



Manajemen Strategi *Fundraising* dalam Meningkatkan Pendapatan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Probolinggo

Islahiyah Okta Novita Sari¹⁾, Nasirudin Al Ahsani²⁾

^{1,2)}Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

e-mail: islahiyahokta@gmail.com

Abstract

According to the potential zakat data in Indonesia, as reported by TEMPO.CO Jakarta, the National Zakat Agency (BAZNAS) states that the potential zakat in Indonesia reaches Rp 327 trillion per year. The potential zakat has not been maximized in Indonesia, therefore an optimal fundraising strategy management is needed to maximize the potential zakat in Probolinggo City. The focus of this thesis research is: 1) How is the fundraising strategy management of BAZNAS Probolinggo City? 2) How is the fundraising strategy management related to the increase in zakat funds carried out by BAZNAS Probolinggo City? This research aims to identify and describe the fundraising strategy management and the increase in zakat funds at BAZNAS Probolinggo City. This research uses a qualitative research approach with a field research type. The research subjects were determined using purposive sampling. The data analysis used in this research includes data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Meanwhile, to test the data validity, the researcher used method triangulation and source triangulation. The results of the research are: 1) The fundraising strategy management conducted by BAZNAS Probolinggo City uses two fundraising methods, namely direct fundraising and indirect fundraising. 2) With the fundraising strategy management and efforts carried out by BAZNAS Probolinggo City, the zakat funds have increased from 2019 to 2021.

Keyword: Management, Fundraising Strategy, Zakat Funds

Abstrak

Menurut data potensi zakat di Indonesia, dilansir dari TEMPO.CO Jakarta Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) potensi zakat di Indonesia mencapai Rp 327 triliun per tahun. Potensi zakat belum dilakukan dengan maksimal di Indonesia, maka dari itu dibutuhkan manajemen strategi *fundraising* yang lebih optimal sehingga bisa memaksimalkan potensi zakat di Kota Probolinggo. Fokus penelitian yang dibahas dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana manajemen strategi *fundraising* BAZNAS Kota Probolinggo. 2) Bagaimana manajemen strategi *fundraising* terhadap peningkatan dana zakat yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Probolinggo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendepelintikan manajemen strategi *fundraising* dan peningkatan dana zakat di BAZNAS Kota Probolinggo. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Subjek penelitiannya menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan datanya peneliti menggunakan triangulasi metode dan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian yang telah peneliti temukan yaitu: 1) Manajemen strategi *fundraising* yang dilakukan oleh BAZNAS kota probolinggo menggunakan dua metode *fundraising*, yaitu metode langsung (*direct fundraising*) dan metode tidak langsung (*indirect fundraising*). 2) Dengan adanya manajemen strategi *fundraising* dan usaha-usaha yang dilakukan

oleh BAZNAS Kota Probolinggo dana zakat mengalami peningkatan sejak tahun 2019 sampai 2021.

Kata Kunci: Manajemen, Strategi *Fundraising*, Dana Zakat

Pendahuluan

Salah satu rukun Islam yang berkaitan dengan pendanaan kegiatan umat muslim yaitu zakat. Ibadah zakat tidak hanya mencontohkan ketakwaan bagi yang melakukannya, tetapi juga menunjukkan kesetiakawanan sosial umat Islam dengan memberikan makanan tambahan dari Allah bagi saudara-saudara muslim yang tidak mampu.¹ Sayangnya, jumlah zakat yang mampu dihimpun Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) masih sangat jauh dari angka potensi yang dimiliki Indonesia saat ini. Di negara ini, menghimpun zakat masih menjadi tugas penting bagi badan-badan pengelola zakat. Penghimpunan zakat jika diprosentasikan masih sekitar satu persen, yang masih sangat jauh dari potensinya.²

Di Kota Probolinggo berdasarkan data statistik masyarakat muslim jumlahnya 235.214 orang.³ Berarti potensi zakat diperkirakan mencapai 12 M. Seperti yang dikemukakan oleh Wahid wakil ketua IV bahwa tahun 2019 zakat yang terkumpul di BAZNAS mencapai 80 juta, berarti hanya 9,6% dari potensi yang ada. Salah satu faktor utama adanya kesenjangan ini yakni realita bahwa mayoritas *muzakki* membayarkan zakatnya tidak melalui lembaga zakat, akan tetapi langsung diberikan kepada mustahik. hal itu menyebabkan pembayaran zakat tidak tercatat oleh lembaga zakat.

