

Strategi *Fundraisang* dan Distribusi dana ZIS di LAZ Sidogiri Cabang Banyuwangi

Nur Kholis

Institut Agama Islam Darussalam

Email: nurkholis.jhe99@gmail.com

Abstrak

Kholis, Nur. 2021. Strategi *Fundraisang* Dan Distribusi Dana ZIS di LAZ Sidogiri Cabang Banyuwangi. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Darussalam. Pembimbing: Munawir, M.Ag

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi fundraisang dan distribusi dana zakat, infak, dan sedekah di Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi serta mengetahui apa sajakah faktor pendukung dan faktor penghambat dari strategi fundraisang dan distribusi dana zakat, infak, dan sedekah di Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi. Penelitian ini berupa penelitian lapangan (field reserch) dengan metode penilitian kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data penelitian berasal dari data primer dan data sekunder. Alat analisis data menggunakan analisis interaktif model. Hasil dari penelitian ini yaitu 1) Strategi fundraising di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi dilakukan dengan melakukan funding kepada calon donatur. kemudian diadakan kesepakatan penarikan oleh FO LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi dengan donatur. Strategi Pendistribusian dana ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi mengikuti raker pimpinan cabang setiap tahun dengan mekanisme distribusi konsumtif dan produktif. 2) Faktor pendukung dari strategi fundraisang dan distribusi dana ZIS di LAZ Sidogiri yaitu komunikasi, dan branding Sidogiri. Faktor penghambatnya adalah SDM, Accountability, dan kebijakan UU No.23 Tahun 2011 sangat berat. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu, LAZ Sidogiri sebagai lembaga yang bertugas sebagai lembaga penghimpun dan pengelola dana zakat, infak, dan sedekah, sesuai dengan undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 Pasal 11.

Kata Kunci : *Manajemen Strategi, Fundraising ZIS, Distribusi ZIS*

Abstract

Kholis, Nur. 2021. *Fundraisang Strategy And Distribution of ZIS funds at LAZ Sidogiri Banyuwangi Branch*. Thesis Of Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Darussalam Islamic Institute of Religion. Supervisor: Munawir, M.Ag

The purpose of this study is to find out how the fundraisang strategy and distribution of zakat, infaq, and alms funds at the Amil Zakat Institute Sidogiri Banyuwangi branch and find out what are the supporting factors and inhibiting factors of the fundraisang strategy and distribution of zakat funds, infaq, and alms at the Amil Zakat Institute Sidogiri Banyuwangi branch. This research is in the form of field research with qualitative research methods. Data collection techniques in the form of interviews, observations, and documentation. The source of research data comes from primary data and secondary data. The data analysis tool uses an interactive analysis model. The results of this study are 1) The fundraising strategy at LAZ Sidogiri Banyuwangi branch is carried out by funding prospective donors. then a withdrawal agreement was made by FO LAZ Sidogiri Banyuwangi branch with donors. The ZIS fund distribution strategy at LAZ Sidogiri Banyuwangi branch follows the branch leadership meeting every year with a consumptive and productive distribution mechanism. 2) The supporting factors of the ZIS fundraisang and distribution strategy at LAZ Sidogiri are communication, and Sidogiri branding. The inhibiting factors are HR, Accountability, and the very heavy policy of Law No.23 of 2011. The conclusion of this study is, LAZ Sidogiri as an institution that serves as an institution that collects and manages zakat, infaq, and alms funds, in accordance with Law Number 23 of 2011 Article 11.

Keywords : *Strategic Management, Fundraising ZIS, Distribution ZIS*

A. Pendahuluan

Lembaga Amil Zakat (LAZ) Sidogiri adalah lembaga sosial yang mengelola Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) melalui program pemberdayaan masyarakat. LAZ Sidogiri berbentuk organisasi nirlaba yang bergerak di bidang pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan dana zakat, infak, sedekah, dan dana - dana kemanusiaan lainnya dengan meningkatkan hasil guna dana ZIS, disamping sebagai fasilitator bagi para muzakki, untuk mensejahterakan kaum dhuafa dan mustahik, dengan meningkatkan fungsi atau peran pranata keagamaan melalui kegiatan keagamaan, kemanusiaan, sosial, dan pendidikan. LAZ sidogiri didirikan oleh majelis keluarga pondok pesantren sidogiri berdasarkan UU nomor 23 tahun 2011, didirikan pada tanggal 8 juni 2005 / 1 Jumadil Ula 1426 H, dan disahkan pemerintah berdasarkan surat keputusan menteri kehakiman dan hak asasi manusia, nomor: AHU-00034371.AH 01.02 Tahun 2019, dan surat keputusan menteri agama Nomor 81 Tahun 2020 dengan nama LAZ Sidogiri (LAZ Sidogiri 2020).

