakan. Meminta izin kepada panitia, mensosialisasikan langsung kepada jama'ah yang hadir, atau dengan meminta bantuan Kyai untuk menyampaikan ajakan menyalurkan zakat melalui Lazisnu saat mauidoh hasanah” Selain itu ada juga yang membayar zakat lewat Bank dari situ nanti si muzaki membayarkan zakat dengan menulis slip untuk membayar zakat disertai dengan nomor rekening sini, namun jika membayar melalui bank tidak dapat mengetahui data base muzakki/munfik paling taunya hanya namanya saja.⁶⁰

4. *Revenue Stream (arus pendapatan)*

Revenue Stream (Aliran Pendapatan) menjelaskan tentang apa saja hal-hal yang membuat NU Care Lazisnu mendapatkan pemasukan. Langkah yang dilakukan NU Care Lazisnu Jawa Tengah adalah dengan membuat tabel zakat sehingga Muzakki dapat dengan mudah memahami jenis dan juga besaran nishabnya. Selain itu juga telah mengembangkan donasi digital berbasis mobile QR Code, dimana fasilitas tersebut sangat membantu muzakki dalam perhitungan zakat, maupun pembayarannya dengan tanpa uang tunai (Cashless) hanya cukup melihat bar code maka masyarakat dapat berdonasi dengan mudah.

Umumnya donatur yang akan berzakat ke Lazisnu telah menghitung sendiri besaran Zakat yang mereka akan keluarkan seperti zakat profesi maupun zakat perdagangan. Lazisnu juga menyediakan layanan perhitungan zakat bagi mereka yang mau dibantu dalam hal perhitungan zakatnya. Ada table penghitungan zakat yang disediakan oleh lazisnu beserta besaran jenis zakat dan besaran Nishobnya.

⁶⁰ Wawancara dengan narasumber 2 LAZISNU Jawa Tengah”

Gambar 4.7 : Tabel Zakat⁶¹

Zakat Emas dan Perak

Jenis Zakat	Nishab	Kadar Zakat	Waktu Pengeluaran	Penjelasan
Zakat Emas	85 Gram	2,5 %	Setelah berlalu satu tahun	Nishab emas adalah 20 Mistqal atau dinar. Satu Mistqal adalah 4,25 gram, Sehingga nishab emas adalah 85 gram. Nishab Perak adalah 200 dirham, Satu dirham adalah 2,975 gram sehingga nishab perak adalah 595 gram
Zakat Perak	595 Gram	2,5 %	Setelah berlalu satu tahun	

Zakat Hewan Ternak

Nama Hewan	Nishab	Zakat	Penjelasan
Unta	1 – 4 ekor	-	- Makhad adalah unta yang baru umur 1 tahun masuk tahun kedua - Labun adalah unta yang berumur 2 tahun masuk tahun ketiga - Hiqqoh adalah unta umur 3 tahun masuk tahun keempat - jadza'ah adalah unta umur 4 tahun masuk tahun kelima
	5 – 9 ekor	1 kambing	
	10 -14 ekor	2 Kambing	
	15 – 19 ekor	3 Kambing	
	20 -24 ekor	4 kambing	
	25 -35 ekor	1 Unta makhad betina	
	36 – 45 ekor	1 Unta labun betina	
	46 – 60 ekor	1 unta hiqqoh betina	
	61 – 75 ekor	1 unta jadza'ah betina	
	76 – 90 ekor	2 unta labun betina	
91 – 120 ekor	2 unta higgah betina		

⁶¹ Modul Madrasah Amil NU CARE LAZISNU Jawa Tengah Edisi 1, 2018

Nama Hewan	Nishab	Zakat	Penjelasan
Sapi / Kerbau	1 – 29 ekor	-	<p>- Tabi / Tabi'ah adalah Sapi / kerbau umur 1 tahun memasuki tahun kedua</p> <p>- Musinnah adalah Sapi / Kerbau betina umur 2 tahun memasuki tahun ketiga</p>
	30 – 39 ekor	1 ekor tabi/tabi'ah	
	40 – 59 ekor	1 ekor musinnah	
	60 -69 ekor	2 ekor tabi/tabi'ah	
	70 -79 ekor	1 ekor musinnah + 1 ekor tabi/tabi'ah	
	80 -89 ekor	2 ekor musinnah	
	90 -99 ekor	3 ekor tabi/tabi'ah	
	100 – 109 ekor	1 ekor musinnah + 2 ekor tabi/tabi'ah	
	110 – 119 ekor	2 ekor musinnah + 1 ekor tabi/tabi'ah	
	120 ekor	4 ekor tabi / tabi'ah	
Nama Hewan	Nishab	Zakat	Penjelasan
Kambing/ Domba	1 – 39 ekor	-	<p>- selebihnya dari 400 ekor, setiap seratus ekor zakatnya 1 ekor kambing</p>
	40 -120 ekor	1 ekor kambing	
	121 – 200 ekor	2 ekor kambing	
	201 – 399 ekor	3 ekor kambing	
	400 ekor	4 ekor kambing	