Melihat masih minimnya pengetahuan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat dan rendahnya kesadaran *muzakki* dalam menyalurkan zakatnya melalui lembaga zakat. Hal ini tentu menjadi alasan *muzakki* memilih membayarkan zakatnya secara langsung, karena *muzakki* dapat melihat siapa penerimanya.⁴ Maka dari itu dibutuhkan manajemen strategi *fundraising* yang lebih optimal sehingga bisa memaksimalkan potensi zakat di Kota Probolinggo. Berdasarkan fenomena yang telah dibahas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Manajemen Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Pendapatan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Probolinggo”**.

Kajian Teori

1. Manajemen Strategi
 - a. Strategi

¹Qodariah Barkah, *Fikih Zakat, Sedekah dan Wakaf*, (Jakarta: Prenda Media Group, 2020), 34.

²Abdul Ghofur, *Tiga Kunci Fundraising Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 2.

³Heri Sulistiyo dkk, *Kota Probolinggo Dalam Angka*, (Kota Probolinggo: CV Azka Putra Pratama, 2022), 134.

⁴Abdul Ghofur, *Tiga Kunci Fundraising Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 9.

Strategi merupakan sebuah proses untuk menentukan perencanaan kepada top manajer yang mengarah pada tujuan jangka panjang perusahaan dan disertai penyusunan mengenai bagaimana upaya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Sedangkan yang dimaksud dengan teknik luar biasa adalah kegiatan yang secara konsisten ditingkatkan dan dilakukan sesuai dengan perspektif apa yang dibutuhkan dan diantisipasi pembeli mulai sekarang.⁵

b. Manajemen Strategi

Zuriani Ritonga mengutip dari Kuncoro mengemukakan bahwa ada tiga fase pada tahapan manajemen strategi: Formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi.

1) Formulasi Strategi

Proses perumusan strategi termasuk mengembangkan misi perusahaan, menentukan peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, menetapkan tujuan jangka panjang perusahaan, mengembangkan strategi alternatif, dan memilih strategi khusus untuk diterapkan.

2) Implementasi strategi

Perusahaan harus menetapkan tujuan tahunan dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikannya untuk implementasi guna menerapkan strategi. Agar strategi dapat diterapkan dengan baik, perusahaan harus menetapkan tujuan tahunan dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya untuk implementasi strategi. Proses menempatkan strategi ke dalam tindakan memerlukan pembentukan budaya yang mendukung strategi, membangun struktur organisasi yang efisien, mengubah arah di mana upaya pemasaran diarahkan, menyiapkan anggaran, menciptakan dan memanfaatkan sistem informasi, dan mengikat kompensasi perusahaan terhadap kinerja di dalam organisasi.

3) Evaluasi strategi

Merupakan fase terakhir pada manajemen strategi. Para manajer perlu untuk mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik.⁶ Teori yang digunakan sebagai sudut pandang dalam penelitian dibahas pada bagian ini. Wawasan peneliti dalam mengkaji masalah yang akan dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian akan semakin diperdalam dengan pembahasan teori yang lebih luas dan mendalam. Seorang manajer dapat mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi selama proses implementasi strategi dengan strategi ini. Karena evaluasi strategi juga dapat meminimalisir kesalahan atau permasalahan dalam implementasi strategi yang telah

⁵Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), 21.

⁶Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020), 14-15.

dirumuskan, maka implementasi strategi akan berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai jika proses ini dilakukan secara rutin.⁷

2. Pengertian *Fundraising*

a. Fundraising

Fundraising zakat atau disebut juga penghimpunan dana zakat adalah proses membujuk calon donatur (*muzakki*), baik perorangan maupun badan usaha, untuk menyumbangkan zakat, infak, dan sedekah kepada Lembaga Pengelola Zakat (LAZ). Penyaluran dana zakat kepada mereka yang berhak disebut sebagai penyaluran zakat. Tujuan zakat adalah untuk meningkatkan jumlah penyumbang (*muzakki*), meningkatkan ekonomi masyarakat dan kesejahteraan lainnya untuk mengurangi jumlah orang dalam kelompok yang kurang mampu.⁸

b. Tujuan *Fundraising*

Lima tujuan utama penggalangan dana adalah:

