

# STRATEGI *FUNDRAISING* DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN DANA ZAKAT INFAQ SHADAQAH DI ZAKAT CENTER THORIQTUL JANNAH CIREBON

Anwar Sanusi<sup>a)</sup> Yufa Chaerani<sup>b)</sup>

<sup>a)</sup> Dosen IAIN Syekh Nurjati Cirebon, [ucianwarsanusi@yahoo.com](mailto:ucianwarsanusi@yahoo.com)

<sup>b)</sup> Pemerhati Ekonomi Syariah Cirebon, [yufacha53@gmail.com](mailto:yufacha53@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menjelaskan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Zakat Center dalam meningkatkan penerimaan dana ZIS serta mengetahui dan memahami faktor internal dan eksternal *fundraising* di dalam peningkatan penerimaan dana ZIS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *fundraising* dalam peningkatan penerimaan dana ZIS yang dilakukan oleh Zakat Center, yaitu ada lima. *Pertama*, silaturahmi ke donatur/*muzakki*. *Kedua*, sosialisasi ke kantor swasta maupun instansi pemerintahan. *Ketiga*, mengirimkan pesan *broadcast* ke donatur/*muzakki*. *Keempat*, transfer donasi. *Kelima*, stand Zakat Center. Faktor internal yang mempengaruhi peningkatan penerimaan dana ZIS yaitu: (1) Penguatan keimanan oleh semua karyawan Zakat Center terutama staff *fundraising*; (2) Amilin Zakat Center harus mempunyai KOMAR; (3) Kekompakan *funding agent* Zakat Center; (4) Sarana dan prasarana Zakat Center. (5) Pelayanan Zakat Center. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi peningkatan penerimaan dana ZIS yaitu: (1) Persaingan dengan LAZ lain; (2) Kesadaran umat Islam dalam melaksanakan ZIS; (3) Dukungan pemerintah; (4) Lingkungan dengan penduduk mayoritas Islam.

**Kata Kunci:** Strategi *Fundraising*, dana ZIS.

## ABSTRACT

The aim of this study is to know the good strategies of ZIS fundraising in Zakat Center and to know internal and external factors affecting it. The result of this study shows that there are five ways of fundraising strategy to increase ZIS fund by Zakat Center. *First*, visiting the donors. *Second*, socialization to many offices (private or government). *Third*, send broadcast message to the donors/*muzakki*. *Fourth*, open donation transfer via bank account. *Fifth*, Zakat Center Stand. Internal factors affecting collected ZIS are: (1) Employee faith, especially fundraising staff, (2) Amil of Zakat Center must have KOMAR, (3) Funding agent togetherness of Zakat Center, (4) Completed tools in Zakat Center, (5) The service of Zakat Center. External factors affecting collected ZIS are: (1) competition with the other organization, (2) Moslem awareness about ZIS, (3) Government support, (4) People environment with majority of a moslem.

**Keywords:** Fundraising strategy, ZIS fund.

---

## PENDAHULUAN

Zakat merupakan satu dari lima pilar dalam rukun Islam, dimana zakat ditunaikan tidak hanya sebagai ibadah

vertikal, lebih dari itu zakat merupakan ibadah horizontal yang menjadi jembatan hubungan sosial antara si kaya dan si miskin. Ibadah zakat apabila ditunaikan dengan

baik, maka akan meningkatkan kualitas keimanan, membersihkan dan mensucikan jiwa dari sifat kikir, dengki, tamak, membangun masyarakat yang lemah, serta dapat mengembangkan dan memberkahkan harta yang dimilikinya. (Hasan, 2006: 18-23)

Zakat dianggap sebagai instrumen transformasi sosial yang dapat mengubah struktur sosial dari masyarakat miskin menjadi masyarakat sejahtera. Untuk mencapai visi tersebut maka diperlukan sistem organisasi yang handal (Khasanah, 2010: 60). Zakat adalah dana kepercayaan, maka pengelolaan dana harus pada proses pertanggungjawaban agar para sumber dana yakin bahwa zakat yang dikeluarkan, didistribusikan dan dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan syari'ah. (Basalamah, 2005: 17)