Zakat Hasil Pertanian dan Buah-buahan

Jenis Zakat	Nishab	Zakat	Waktu Pengeluaran	Penjelasan
Pertanian dan Buah-buahan	635 KG	5 % jika diairi memakai alat.	Setelah panen	Nishab pertanian adalah 5 wasaq. 1 wasaq adalah 60 Sha' jadi 5 wasaq

		10 % jika diairi dengan air hujan dan sungai. 2 unta labun betina. 2 unta higgah betina		sama dengan 300 Sha' satu sha' adalah 2,176 Kg, sehingga nishab pertanian adalah 2.176 Kg X 300 + 652,8 Kg. Atau dibulatkan 653 KG
--	--	---	--	--

Zakat Perdagangan

Jenis Zakat	Nishab	Zakat	Waktu Pengeluaran
Perdagangan	Senilai 85 Gram emas	2,5 %	Setelah satu tahun berlalu

Rikaz dan Barang Tambang

Jenis Zakat	Nishab	Zakat	Waktu Pengeluaran
Rikaz Barang Tambang	Senilai 85 Gram emas	Rikaz 20 % Barang Tambang 25 %	Langsung setelah mendapatkannya

Dalam hal perhimpunan, pihak Lazis mengakui bahwa saat ini masyarakat lebih suka zakatnya dijemput, sehingga kebanyakan menggunakan layanan jemput Zakat, Adapun yang menjemput adalah amil LAZISNU atau para Relawan yang memang bertugas untuk menjemput zakat dirumah-rumah, tempat kerja, maupun instansi pemerintahan. Sementara yang zakat melalui transfer juga ada, namun tidak sebanyak yang melalui jemput zakat, sisanya datang langsung ke kantor. Untuk yang di Lazisnu, pembayaran Zakat tidak terlalu menjadi opsi utama perhimpunan kecuali pada bulan ramadhan, akan tetapi yang menjadi fokus perhimpunan hanya infaq dan sedekah masyarakat, untuk perhimpunan infaq lazisnu juga turut langsung menjemput donasi masyarakat melalui staff lazisnu dibantu pengurus lazisnu.

5. Customer Relationships (Hubungan Dengan Muzakki)

Customer Relationship (Hubungan dengan pelanggan) yaitu menjaga hubungan atau menjalin ikatan dengan muzakki / munfik agar merasa nyaman dan dekat. Tahapan yang dilakukan lazisnu yaitu, pertama harus mempunyai database muzakki munfik, dengan data tersebut para fundraiser dapat dengan mudah berkomunikasi dengan muzakki munfik, salah satu hal yang menarik adalah menyapa donatur minimal satu minggu sekali, baik melalui WA ataupun media sosial lainnya hal ini penting dalam menjaga kedekatan dengan muzakki munfik. *Maintenance* adalah upaya bagi Lembaga Amil Zakat untuk senantiasa menjalin hubungan baik dengan donatur dan muzakki. Dengan penerapan *maintenance* bagi lembaga, donatur dan muzakki dapat menjadi loyal.

Adapun informasi yang dinyatakan informan sebagai berikut

“Nak ten lazisnu carane ngeten mas, carane menjaga hubungan kalih muzakki / munfik ben orak mlayu (tidak berpaling) yo di WA terus, minimal sebulan sekali sekedar menyapa atau setelah ada kegiatan pasti kita melaporkan, selain itu tim juga harus selalu ada setiap saat.

Kuncine loyalitas kan ada di kualitas pelayanan to mas, artine nek pelayanane apik yo donatur rak bakal mlayu, contohnya layanan jemput zakat, walaupun sudah diluar jam kerja yo tetap harus berangkat, nek ngoten kan muzaki dadi seneng pelayanane cekatan” tutur Dewi Nafisa Kepala Divisi Fundraising LAZISNU Jawa Tengah.