- 1) Tujuan mendasar dari penggalangan dana adalah untuk mengumpulkan dana.
- 2) Meningkatkan jumlah donatur dan jumlah dana yang diberikan.
- 3) Memperoleh simpatisan dan pendukung karena meskipun tidak memiliki donasi, mereka yang sudah memiliki opini positif terhadap institusi akan mendukung dan mengabdikan padanya. Sebagai jaringan informal untuk institusi, ini menguntungkan.
- 4) Membangun brand atau image untuk institusi.
- 5) Donatur akan lebih cenderung untuk berdonasi ke institusi jika merasa puas.⁹

c. Metode *Fundraising*

Kegiatan mendasar dari penggalangan dana dengan cara ini merupakan upaya khas lembaga untuk menggalang kekuatan dan dana masyarakat, dan pada akhirnya akan berhasil. Materi penggalangan dana metode ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori.¹⁰ Teknik penghimpunan dana secara langsung (*direct fundraising*) merupakan sebuah teknik penghimpunan dana, dimana penggalangan dana dilakukan oleh relawan organisasi non-profit bertemu langsung dengan para donatur. Beberapa contoh dari penggalangan dana jenis ini adalah penggalangan dana *door-to-door*, penyelenggaraan event penggalangan dana, pengiriman email (*direct mail*) dan chat (penggunaan media sosial) kepada para donatur, layanan iklan penggalangan dana di berbagai media (*direct*

⁷Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 12.

⁸Walla Erpurini, *Perubahan Perilaku Sosial Dampak Pandemi Covid 19*, (Jakarta: Media Sains Indonesia, 2021), 12.

⁹Nur Kasanah, *Model Filantropi Nahdliyyin*, (Indramayu: CV Adanu Abimata, 2020), 33.

¹⁰Ahmad Mujahidin, *Hukum Wakaf Di Indonesia Dan Proses Penanganan Sengketanya*, (Jakarta: Kencana 2021), 15.

advertising), menggunakan media handphone (*telemarketing*), dan presentasi langsung kepada pihak donatur, penggalangan dana langsung (*direct fundraising*) sering juga disebut dengan teknik penggalangan dana *below-the line*.

Sementara teknik penghimpunan dana secara tidak langsung (*indirect fundraising*) merupakan sebuah teknik penghimpunan dana dimana tidak terdapat respon langsung donatur terhadap usaha yang telah dilakukan oleh para volunteer dalam upaya penggalangan dana. Teknik ini umumnya digunakan pada aspek upaya pembentukan branding organisasi (citra) yang unik dan kuat, misalnya penyelenggaraan kegiatan brand awareness, lomba, *event-event dan road show*.¹¹

3. Zakat

a. Pengertian Zakat

Pentingnya zakat disebutkan di banyak tempat. Menurut firman-Nya (QS.at-Taubah 103), maksud dari makna-makna tersebut adalah sama: membersihkan jiwa dan harta. Kata zakat berasal dari akar kata bahasa Arab.

Zakat diartikan sebagai pengeluaran sebagian harta tertentu yang diminta oleh Allah SWT. untuk dibagikan kepada mereka yang berhak menerimanya, dengan syarat dan rukun, haul, dan kadar tertentu. Keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT akan tumbuh di antara mereka yang konsisten menunaikan zakat. serta membangun hubungan sosial dan rasa peduli sosial.¹²

b. Jenis-Jenis Zakat

Sebagian dari kita terkadang bingung dengan jumlah zakat yang berbeda-beda karena masyarakat mengetahui semua itu. Secara umum, zakat dapat dipecah menjadi dua kategori: zakat fitrah dan zakat mal. Menurut Al-Qardhawi, pendapatan, upah, gaji, dan biaya masa kini merupakan jenis zakat yang ketiga. Zakat harus dibayarkan segera setelah menerima pendapatan apa pun, tanpa menunggu satu pun kepemilikan. Namun, dia menuntut agar harta tersebut memenuhi nisab dan melebihi kebutuhan pokok. Jika mereka memang memiliki utang, ia juga memastikan bahwa aset harus dikeluarkan terlebih dahulu untuk melunasinya.¹³

c. Tujuan Zakat

Dari perspektif pemberi zakat (*muzakki*) dan penerima zakat (*mustahiq*), Yusuf Al-Qardhawi membahas tentang tujuan zakat. Tujuan dari penyumbang zakat antara lain:

1) Hilangkan keegoisan, keserakahan, dan sifat buruk lainnya.