Perkembangan pengelolaan zakat di Indonesia sangat dipengaruhi oleh pemerintah. Sekitar pertengahan tahun 1990an, muncul lembaga-lembaga amil zakat yang mempunyai semangat untuk memperbaiki jalur pengumpulan dan distribusi zakat agar berjalan sebagaimana mestinya. Pemerintah mengeluarkan perangkat perundang-undangan berupa undang-undang nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, selanjutnya

lembaga zakat pun semakin banyak bermunculan. (Nuruddin, 2006: 12)

Undang-Undang Republik Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, menyatakan bahwa menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam. Zakat merupakan paranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Undang-Undang Pengelolaan Zakat Nomor 23 Tahun 2011 Bab 1 Pasal 1 ayat 8, menyatakan, "Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disebut LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan pengelolaan zakat secara nasional".

Dalam proses dan strategi pengumpulan dan penghimpunan zakat LAZ Zakat Center menggunakan konsep *fundraising*, yaitu suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah dari masyarakat baik individu kelompok organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk orang yang berhak menerima zakat (*mustahik*). Maka dalam hal ini butuh proses *fundraising* yang mapan agar terkumpul secara maksimal. (Direktorat Pemberdayaan Zakat, 2009: 65) Dalam artian yang sederhana *fundraising* adalah

proses mempengaruhi masyarakat, baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada suatu lembaga zakat.

Strategi *fundraising* merupakan titik tolak dalam menentukan kebutuhan organisasi, semua itu dapat dilakukan untuk meningkatkan kegiatan dalam memenuhi kebutuhan yang terus berkembang. Aktivitas *fundraising* sangat menentukan keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. *Fundraising* berperan penting bagi lembaga atau organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dalam kegiatan roda operasional yang telah digariskan. (Setyarso, 2008: 72)

Kegiatan *fundraising* memiliki setidaknya 5 (lima) tujuan pokok, yaitu menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga (*brand image*), dan memberikan kepuasan pada donatur. (Sani, 2010: 25)

Zakat Center didirikan pada tanggal 22 Juli 2003 berdasarkan keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. C-354. Ht.01.02 th.2004, Akta notaris Hendra Harmen, S.H No. 3 dan direkomendasikan oleh MUI Kota Cirebon No. 33/MUI-UX-2003. Zakat

Center mempunyai sifat dasar yaitu beberapa diantaranya adalah profesional, netral, non-publik, independen, dapat dipertanggung jawabkan dan memberikan manfaat berkelanjutan.

Zakat Center berdiri sebagai institusi pengelola zakat dengan manajemen modern yang diharapkan dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesaian masalah atas kondisi kemasyarakatan yang terus berkembang. Zakat Center merupakan suatu lembaga pengelola zakat, infaq dan shadaqah yang bersifat nirlaba dan berorientasi penuh pada nilai dasar ibadah dalam mengangkat harkat dan martabat kaum *dhu'afa* menjadi manusia mandiri dan bertaqwa kepada Allah. Zakat Center mampu melakukan tugas-tugas baik menyangkut pengumpulan, pengelolaan dan penyaluran serta pendayagunaan zakat dan donasi lainnya secara amanah, transparan, dan profesional.

Karena itulah penulis tertarik meneliti bagaimana tata kelola *fundraising* di LAZ Zakat Center Kota Cirebon. Zakat Center telah menghimpun banyak dana ZIS, dari dan untuk masyarakat sendiri. Tentu ada beberapa strategi *fundraising* yang telah dilakukan sampai saat ini untuk meningkatkan pencapaian dana ZIS melalui lembaga ini. Maka, perlu ada kajian apakah

strategi-strategi tersebut sudah seoptimal mungkin atau belum.

Di samping itu, seiring perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat, sudah seharusnya lembaga amil zakat melakukan terobosan-terobosan guna mendayagunakan penerimaan dan penyaluran dana ZIS tersebut. Dengan metode penelitian yang terpadu, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana meningkatkan *fundraising* sebuah lembaga amil zakat hingga pengelolaan dana ZIS yang tepat dan efektif.