Untuk menjaga hubungan baik yang dilakukan Tim Fundraising LAZISNU Jateng salah satunya menyapa para donator kurang lebih sebulan sekali melalui boadcas WA ataupun WA secara pribadi kepada Donatur. Adapun yang disampaikan adalah laporan kegiatan yang telah dilaksanakan,

Gambar 4.8 : Contoh WA untuk menjaga Loyalitas Donatur



Terkait dengan Data Donatur. Jika seseorang membayar Zakat atau infaq di LAZISNU, maka akan mengisi formulir sebagai donatur terlebih dahulu, kemudian data donatur akan tercatat dan masuk pendataan. Baik nama dan alamatnya juga terdata dan masuk dalam daftar donatur yang sudah tersistem. Seperti bukti setor Zakat. Ada sistem aplikasi yang dipakai oleh LAZISNU yaitu Aplikasi NU COS, yang dimana aplikasi tersebut selain sebagai data penyimpanan database muzakki dan transaksi keuangan, aplikasi tersebut juga terintegrasi dengan WA blass dimana akan muncul invoice/pemberitahuan ketika muzakki/munfik telah melakukan transaksi baik zakat maupun infak.

6. *Key Activitie (Aktivitas utama)*

Key Activities (Aktivitas utama) menjelaskan apa saja aktivitas utama yang dilakukan NU Care Lazisnu Jawa Tengah dalam menjalankan proses dari menghimpun sampai dana bisa tersalurkan. Dalam hal Penghimpunan aktifitas yang dilakukan diantaranya melakukan sosialisasi Zakat Infak Shadaqah ke bebagai lini masyarakat, selanjutnya membuka konter layanan zakat, selain itu Lazinu Jawa Tenga juga menyediakan berbagai platform digital dan juga media sosial untuk mensosialisasikan program-program NU Care Lazisnu.

Aktifitas utama dari bagian perhimpunan adalah mengelola dana muzakki yang kemudian disalurkan dengan berbagai macam program-program unggulan LAZISNU. Alur perhimpunan. Dana masuk dari meja depan, diserahkan kebagian keuangan, dimasukkan ke data base, dan keuangan yang akan menyetorkan ke perbankan. Selain dengan cara membayar zakat ke konter LAZISNU, muzakki munfik juga bisa berzakat melalui perbankan atau beberapa platform sosial media yang sudah terkoneksi dengan nomor rekening. Adanya rekening bank dan dompet digital memudahkan para donatur dalam menitipkan dana ZISWAF untuk dikelola oleh Lazisnu, di era borderless seperti ini hal tersebut menjadi suatu yang penting bahkan wajib. Keuntungan adanya rekening bank maupun dompet digital adalah mempermudah muzaki untuk menunaikan zakat dan bagi Lazisnu tentunya akan mempermudah dalam pencatatan transaksi.

Gambar 4.9 : Salah satu barqode dompet digital yang dimiliki LAZISNU



7. *Key Resources (Sumber daya utama)*

Key Resources (Sumber daya utama) Mengenai sumber daya fisik utama bagi Lazisnu Jawa Tengah adalah kantor yang terletak di seluruh cabang yang ada di Jawa Tengah. Ada 36 cabang di seluruh Jawa Tengah. Di tingkat SDM Susunan Personalian di LAZISNU cukup Kompleks, mulai dari penanggung jawab Rois Syariah dan Tandfidziyah, Pengurus Harian yang terdiri dari Ketua Sekretaris Bendahara, dan ada juga Manajemen Eksekutif yang terdiri dari direktur, Manajer, dan Staff, dalam staff fulltime ada beberapa divisi yaitu :

a) Staff Fundraiser,

Fungsi dasar Fundraiser adalah membantu Manajer Fundraising NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kualitas manajemen Fundraising sesuai visi dan misi NU CARE-LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab dalam pencapaian target Fundraising bulanan termasuk dalam hal pencatatan, pelaporan dan penyerahan dana hasil dari penggalangan dana berupa ZIS sesuai SOP dan pedoman Fundraising.

b) Staf Program,

Fungsi dasarnya membantu Manajer Program NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kualitas manajemen program sesuai visi, misi dan target tahunan NU CARE-LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab dalam distribusi dan pendayagunaan ZIS kepada 8 kategori asnaf sesuai pedoman manajemen program NU CARE-LAZISNU Jateng dan arahan Dewan syariah PWNNU CARE-LAZISNU Jateng.