¹¹Rahmad Hakim, *Manajemen Pengelolaan Keuangan Organisasi Non-Profit*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2022), 52.

¹²Qodariah Barkah, *Fikih Zakat, Sedekah dan Wakaf*, (Jakarta: Prendamedia Group 2020), 4.

¹³Abdu Bakir, *Zakat Profesi*, (Banten, Hikam Pustaka 2021). 29-30.

- 2) Melatih jiwa tercela dengan cara yang positif, seperti mensyukuri nikmat Allah.
- 3) memperlakukan pikiran dengan sikap protektif terhadap harta secara berlebihan sehingga dapat diperbudak oleh harta itu sendiri.
- 4) mendapatkan empati untuk orang lain.
- 5) Menghilangkan noda dan ketidaksempurnaan lainnya untuk mengembalikan nilai properti.
- 6) Kembangkan hartamu agar melimpahkan keberkahan pada pemiliknya, latihlah dirimu untuk dermawan, dan tanamkan akhlak yang baik.

Sedangkan tujuan zakat bagi penerima (*mustahiq*) meliputi:

- 1) Memenuhi kebutuhan dasar seseorang, terutama kebutuhan hidup.
- 2) Menghilangkan rasa iri dan dendam yang sering muncul saat melihat orang kaya yang manja.
- 3) Ikut menjaga dan mendoakan keselamatan harta orang kaya yang dermawan menimbulkan rasa simpati, hormat, dan tanggung jawab.¹⁴

d. Fungsi Dana Zakat

Fungsi utama dari dana zakat adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, zakat dibayar oleh orang-orang yang mampu dan memiliki hasil sesuai nisab yang sudah ditentukan oleh peraturan Islam. Penyaluran dana zakat sebagian besar dibantu melalui lembaga-lembaga amil zakat, baik yang bersifat konsumtif maupun yang produktif bagi orang-orang yang berhak mendapatkannya (*mustahik*).¹⁵

e. Peruntukan Dana Zakat

Sesuai program kerja lembaga, mustahik harus segera menerima dana zakat yang telah dikumpulkan oleh lembaga amil zakat. Melalui zakat, dana hasil zakat disalurkan kepada mereka yang berhak menerimanya. Ada maksud dan tujuan tertentu dari pendistribusian zakat ini. Sasarannya adalah mereka yang berhak menerima zakat.¹⁶

f. Dasar Hukum Zakat

Al-Qur'an dan Hadits memberikan landasan hukum yang kuat untuk zakat, pilar ketiga Islam. Mekkah dan Madinah adalah tempat diturunkannya ayat-ayat Alquran tentang zakat. Referensi Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW tentang zakat tersedia dalam struktur umum/seluruh dunia.¹⁷

Metode Penelitian

¹⁴Aden Rosadi, *Zakat dan Wakaf Konsepsi, Regulasi, dan Implementasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019), 22-23.

¹⁵Ani Mardiantasari. *Peranan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro*, Institut Agama Islam Ma,arif NU (IAIMNU), Jurnal Syariah dan Hukum, Vol 17, No.1 (Juli 2019), hal. 152.

¹⁶Nurfiah Anwar, *Manajemen Pengelolaan Zakat*, (Bogor: Anggota IKAPI, 2022), 111.

¹⁷Kementerian Agama Republik Indonesia, *Panduan Zakat Praktis*, (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, 2013), 14.

Istilah “metode penelitian” umumnya mengacu pada pendekatan ilmiah terhadap pengumpulan data untuk kegunaan tertentu. Penelitian ini menjelaskan tentang manajemen strategi *fundraising* dalam meningkatkan pendapatan dana zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Probolinggo. Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis penelitian lapangan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif setelah mengumpulkan data yang diperlukan. Moleong berpendapat, kegiatan yang menjadikan proses secara teratur, pengelompokan data, memilah kata menjadi sub bab yang mudah dicermati dan dapat dipahami yaitu analisis data kualitatif.¹⁸

Triangulasi menjamin validitas data yang digunakan dalam penelitian ini. Triangulasi adalah cara memvalidasi data dengan membandingkannya dengan data lain atau menggunakan sesuatu yang lain.¹⁹ Triangulasi digunakan untuk memanfaatkan berbagai metode, membandingkan sumber yang sama untuk menentukan kredibilitas data. Observasi dan dokumentasi dapat digunakan untuk memverifikasi keakuratan data wawancara.²⁰ Pemeriksaan keabsahan data peneliti disini menggunakan triangulasi metode dan sumber. Dengan membandingkan dan mengecek ulang data yang diperoleh dilakukan triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

1. Manajemen Strategi *Fundraising* BAZNAS Kota Probolinggo

Hasil temuan yang ditemukan peneliti setelah melaksanakan penelitian terhadap manajemen strategi pengumpulan dana zakat di BAZNAS Kota Probolinggo selanjutnya dibahas lebih lanjut.