Dalam penghimpunan dana zakat, Lembaga Zakat Center mencapai hasil yang bisa dibilang memuaskan. Berikut adalah penerimaan dana ziswaf:

**Tabel 1**  
**Penerimaan Dana ZISWAF Zakat**  
**Center Periode 2012-2017**

Tahun	Penerimaan (Rp)	Indikator
2012	1.616.295.176	44,9%
2013	2.342.602.391	12,1%
2014	2.057.122.250	32,1%
2015	2.254.284.173	9,5%
2016	2.717.322.726	20,5%
2017	2.927.598.930	7,7%

Sumber: Laporan Keuangan Zakat Center 2012-2017

Meskipun terlihat ada penurunan namun langsung terjadi kenaikan lagi yang cukup signifikan. Hal ini membuktikan bahwa *fundraising* Zakat Center mampu dalam meningkatkan penerimaan dana zis. Peningkatan dana itu tidak di dapatkan

dengan mudah, perlu adanya strategi-strategi yang digunakan oleh Zakat Center itu sendiri.

## LITERATUR REVIEW

Salah satu hal penting dalam sebuah organisasi nirlaba adalah strategi penggalangan dana atau *fundraising*, karena *fundraising* merupakan tulang punggung sebuah organisasi. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal *fundraising* membutuhkan strategi dan pendekatan yang tepat. Oleh karena itu langkah awal organisasi saat melakukan penggalangan dana harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya.

Dalam setiap lembaga pasti ada target yang harus dicapai dalam waktu satu tahun ke depan. Begitu pula dengan Zakat Center Cirebon juga menentukan target penerimaan dana ZIS setiap tahunnya. Pada tahun 2018 ini target penerimaan dana ZIS di Zakat Center mencapai Rp 20.000.000.000 dengan motivasi ingin membantu lebih banyak lagi umat Islam di seluruh dunia tidak hanya di wilayah 3 Cirebon, Jawa Barat dan nasional, melainkan ingin lebih banyak lagi di kancah internasional seperti Palestina, Rohingya, dan lain-lain (Yahya, 16 April 2018)

Dalam mencapai target tersebut *fundraising* Zakat Center menerapkan

seperti yang dijelaskan oleh April Purwanto (2009) yaitu memberitahukan kepada calon donatur akan keberadaan Zakat Center sebagai lembaga pengelola zakat yang terpercaya. Selain itu mengingatkan kepada donatur dan calon donatur dalam sosialisasi dan silaturahmi bahwa harta yang kita miliki ada sebagian hak orang lain yang harus ditunaikan.

Diantara LAZ yang ada di Kota Cirebon, Zakat Center menjadi salah satu LAZ yang mampu menghimpun dana dalam jumlah besar. Penghimpunan dana ini dilakukan oleh para staff *fundraising* yang berjumlah 10 orang. Staff *fundraising* ini bisa disebut juga dengan *funding agent*. Dimana *funding agent* ini terdiri dari 7 orang yang bekerja di lapangan (*offline*) dan 3 orang lainnya bekerja di dalam kantor (*online*) (Yahya, 16 April 2018).

Hasil wawancara dengan Bapak Yahya selaku *manager fundraising* Zakat Center bahwa dana yang diperoleh dari *fundraising* Zakat Center ini kebanyakan berasal dari dana infaq seperti Kotak Amal Masuk Rumah (KOMAR) dan Kotak Amal Masuk Sekolah (KOMAS), namun ada juga dana yang berasal dari wakaf tunai dan zakat profesi.

KOMAR tersebut kurang lebih berjumlah 1200. Sedangkan KOMAS berjumlah 10 kotak (Dila, 5 Juli 2018).

a. Wakaf tunai itu sendiri merupakan program penghimpunan dana yang menyediakan voucher wakaf dimulai dari Rp 50.000 sampai tak terhingga. Program pengembangan wakaf tunai yaitu:

1. Kp Telar Kedongdong Desa Cisaat Dukupuntang. Luas :  $\pm 12.235 \text{ m}^2$ . Untuk pembangunan peantren tahfidz qur'an dan kampung madani.
2. Desa Sidawangi Kec. Sumber Kab. Cirebon. Luas :  $\pm 5.820 \text{ m}^2$ .
3. Desa Bojong Lor Kec. Sumber Kab. Cirebon. Luas :  $\pm 1.610 \text{ m}^2$ .
4. Desa Arumsari Kec. Sumber Kab. Cirebon. Luas :  $\pm 3.875 \text{ m}^2$ .