c) Staff Keuangan,

Fungsinya membantu Manajer Keuangan NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kualitas manajemen keuangan sesuai visi, misi dan target tahunan NUCARE LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab dalam pencatatan, pelaporan, monitoring dan evaluasi hasil dari penggalangan dana berupa zakat, infaq dan shadaqah, penyalurannya kepada 8 kategori asnaf sesuai pedoman keuangan NU CARE-LAZISNU Jateng dan arahan Dewan syariah PWNNU CARE-LAZISNU Jateng.

d) Staf Administrasi,

Fungsinya membantu Direktur NU-CARELAZISNU Jateng dalam memastikan kinerja administrasi sesuai SOP, amanah, transparan dan akuntabel. Bertanggungjawab atas manajemen administrasi NU CARE-LAZISNU Jateng.

e) Staf Media,

Fungsinya membantu Manajer Media NU CARE-LAZISNU Jateng dalam memastikan kinerja manajemen media sesuai visi & misi dan target tahunan NU CARE-LAZISNU Jateng. Bertanggungjawab pengembangan media online maupun offline: materi iklan,

promosi program, publikasi pelaporan, sistem informasi zakat, dan lainlain. yang akan mendukung kerja program Fundraising, distribusi dan pendayagunaan ZIS dan publikasinya ke masyarakat.

Sumber daya lainnya yang bisa digunakan oleh LAZISNU Jawa Tengah untuk maksimalisasi penghimpunan adalah dengan memaksimalkan media sosial yang ada, media sosial yang digunakan LAZISNU Jawa Tengah diantaranya :

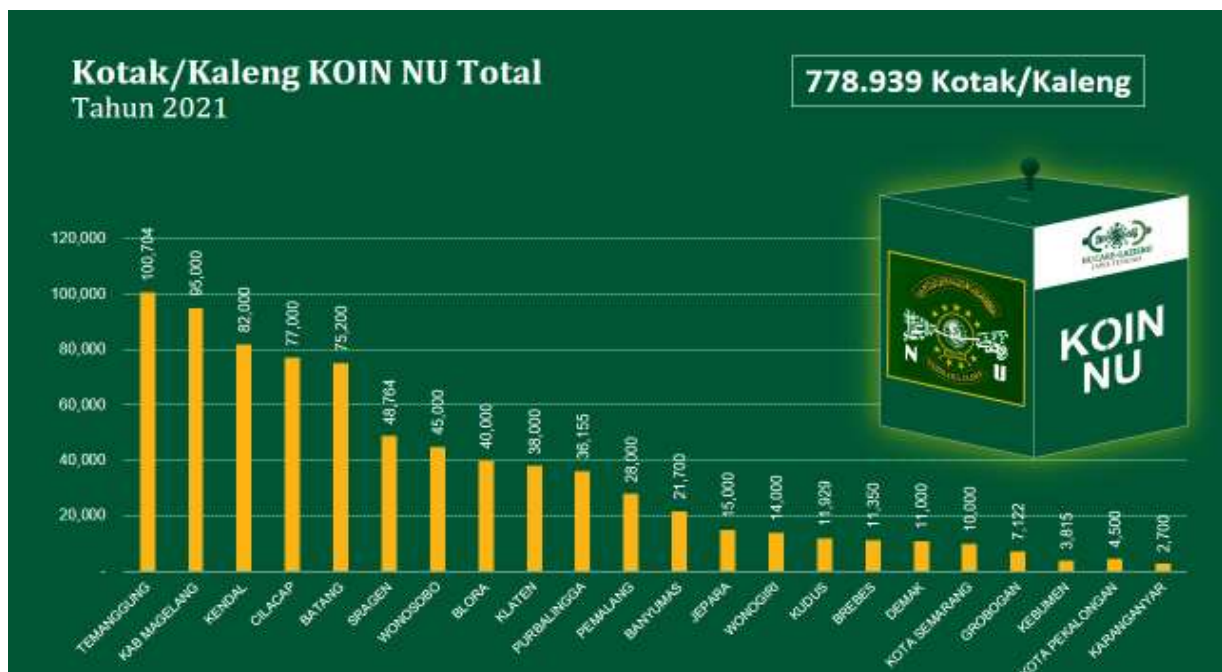
- 1) Facebook (NU CARE LAZISNU JATENG)
- 2) Instagram (NU CARE – LAZISNU JATENG)
- 3) Youtube (NU CARE –LAZISNU Jateng)
- 4) Twitter (NU Care – LAZISNU Jawa Tengah)
- 5) Tiktok (nucare.lazisnu)
- 6) Website (jateng@care.id)
- 7) Email (jateng@nucare.id)