Zuriani Ritonga mengutip dari Kuncoro menyatakan terdapat tiga tahap yang dilakukan dalam proses manajemen strategi. Tahap tersebut meliputi formulasi, implementasi, dan evaluasi.²¹

- a. Formulasi manajemen strategi *fundraising* dalam meningkatkan pendapatan dana zakat

Formulasi strategi yang dilakukan BAZNAS Kota Probolinggo yang pertama dilakukan adalah rapat koordinasi, memberi pemahaman kepada masyarakat umum untuk membayar zakat pada lembaga yang mengumpulkannya dan melakukan kolaborasi dengan para OPD Kota Probolinggo.

- b. Implementasi Strategi

Perusahaan harus menetapkan tujuan tahunan dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikannya untuk implementasi guna

¹⁸Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 120.

¹⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 330.

²⁰Lexy J. Moleong, 331.

²¹Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020), 14-15.

menerapkan strategi. Implementasi strategi yang dilakukan. BAZNAS Kota Probolinggo menghimpun dana dengan dua cara: langsung melalui *Direct Fundraising* dan tidak langsung melalui *Indirect Fundraising*.

c. Evaluasi Strategi

Tahap evaluasi strategi merupakan fase terakhir pada manajemen strategi. BAZNAS Kota Probolinggo melakukan monitoring dan melakukan tindakan perbaikan pada.

2. Manajemen Strategi *fundraising* terhadap peningkatan pendapatan dana zakat yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Probolinggo

Setelah BAZNAS Kota Probolinggo menerapkan dua metode *fundraising*, BAZNAS mengalami peningkatan pendapatan dana zakat setiap tahunnya. Metode dalam hal ini didefinisikan sebagai desain, bentuk, atau metode oleh suatu lembaga dalam rangka penghimpunan dana dari masyarakat.²²

Sementara ini BAZNAS masih menghimpun zakat mal dan zakat profesi. Zakat profesi ini dihimpun dari gaji para ASN muslim Kota Probolinggo sejak tahun 2019 adanya peraturan Walikota nomor 237 tentang diwajibkannya para ASN membayar zakat 2,5% dari gajinya yang sudah mencapai nisab setara dengan 8,5 gram emas 24 karat.

Pembahasan Temuan

Berdasarkan data yang dikumpulkan selama wawancara, observasi, dan dokumentasi diidentifikasi untuk memastikan bahwa mereka sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Penulis akan membicarakan hasil penelitian dan memaparkannya dalam bagian ini.

1. Manajemen Strategi *Fundraising* BAZNAS Kota Probolinggo

Tiga tahapan untuk proses manajemen strategi: formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi.

a. Formulasi Strategi

1) Rapat koordinasi

Pada tahap ini dalam menjalankan program penghimpunan BAZNAS Kota Probolinggo melakukan rapat koordinasi, menentukan waktu pelaksanaan kegiatan dan menentukan target yang dituju.

2) Memberi pemahaman

BAZNAS Kota Probolinggo memberi pemahaman zakat kepada masyarakat. Dalam upaya penyadaran ini bertujuan mempengaruhi masyarakat untuk tergerak menunaikan zakat infaq dan shodaqohnya melalui BAZNAS.

3) Kolaborasi

²²Ahmad Mujahidin, *Hukum Wakaf Di Indonesia Dan Proses Penanganan Sengketanya*, (Jakarta: Kencana 2021), 15.