Jadi jumlah total luasnya yaitu  $23.540 \text{ m}^2$ . Sedangkan jumlah terakhir penerimaan wakaf tunai saat ini yaitu kurang lebih Rp 132.000.000.

b. Zakat profesi adalah zakat yang dikeluarkan dari penghasilan profesi (hasil profesi), profesi tersebut misalnya pegawai negeri atau swasta, konsultan, dokter, notaris, akuntan, artis, dan wiraswasta.

Menurut *funding agent* Dila, orang yang membayar zakat profesi berjumlah 98 dengan profesi guru & dokter yang sudah

menjadi PNS (Pegawai Negeri Sipil) serta karyawan swasta.

Zakat Center bertindak sebagai konsultan bagi para pekerja seperti pegawai dan lain-lain, yang masih bingung dalam menyalurkan zakat dari hasil gajinya bekerja. Para *funding agent* terus bersosialisasi ke instansi-instansi untuk membantu para *muzakki* ini (menghimpun dana dari mereka, menyalurkan kepada orang-orang yang berhak menerima, dan membuat laporannya).

Dalam menghimpun dana ZIS, *fundraising* Zakat Center mempunyai beberapa strategi yang dilakukan agar bisa meningkatkan penerimaan dana ZIS baik peningkatan setiap bulan maupun setiap tahun, menurut Bapak Yahya selaku *manager fundraising*, strategi tersebut diantaranya adalah:

#### 1. Silaturahmi

Pada strategi silaturahmi ini termasuk juga di dalam pengelolaan dan penjagaan donatur seperti yang dijelaskan oleh Muhsin Kalida (2012). Zakat Center selalu melakukan silaturahmi kepada setiap donatur. Para *funding agent* mendatangi rumah para donatur untuk mengambil KOMAR. Para donatur tersebut, bisa meminta *funding agent* untuk berkunjung kerumahnya seminggu

sekali, sebulan sekali, bahkan insidental, tergantung keinginan donatur tersebut. Dari silaturahmi ini pun, *funding agent* bisa mendapatkan donatur baru yang direkomendasikan oleh donatur tetap Zakat Center.

Dalam silaturahmi ini, ada program yang namanya ODOD (*One Day One Dokter*) yaitu para *funding agent* diusahakan satu hari itu mendapatkan satu donatur yang berprofesi sebagai dokter untuk menjadi donatur di Zakat Center. Selain itu, para *funding agent* harus mendapatkan setidaknya satu donatur setiap harinya, ini dilakukan di luar sosialisasi ataupun presentasi yang dilakukan oleh staff *fundraising*. Silaturahmi *funding agent* ke dokter-dokter ini dilakukan di rumah dokter tersebut maupun di tempat dokter tersebut bekerja. (Yahya, 16 April 2018)

Para *funding agent* ini setiap harinya melakukan silaturahmi ke donatur tetap ataupun calon donatur agar mau mengeluarkan dana ZISnya di Zakat Center.

Strategi silaturahmi ini menjadi penguat bagi Zakat Center di dalam meningkatkan penerimaan dana ZIS. Dimana dana yang diperoleh selama ini kebanyakan berasal dari silaturahmi atau

berkunjung kerumah donatur. Silaturahmi ini memang cara yang paling efektif dalam kegiatan *fundraising*, karena kita bisa bertatap muka dengan para donatur dan bisa saling *sharing*. Menurut wawancara dengan *funding agent* Dila, berikut daftar *funding agent* beserta daerahnya:

- a) Hendi (Indramayu)
- b) Tohir (Kuningan)
- c) Sofyan (Cirebon & Majalengka)
- d) Fadhil (Cirebon & Jakarta)
- e) Wahyu & Yahya (Cirebon)

Wilayah kerja *fundraising* ini ada di wilayah 3 yang meliputi: 1) Cirebon dengan target penerimaan sebanyak Rp. 300.000.000, 2) Indramayu, 3) Majalengka, dan 4) Kuningan dengan target masing-masing daerah yaitu Rp. 50.000.000. Silaturahmi *funding agent* ini terbagi menjadi ke jalur utara, barat, selatan, dan timur, dimana itu semua termasuk kota dan kabupaten di Cirebon.