Selain pemanfaatm sumberdaya melalui media online, NU CARE LAZISNU Jateng juga mempunyai beberapa media / alat penghimpunan tradisional

- 1) *KOIN NU (Kotak Infak NU)*
- 2) *Kotak Infak Toko*

Masing-masing media Kotak juga mempunyai segmentasi tersendiri, untuk KOIN NU segementasinya adalah warga Nahdliyyin , biasanya satu KK diberi satu Kotak.

Gambar 4.8 : Data Jumlah KOIN NU yang Beredar di Jawa Tengah



8. *Key Partners (Partner utama)*

Key Partners (Partner utama) merupakan elemen yang sangat penting dalam suatu kemitraan utama yang menjelaskan kerja sama yang sangat baik antara Lazisnu Jawa Tengah dengan berbagai pihak. Selain dengan pihak internal NU yakni lembaga dan Banom, Lazisnu juga menjalin kemitraan dengan Masjid / Mushola yang nantinya dijadikan sebagai JP-ZIS (Jaringan Pengelola Zakat Infak Sedekah). Jejaring Eksternal Nahdlatul Ulama : Kantor kementerian agama, kantor dinas, perusahaan maupun toko retail yang ada di daerah, bisa menjadi sasaran dalam penggalangan dana zakat. Salah satu contoh di Kementerian Agama, dapat ditawarkan pengelolaan dana zakat tunjangan kinerja, karena untuk gaji para pegawai biasanya sudah dipotong zakat yang masuk ke Baznas setempat. Dalam penggalangan dapat diwujudkan dengan mengadakan perjanjian Kerjasama (MoU) antara Lazisnu dan Pihak Tujuan, dan PCNU harus mengetahui serta ikut dalam MoU tersebut.

Jaringan Pengelola Zakat Infak Sedekah (JPZIS) yang ada di lingkungan Nahdlatul Ulama menjadi salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk membantu penghimpunan ZIS, lokasinya pun lebih dekat dengan masyarakat. Salah satu contoh JPZIS adalah masjid/mushola, yang setiap tahunnya sudah rutin mengelola zakat fitrah. Jumlah masjid/mushola yang cukup banyak bisa membantu Lazisnu dalam melakukan penghimpunan zakat. Salah satu ilustrasinya, data yang masuk di Lazisnu Jawa Tengah tepatnya di Kabupaten Temanggung, terdapat 1.400-an JPZIS masjid/mushola dari total 3.684 masjid/mushola yang ada di Temanggung (BPS Jateng, 2020) atau sekitar 38% yang sudah ter- JPZIS-kan.

Melihat data yang ada, Lazisnu perlu membangun kemitraan yang strategis dengan masjid/mushola melalui program JP-ZIS. Hal ini penting untuk optimalisasi zakat, yang mana zakat tidak hanya disalurkan untuk kebutuhan konsumtif, namun bisa didayagunakan sebagai zakat produktif. Kemitraan yang bisa dibangun antara Lazisnu dengan pengurus masjid/mushola dapat diwujudkan dalam beberapa poin yaitu :

- a. Memberikan legalitas sebagai JPZIS Lazisnu dengan membentuk susunan pengurus JPZIS Masjid/Mushola.
- b. Memberikan sosialisasi dan pembekalan seputar ZIS, baik secara aturan perundang-undangan maupun syari'at Islam. Sehingga masjid/mushola dapat dijadikan pusat informasi dan sosialisasi pengelolaan zakat beserta pendaayagunaannya.
- c. Memberikan pembekalan dan pembinaan dalam melakukan penghimpunan dan pemanfaatan dana zakat
- d. Melakukan koordinasi seputar potensi zakat di wilayahnya
- e. Melakukan koordinasi pos-pos prioritas calon penerima dana zakat yang sesuai

9. *Cost Structure (Struktur pembiayaan)*

Cost Structure adalah biaya yang penting dan muncul ketika mengopeasikan suatu aktivitas dalam sebuah lembaga. NU CARE LAZISNU JATENG dalam hal ini biaya yang muncul pada saat melakukan penghimpunan sampai penyaluran.