BAZNAS melakukan kolaborasi dengan beberapa OPD seperti contoh Kementerian Agama Kota Probolinggo, Dinas Kesehatan Kota Probolinggo untuk bersosialisasi sekaligus menyalurkan zakatnya yang berupa konsumtif maupun produktif.

b. Implementasi Strategi

1) Metode Langsung (*Direct Fundraising*)

Sebagai contoh pengumpulan data secara langsung yaitu melalui penggalangan dana *door to door* (pintu ke pintu), *Direct mail* (pengiriman email), *Direct advertising* (iklan), *Telemarketing* (menggunakan media handphone) dan presentasi langsung kepada pihak donator. Pada metode ini BAZNAS telah melaksanakannya dengan efektif. Walaupun metode penggalangan dana *door to door* belum terlaksana karena keterbatasan sumberdaya manusia.

a) Penggalangan Dana *Door to Door* (pintu ke pintu)

Karena keterbatasan sumber daya manusia, divisi *fundraising* BAZNAS Kota Probolinggo belum memanfaatkan *door to door* sebagai salah satu cara penghimpunan dana atau layanan jemput zakat langsung dari masyarakat.

b) *Direct Mail* (pengiriman email)

Pengiriman email langsung kepada donatur atau *muzakki* adalah salah satu cara yang dapat diterapkan untuk menghimpun data. Namun cara ini belum dilakukan oleh divisi *fundraising* BAZNAS Kota Probolinggo.

c) *Direct Advertising* (iklan)

Direct advertising merupakan iklan langsung. BAZNAS Kota Probolinggo bekerjasama Bank Jatim untuk mempromosikan atau mengiklankan jasanya secara langsung kepada nasabah bank.

d) *Telemarketing* (menggunakan media handphone)

Setelah melakukan pembayaran zakat melalui transfer, BAZNAS menyediakan nomor telepon untuk Konfirmasi zakat via SMS/WA.

e) Presentasi Langsung

BAZNAS Kota Probolinggo melakukan sosialisasi kepada para *muzakki* untuk memberi pemahaman dan juga memberikan kesempatan kepada para OPD untuk mengundang BAZNAS apabila diperlukan untuk sosialisasi di tempat mereka.

2) Metode Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Teknik penghimpunan dana secara tidak langsung (*indirect fundraising*) merupakan sebuah teknik penghimpunan dana tanpa pelibatan partisipasi, dimana tidak terdapat respon langsung donatur terhadap usaha yang telah dilakukan oleh para volunteer dalam upaya penggalangan dana. Metode yang diterapkan BAZNAS Kota

Probolinggo yaitu: Iklan *Advertoria*, *Image campaign* (pemasaran/promosi), Penyelenggaraan *Event* dan Melalui perantara.

a) Iklan *Advertorial* (*Advertising Editorial*)

Iklan advertorial adalah bentuk periklanan yang disajikan dengan menggunakan gaya penulisan jurnalistik yang lebih halus. Pada metode ini BAZNAS menggunakan media cetak dan media sosial untuk menarik rasa penasaran kepada masyarakat. BAZNAS membuat akun Instagram, Facebook, Website, mencetak majalah, menebar selebaran dan mendirikan spanduk di kawasan umum yang strategis sehingga akan dilihat banyak orang.

b) *Image campaign* (pemasaran/promosi)

Dalam membangun *brand image* BAZNAS Kota Probolinggo membuka konsultasi zakat melalui radio suara Kota Probolinggo.

c) Penyelenggaraan Event

BAZNAS menyelenggarakan event dan melaksanakannya dengan cara berkolaborasi dengan para OPD di Kota Probolinggo untuk bersosialisasi sekaligus menyalurkan zakat produktif maupun konsumtif.

d) Melalui perantara

Melalui perantara imam atau khotib BAZNAS meminta untuk menyampaikan pemahaman, memberi pengetahuan tentang nilai-nilai yang mendorong donatur/*muzakki* untuk membayar zakatnya melalui BAZNAS.

2. Manajemen Strategi *fundraising* terhadap peningkatan pendapatan dana zakat yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Probolinggo

Fundraising adalah kegiatan yang melibatkan pengumpulan sumber daya keuangan untuk tujuan yang diantisipasi secara fundamental. Adapun perincian peningkatan pendapatan dana zakat dari tahun 2019-2021, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

LAPORAN PENERIMAAN DANA ZAKAT PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KOTA PROBOLINGGO TAHUN 2019

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	77.552.469
2	Februari	61.417.391
3	Maret	72.831.379
4	April	66.764.826

5	Mei	82.717.156
6	Juni	71.873.507
7	Juli	89.662.658
8	Agustus	81.788.780
9	September	98.848.702
10	Oktober	81.590.417
11	November	80.451.201
12	Desember	83.293.387
Jumlah keseluruhan		984.791.873