Dalam silaturahmi ini, *fundraising* Zakat Center menargetkan sebanyak 200-250 orang per bulan di luar sosialisasi. Para *funding agent* ini pun di targetkan per bulan naik Rp. 50.000.000 dengan rata-rata target per orang sebanyak Rp. 250.000.000 per-bulan.

## 2. Sosialisasi

Pada strategi ini, staff *fundraising* melakukan sosialisasi ke perusahaan-perusahaan ataupun instansi guna mendapatkan donatur. Karena dari mendapatkan donatur baru inilah nantinya terjadi peningkatan penerimaan dana ZIS.

Setiap bulannya, sudah ada jadwal sosialisasi di beberapa tempat seperti misalnya di puskesmas, kantor swasta, maupun pemerintahan. Tidak hanya itu, biasanya setelah sosialisasi dilakukan, ada calon donatur yang ingin berkonsultasi tentang zakat, zakat yang di konsultasikan itu kebanyakan zakat profesi. Selain sosialisasi, ada juga donatur pribadi yang ingin berdonasi di Zakat Center.

Menurut wawancara dengan Bapak Yahya, untuk sasaran sosialisasi ini, *fundraising* Zakat Center menargetkan pegawai BUMN (Badan Usaha Milik Negara) karena penghasilan pegawai BUMN ini sudah bisa diprediksi dan bisa dilihat dari jumlah zakat yang harus dikeluarkan. Dalam hal ini, sasarannya termasuk *institutional fundraising* yaitu memfokuskan penggalangan dana dari perusahaan atau pemerintah.

**Tabel 2 Kegiatan Sosialisasi**

No	Tanggal	Tempat
1	12 Maret 2018	Dharma Yhukti Karini
2	20 Maret 2018	RSUD Arjawinangun

### 3. Pesan *broadcast*

Strategi pesan *broadcast* juga termasuk salah satu strategi yang termasuk dalam penggunaan metode *fundraising* seperti yang telah dijelaskan oleh Muhsin Kalida. Metode ini menggunakan media komunikasi elektronik untuk berikirm pesan.

Dalam strategi ini, pesan *broadcast* di kelola oleh 3 orang yang termasuk dalam *Public Relation* (PR) atau yang mengurus *fundraising* Zakat Center dengan teknologi *online* seperti *share* di *facebook* (zakat center), *twitter* (@infaqproduktif) maupun *instagram* (zakatcenter).

Para *funding agent* mengirimkan pesan *broadcast* ke nomer kontak yang ada di hp para *funding agent*. Cara ini agar memudahkan para donatur untuk berdonasi melalui nomor rekening Zakat Center ataupun melalui *funding agent* tersebut. Pesan *broadcast* ini dikirimkan ke 250 orang dengan frekuensi seminggu sekali.

Dari pesan *broadcast* ini ada para donatur yang mengirimkan sms

konfirmasi setelah transfer dana ZIS-nya ke Zakat Center.

### 4. Transfer donasi.

Merupakan salah satu strategi di Zakat Center dalam peningkatan penerimaan dana ZIS. Selain silaturahmi dan sosialisasi, transfer merupakan cara yang mudah bagi donatur untuk mendonasikan sebagian hartanya ke Zakat Center. Karena transfer bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, melalui *e-banking* ataupun *m-banking* dan donatur pun tidak perlu datang ke kantor Zakat Center, cukup dengan mengirimkan pesan konfirmasi transfer ke nomer hp yang tertera di brosur.