“kalau biaya yang dikeluarkan bervariasi mas, tergantung eventnya kalau misalkan bulan Ramadhan maka biaya yang dikeluarkan untuk biaya fundraising seperti cetak brosur, iklan fanspage cukup tinggi, karna dibulan Ramadhan adalah bulannya orang dermawan, jadi kita juga memperbanyak iklan dan brosur di bulan tersebut. Kalau untuk biaya tetap misalkan. Gaji, listrik, internet, telpon cenderung tetap”⁶²

Karakteristik biaya yang dikeluarkan oleh LAZISNU Jateng mencakup dalam biaya tetap dan biaya variabel. Biaya Tetap meliputi biaya pembayaran gaji karyawan, langganan internet, perawatan kendaraan operasional, biaya listrik. Biaya listrik masuk dalam biaya tetap dikarenakan organisasi beroperasi pada hari tertentu dan waktu tertentu yang sama disetiap bulannya. Mengenai biaya variabel yakni biaya percetakan brosur, tabloid, formulir dan lainnya.

Demikian beberapa pertanyaan yang kami ajukan terkait dengan bagaimna strategi NU CARE LAZISNU Jawa Tengah dengan menggunakan pendekatan *Bussines Model Canvas*”

Dalam komunikasi Bersama Narasumber dengan point yang telah berhasil dipaparkan merujuk dengan hasil wawancara untuk strategigi fundrising di lazisnu yang diukur dengan metode BMC memberikan gambaran bahwa Penggunaan metode BMC lebih didukung untuk pengukur peluang strategi penghimpunan di Lazisnu ketimbang dengan metode lainya dikarenakan untuk efisiensi tolak ukur point metode lain belum cukup menjawab untuk pengembangan strategi Fundrising yang sangat ingin lebih dikembangkan demi kelancaran metode penghimpunan dana bagi pada muzaki ataupun munfik.

Tujuan Ini dikuatkan pula dengan pola fikir pengembangan Lazisnu saat ini seiring dengan adanya kondisi covid saat ini, Lazisnu cenderung ingin mengubah cara fundraising yang semula konvensional menjadi digital agar akselerasi lebih cepat dan efisien, disamping itu, pendekatan dengan model digital dinilai lebih relevan.

⁶² Wawancara dengan narasumber 3 Lazisnu Jawa Tengah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi Fundrising Lazisnu Jawa Tengah sangat dianggap penting demi kelangsungan umat dan keberlangsung para Muzaki untuk tetap menjaga aktivitas mereka untuk Berbagi dan Bersedekah.

1. Strategi Fundrising Yang digunakan hingga saat ini di LAZISNU Jawa tengah masih menggunakan strategi utama (Lama) seperti halnya *strategi direct Fundraising* (Langsung) dan *Indirect Fundraising* (Tidak langsung) dalam perwujudan metode-metode tersebut sudah dikembangkan pula secara digital ataupun jemput bola. Berdasarkan hasil pembahasan LAZISNU Jawa Tengah berada pada posisi strategi agresif, NU CARE LAZISNU Jawa Tengah memiliki keunggulan dalam hal basis masa organisasi yang besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa strategi tersebut yaitu:
 - a) menggandeng unsur Syuriah dan Tanfidziyah, perlu adanya ketokohan Kyai-kyai maupun tokoh yang berpengaruh, guna membantu sosialisasi program-program penggalangan maupun pentasyarufan yang ada.
 - b) peningkatan kerjasama dengan berbagai Mitra khususnya masjid dan mushola dengan menjadikannya sebagai JP-ZIS LAZIS NU,
 - c) meningkatkan kinerja berbasis online melalui Sosial media dan beberapa dompet digital yang ada, hal ini dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini perlahan mulai beralih ke sistem digital.
2. Strategi Fundrasing NU CARE LAZISNU Jawa Tengah dengan pendekatan *Bussines Model Canvas* dijabarkan dalam Sembilan element yakni *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue stream, key activity, key resources, key partnership dan cost structure*. Dari masing-masing elemen tersebut dijelaskan bahwa NU CARE LAZISNU Jawa Tengah mencari muzaki, dan menjaga hubungan dengan muzaki dan memberikan layanan yang memudahkan muzaki dalam membayar zakat, dalam model ini juga membahas tentang saluran atau kerjasama NU CARE LAZISNU Jawa Tengah dengan lembaga lain baik lembaga internal NU maupun Lembaga eksternal lain. Muzaki / Munfik yang membayar zakatnya ke NU CARE LAZISNU mencakup muzaki individu dan instansi yang didominasi oleh Warga Nahdliyin.