**LAPORAN PENERIMAAN DANA ZAKAT
PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KOTA
PROBOLINGGO TAHUN 2020**

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	87.895.616
2	Februari	87.450.935
3	Maret	133.010.062
4	April	222.380.198
5	Mei	241.908.833
6	Juni	283.162.075
7	Juli	273.788.921
8	Agustus	270.142.195
9	September	271.141.435
10	Oktober	266.943.754
11	November	264.152.534
12	Desember	376.938.026
Jumlah keseluruhan		2.778.914.584

LAPORAN PENERIMAAN DANA ZAKAT
PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KOTA
PROBOLINGGO TAHUN 2021

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	149.991.730
2	Februari	325.980.289
3	Maret	363.877.814
4	April	360.672.549
5	Mei	355.160.780
6	Juni	367.180.406
7	Juli	359.325.689
8	Agustus	358.753.992
9	September	356.439.530
10	Oktober	354.739.438
11	November	353.841.715
12	Desember	487.675.421
Jumlah keseluruhan		4.193.639.353

Jenis zakat yang dihimpun BAZNAS Kota Probolinggo yaitu zakat mal dan zakat profesi. Di Kota Probolinggo membayar zakat via *Payroll system* atau disebut juga bentuk pelayanan zakat melalui pemotongan 2,5% dari gaji pegawai atau karyawan secara langsung sudah ditetapkan sejak tahun 2019 semenjak adanya peraturan Walikota Nomor 237 terkait pengdapan penghasilan atau zakat profesi pegawai ASN dan BUMD Kota Probolinggo.

Simpulan

1. BAZNAS menerapkan tiga tahap manajemen strategi: formulasi, implementasi, dan evaluasi. BAZNAS menggunakan strategi *fundraising* dalam tahap implementasinya. strategi tersebut meliputi metode langsung dan metode tidak langsung untuk meningkatkan pendapatan dana zakat. Adanya manajemen strategi *fundraising* yang baik pada dapat mempermudah *muzakki* dalam membayarkan zakatnya melalui ATM dan E-wallet. Namun saat ini masih ada beberapa metode yang belum dilaksanakan salah satunya yaitu metode *door to door* atau layanan jemput zakat.

2. Dengan adanya strategi *fundraising* dan usaha-usaha yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Probolinggo dana zakat mengalami peningkatan sejak tahun 2019 sampai 2021. Peningkatan dana zakat pada tahun 2019 senilai 984.791.873, sedangkan peningkatan dana zakat pada tahun 2020 senilai 2.778.914.584 dan 4.193.639.353 pada tahun 2021. Perolehan dana zakat ini didominasi dari sistem pemotongan gaji Aparatur Sipil Negara (ASN) muslim kota probolinggo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, *Manajemen Strategis*, Makassar: Nas Media Pustaka, 2020
- Anwar, Nurfiah. *Manajemen Pengelolaan Zakat*, Bogor: Anggota IKAPI, 2022
- Barkah, Qodariah. *Fikih Zakat, Sedekah dan Wakaf*, Jakarta: Prenda Media Group, 2020
- Erpurini, Walla. *Perubahan Perilaku Sosial Dampak Pandemi Covid 19*, Jakarta: Media Sains Indonesia, 2021.
- Ghofur, Abdul. *Tiga Kunci Fundraising Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Hakim, Rahmad. *Manajemen Pengelolaan Keuangan Organisasi Non-Profit*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2022.
- Kasanah, Nur. *Model Filantropi Nahdliyyin, Indramayu*: CV Adanu Abimata, 2020.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Panduan Zakat Praktis*, (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, 2013.
- Mujahidin, Ahmad. *Hukum Wakaf Di Indonesia Dan Proses Penanganan Sengketanya*, Jakarta: Kencana 2021.
- Mardiantasari, Ani. *Peranan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro*, Institut Agama Islam Ma,arif NU (IAIMNU), Jurnal Syariah dan Hukum, Vol 17, No.1 Juli 2019.
- Moleong , Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019
- Ritonga, Zuriani. *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020.
- Rosadi , Aden, *Zakat dan Wakaf Konsepsi, Regulasi, dan Implementasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019.
- Sulistiyo, Heri dkk. *Kota Probolinggo Dalam Angka*, Kota Probolinggo: CV Azka Putra Pratama, 2022.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016.