Menurut Bapak Yahya, rata-rata donatur yang transfer yaitu 20 orang per bulannya dengan jumlah Rp 10.000.000. Untuk transfer infaq dan shadaqah kebanyakan masuk di rekening Bank Syariah Mandiri karena lebih mudah untuk melakukan pengecekan. Berikut nomer rekening Zakat Center yang digunakan untuk transfer:

- a) Transfer Zakat Bank BNI syariah: 00967211 02 (an. Tasino Thoriqotul Jannah).
- b) Transfer infaq dan shadaqah



- 1) Bank Mandiri Syariah: 023 0019 933 (an. Haeruddin. H QQ LAZ Thoriqotul Jannah).
  - 2) Bank BRI Syariah: 1000 874 767 (an. LAZ Thoriqotul Jannah).
  - 3) Bank Muamalat: 131 001 90 11 (an. Tasino or Haerrudin, H. QQ LAZ Thoriqotul Jannah).
  - 4) Bank BTN Syariah: 716 2000 998 (an. Zakat Center Thoriqotul Jannah).
  - 5) Bank BNI: 019 655 4851 (an. Lembaga Amil Zakat Thoriqotul Jannah)
- c) Transfer wakaf Bank BJB Syariah: 003.03.01.03938.2 (an. Haeruddin. H LAZ Thoriqotul Jannah).

## 5. Stand Zakat Center

Walaupun stand ini tidak diadakan setiap bulan, namun stand Zakat Center merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan penerimaan dana ZIS. Stand ini dijaga oleh 4 orang dengan sistem shift, kegiatan yang ada di stand adalah menyebarkan brosur dan konsultasi ZIS. Ketika menjelang ramadhan, stand Zakat Center hadir di tempat perbelanjaan, di perbankan syariah dan (*Car Free Day*) CFD. Pada H-3 menjelang ramadhan stand tersebut mulai disebar. Stand Zakat Center yang berjumlah 10 stand ini ada di beberapa tempat seperti di Graze Mall, CSB,

Yogya Junction, Giant By Pass, Yogya Sumber, BNI Syariah, dan lain-lain.

Stand Zakat Center selain diadakan ketika bulan ramadhan, diadakan juga ketika ada khitanan massal. Ini merupakan salah satu metode *fundraising* secara tidak langsung guna meningkatkan penerimaan dana ZIS.

**Tabel 3**  
Penempatan Stand Zakat Center

Sumber: Laporan Keuangan Zakat Center 2012-

No	Tanggal	Tempat
1	6 Maret 2018	Yogya Grand Sumber
2	6 Maret 2018	Surya Toserba Sumber
3	8 Maret 2018	Ramayana Plered
4	8 Maret 2018	Griya Toserba Jamblang
5	8 Maret 2018	BT Batik Trusmi
6	12 Maret 2018	Transmart Cirebon
7	12 Maret 2018	BTN Syariah Cirebon

2017

Dari beberapa kecenderungan yang telah disebutkan, penerimaan dana ZIS di Zakat Center sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu: 1) faktor internal, dan 2) eksternal.

1) Faktor internal, adalah faktor-faktor yang dipengaruhi oleh keadaan yang berasal dari dalam *fundraising* Zakat Center. Ada beberapa faktor internal dalam meningkatkan penerimaan dana ZIS, diantaranya:

- a. Penguatan keimanan, ketaqwaan di setiap staff utama *fundraising* (*funding*)