B. Saran

Dari kemajuann serta semakin meningkatnya ketertarikan para muzaki, untuk kedepanya bisa dimungkinkan untuk lebih meningkatkan proses efisiensi serta ketepatan yang bisa menunjang seluruh stakeholder. Perhimpunan Zakat di masa pandemi tentunya sangat berbeda dengan situasi sebelum pandemi.. Strategi perhimpunan yang terbaik saat ini adalah mengembangkan lebih efisien layanan digital. Mulai dari perhimpunan yang biasanya dilakukan secara konvensional maka mulai beralih ke layanan secara digital (digital fundraising).

DAFTAR PUSTAKA

- Outlook Zakat Indonesia 2021, Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (PUSKAS BAZNAS) 2021. Jakarta
- Official News, *Survei pembayaran ZIS Non-OPZ di Indonesia 2019 - 2020*, PUSKAS BAZNAS 2020
- Undang-Undang nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Vivi Budy Kusnandar, [databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-
penduduk-indonesia-beragama-islam](http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam).
- Amir Fiqi, *“Dampak Corona Terhadap Kemiskinan Dan Cara Dompot Dhuafa Mengatasinya”*
[https://carapandang.com/read-news/dampak-corona-terhadap-kemiskinan-dan-cara-
dompot-dhuafa-mengatasinya-](https://carapandang.com/read-news/dampak-corona-terhadap-kemiskinan-dan-cara-dompot-dhuafa-mengatasinya-)
- Badan Pusat Statistik Nasional *“Penghitungan dan Analisa Kemiskinan di Indonesia Tahun 2020”*
(Jakarta : 2020)
- Cut Zahra Asia, *“Strategi Peningkatan Penerimaan Dana ZIS Pada Rumah Zakat Banda Aceh Pada Peningkatan Ekonomi Mustahik”*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Rizka Yasin Yusuf, *“Strategi Fundraising di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah”*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018,
- Fahmi Syam, STRATEGI PERHIMPUNAN ZAKAT DI MASA PANDEMI COVID 19 DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (STUDI PADA BAZNAS DAN LAZISNU KOTA TARAKAN) eform, Vol. 3, No. 3. November – Maret 2020
- Asnaini, *“Zakat produktif dalam prespektif hukum islam: Yokjakarta : Pustaka Pelajar : 2008.*
Yusuf Al-Qardhawi, *Al-Ibadah Fil-Islam* (Beirut : Muassanah Risalah,1993).
- Didin hanifudin dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta : IMZ,2006)
- Purwanto, Aril. *Manajemen fundraising Bagi Organisasi Pengelelo Zakat* (Jakarta : Teras, 2009.

Insight, edisi ke 3 “Pemerataan Zakat Untuk Kesejahteraan Masyarakat”, KNKT (Jakarta : 2019)

Abdul Hasris, *Problematika Fundraising di Lazisnu Kudus*, Jurnal Zakat dan Wakaf, 2018.

Buku Pedoman Organisasi NU CARE LAZISNU

Survei pembayaran ZIS Non-OPZ di Indonesia 2019 - 2020 , PUSKAS BAZNAS 2020

Aril Purwanto, *Manajemen fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Jakarta : Teras, 2009

Muhammad Daud Ali, *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: UI-Press, 1988)

Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat*, (Jakarta : Litera Antar Nusa, 1999) hlm 34

UU nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat,
<https://www.jogloabang.com/ekbis/uu-23-2011-pengelolaan-zakat>, di akses pada tanggal 10-11-2019.

Muhammad, *Zakat Profesi Wacana Pemikiran dalam Fiqh Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002)

Wahbah Al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Madzab*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008)

Agustinus Wahyudi S, *Manajemen Strategik*, (Binarupa Aksara: Jakarta, 1996)

Sofjan Assauri, *Manajemen Strategic, Sustainable Compeyitive Advantages*, (PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2016)

Rakornas NU CARE LAZISNU, Sleman Yogyakarta 2019

LAMPIRAN – LAMPIRAN