- agent*). Maksud dari faktor ini adalah para *funding agent* dibekali dengan keilmuan agama yang sangat kuat seperti misalnya melakukan tadarus bersama, melaksanakan shalat duha, shalat berjamaah, berpuasa senin kamis, dan ilmu fiqh zakat supaya lebih memahami tentang zakat. Sebenarnya ini tidak hanya dilakukan oleh staff *fundraising* saja, melainkan semua staff di Zakat Center diberikan penguatan keimanan. Para *funding agent* menanamkan di dalam dirinya dengan slogan “Usahakan Niat Ikhlas Karena (UNIK) Allah” karena jika ditanamkan dalam dirinya seperti itu, pekerjaan akan menjadi ringan dan terasa akan hasilnya.
- b. Amilin Zakat Center. Dimulai dari amilin/staff Zakat Center sendiri, setiap amilin harus mempunyai KOMAR (Kotak Amal Masuk Rumah). Karena sebelum mengajak orang lain, ajaklah diri sendiri dahulu. Selain itu, amilin Zakat Center yang kreatif dan inovatif menjadi salah satu faktor internal dalam meningkatkan penerimaan dana ZIS di Zakat Center.
  - c. Kekompakan *funding agent*. Dalam hal ini, sangat berpengaruh bagi peningkatan penerimaan dana ZIS dikarenakan rasa kompak atau kebersamaan menjadi penguat dalam melakukan kegiatan *fundraising*. Para *funding agent* dibekali maskot Zakat Center yang berbunyi “zakat itu mudah, sedekah itu mudah”. Dengan kekompakan para *funding agent*, penerimaan dana ZIS tiap bulan bisa meningkat 2 atau 3 kali lipat dari tahun-tahun sebelumnya.
  - d. Sarana dan prasarana. Zakat Center mempunyai sarana dan prasarana yang bagus dan meningkat. Mulai dari tersedianya kotak amal yang banyak hingga adanya mobil ambulance. Hal tersebut guna menunjang kebutuhan di Zakat Center.
  - e. Pelayanan baik pengumpulan maupun penyetoran. Dalam hal ini, Zakat Center memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan. Ketika ada donatur yang berkunjung ke Zakat Center untuk memberikan ZIS, para staff langsung sigap melayani. Pengumpulan dan penyetoran donasi pun dilakukan sesuai SOP.
- 2) Faktor eksternal, adalah faktor-faktor yang dipengaruhi oleh keadaan yang berasal dari luar *fundraising* Zakat Center. Ada beberapa faktor eksternal

dalam meningkatkan penerimaan dana ZIS, diantaranya:

- a. Persaingan LAZ. Dalam hal ini, persaingan lembaga zakat bukan hanya sebagai ancaman bagi Zakat Center, melainkan menjadikannya faktor eksternal bagi peningkatan penerimaan dana ZIS. Ini disebabkan karena para donatur yang percaya terhadap Zakat Center sebagai lembaga zakat yang berorientasi terhadap nilai ibadah. Dengan adanya persaingan LAZ lain, menjadikannya sebagai motivasi bagi staff *fundraising* Zakat Center.
- b. Kesadaran umat Islam dalam berzakat, infaq, dan shadaqah. Meskipun masih ada masyarakat yang belum menyadari betapa pentingnya membayar zakat maupun berinfaq atau bershadaqah, namun ada sebagian masyarakat yang sadar akan hal itu. Banyak masyarakat yang membayarkan zakatnya ataupun memberikan infaq dan shadaqahnya ke Zakat Center karena LAZ Zakat Center merupakan lembaga yang mempunyai badan hukum yang dapat dipercaya dalam menghimpun dan menyalurkan dananya kepada orang yang berhak menerimanya.

- c. Dukungan pemerintah. Karena ini bukan dibawah naungan pemerintah, Zakat Center hanya mempunyai lembaga hukum. Namun Zakat Center rutin melaporkan kegiatan tahunannya ke BAZNAS dan kementerian agama. Hal tersebut merupakan bahwa Zakat Center merupakan LAZ yang bisa dipercaya dan melakukan kegiatan sesuai prosedur.
- d. Lingkungan dengan penduduk mayoritas Islam. Zakat Center terletak di tempat yang penduduknya mayoritas Islam, sadar dan mengerti akan pentingnya ZIS, membuat Zakat Center mempunyai donatur tetap. Terlebih alamat Zakat Center yang dekat dengan kantor-kantor membuat para karyawan kantor seperti karyawan Sucofindo, BPJS Kesehatan menjadi donatur di Zakat Center.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data digunakan wawancara secara langsung kepada kepala Cabang Zakat Center sebagai *first hand* (informan kunci) sebagai sumber data primer. Adapun data sekunder yang

digunakan adalah daftar pustaka yang relevan dengan kajian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* dalam peningkatan penerimaan dana ZIS yang dilakukan oleh Zakat Center yaitu ada lima. *Pertama*, silaturahmi ke donatur/*muzakki*. *Kedua*, sosialisasi ke kantor swasta maupun instansi pemerintahan. *Ketiga*, mengirimkan pesan *broadcast* ke donatur/ *muzakki*. *Keempat*, transfer donasi. *Kelima*, stand Zakat Center. Faktor internal yang mempengaruhi peningkatan penerimaan dana ZIS yaitu: (1) Penguatan keimanan oleh semua karyawan Zakat Center terutama staff *fundraising*; (2) Amilin Zakat Center harus mempunyai KOMAR; (3) Kekompakan *funding agent* Zakat Center; (4) Sarana dan prasarana Zakat Center. (5) Pelayanan Zakat Center. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi peningkatan penerimaan dana ZIS yaitu: (1) Persaingan dengan LAZ lain; (2) Kesadaran umat islam dalam melaksanakan ZIS; (3) Dukungan pemerintah; (4) Lingkungan dengan penduduk mayoritas Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Hamid, et. All., 2009. *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, Serta Strategi Penggalangannya*, Depok: Piramedia, 2009.
- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asnaini, 2008. *Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aziz, Abdul dan Abdul Wahhab, 2013. *Fiqh Ibadah*, Jakarta: Amzah.
- Aziz, Abdul, 2010. *Manajemen Investasi Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, Abdul dan Ulfah Mariyah, 2010. *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Basalamah, SM Anies, 2005. *Akuntansi Zakat, nfaq, dan Shadaqah*, Depok: Usaha Kami.
- Budiman, Achmad Arief. 2012. *Good Governance pada Lembaga Zakat Ziswaf*. Semarang: Lembaga Penelitian IAIN Walisongo Semarang. Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementrian Agama Republik

- Indonesia 2009, *Manajemen Pengelolaan Zakat*.
- Djuanda, Gustian & others, 2006. *Pelaporan Zakat Pengurang Pajak Penghasilan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hadi, Sutrisno, 1997. *Metodologi Research, Jilid I*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Hafidhuddin, Didin, 2007. *Agar Harta Berkah dan Bertambah*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Hasan, Ali, M. 2008. *Zakat dan Infak; Salah satu solusi mengatasi problema sosial di Indonesia*, Jakarta: Kencana.
- Juwaini, Ahmad. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, Jakarta: Piramedia.
- Muhsin, Kalida, 2012. *Fundraising Taman Bacaan Masyarakat (TBM)*, Yogyakarta: Cakruk.
- Mahmudi, 2009. *Sistem Akuntansi Organisasi Pengelola Zakat*, Yogyakarta: P3EI Press.
- Totok, Mardikanto, dan Soebiato, Poerwoko, 2013. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta.
- Nasution, 2003. *Metodologi Research & Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Norton, Michael, 2002. *Menggalang Dana: Penuntun bagi Lembaga Swadaya Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-negara Selatan* (terj.), Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Nurhayati, Sri Wasilah, 2009. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuruddin, Ali Muhammad, 2006. *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Purwanto, April, 2009. *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Jakarta: TERAS.
- Raco, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Ridwan, Ahmad Hasan, 2013. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sailendra, Annie, 2015. *Langkah-Langkah Praktis Membuat SOP*, Trans Idea Publishing, Yogyakarta, Cetakan Pertama.
- Sani, Anwar M. 2010. *Jurus Menghimpun Fulus, Manajemen Zakat Berbasis Masjid*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta.

- Setiawan, Herri, et.all., 2006. *Membership Fundraising*, Depok: PIRAMEDIA.
- Setyarso, Iqbal. 2008. *Manajemen Zakat Berbasis Korporat, Kiprah Lembaga Pengelola Zakat Pulau Sumatera*. Jakarta: Khairul Bayan.
- Soemitro, Andri, 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta: Kencana.
- Sugiarto, Eko, 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, Hendra, 2006. *Fundraising Database*, Cet 1, Depok.
- Suyitno, 2005. *Anatomi Fiqh Zakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widi, Krtiko Restu, 2010. *Asas Metodologi Penelitian Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Pelaksanaan Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Young, Joyce, dkk., 2007. *Menggalang Dana untuk Organisasi Nirlaba* (terj) Jakarta: PT Ina Publikatama.
- Kurniawati, Fifin, 2014. *Strategi Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid Yogyakarta*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Khasanah, Umrotul, 2010. *Manajemen Zakat Modern: Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Malang: UIN Maliki Press.