LAZ Sidogiri didirikan sebagai upaya mengikis kesenjangan antara masyarakat dengan taraf ekonomi tinggi dan masyarakat dengan taraf ekonomi rendah. Lembaga ini aktif menghimpun dan mendistribusikan dana sosial (zakat, infak, sedekah). Sebagai upaya dakwah kepada masyarakat, LAZ sidogiri melakukan sosialisasi dan gerakan sadar zakat yang dikemas dengan forum dialog, mendatangi para pengusaha atau Lembaga-lembaga diluar pesantren, dan merekrut koordinator penggali dana di beberapa wilayah. lembaga sosial ini bertugas untuk menghimpun dan menyalurkan zakat dari para muzakki kepada para mustahik zakat. Pada dasarnya,. LAZ merupakan lembaga bentukan masyarakat yang memiliki tugas membantu tugas BAZNAS melaksanakan tugasnya sebagai pengelola zakat sehingga, LAZ mempunyai keharusan menyampaikan pelaporan pelaksanaan pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah serta dana sosial keagamaan lainnya kepada BAZNAS dan pemerintah daerah setiap satu semester dan akhir tahun sebagaimana tugas lembaga pengelola zakat dalam UU nomor 23 tahun 2011 pasal 3 yang menyebutkan bahwasanya lembaga pengelola zakat memiliki 4 fungsi utama, yaitu: 1)

Perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat; 2) Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat; 3) Pengendalian pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat; 4) Pelaporan dan pertanggung jawaban pengelolaan zakat (BAZNAS 2011).

Strategi dalam pelaksanaan tugas lembaga pengelolaan zakat sangat diperlukan untuk memaksimalkan distribusi zakat secara efektif dan tepat sasaran supaya kesejahteraan yang didambakan dapat tercapai serta meminimalisir kesenjangan sosial yang ada di Indonesia. Dalam alquran surah At-Taubah ayat 60 dan 103 yang dijelaskan bahwasanya :

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya : “Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah maha mengetahui lagi maha bijaksana.” (QS. At-Taubah, ayat 60) (Yayasan As-Shiddiq Al-Khoiriyah, 2011 : 196).

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) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah maha mendengar lagi maha mengetahui” (QS. At-Taubah Ayat 103) (Yayasan As-Shiddiq Al-Khoiriyah, 2011 : 203).

Kedua ayat tersebut diatas menjelaskan bahwasanya dalam Al-Quran surah attaubah ayat 60, menjelaskan secara rinci siapa yang berhak menerima

zakat, dilanjutkan dengan penjelasan Ayat Al-quran surah At-Taubah ayat 103 diatas menjelaskan bahwasanya allah memerintahkan kepada Rasulullah sebagai pemimpin untuk mengambil sebagian sedekah atau zakat. Ini menjadi bukti atas kebenaran dari taubat dari kaum yang meninggalkan peperangan karena cinta harta, karena sedekah dan zakat tersebut akan membersihkan mereka dari dosa yang timbul karena mangkirnya mereka dari peperangan dan untuk mensucikan dari sifat cinta harta yang mendorong mereka untuk mangkir dari peperangan tersebut (Tafsir Kemenag 2021).

LAZ sidogiri sebagai lembaga pengelola zakat memiliki salah satu fungsi, yakni melaksanakan perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Strategi dibutuhkan dalam pengelolaan zakat dikarenakan semakin kompleksnya zaman dan kemajuan perekonomian, yang membuat umat islam dituntut untuk berfikir secara realistis dan praktis dalam segala hal, tak terkecuali dengan pengelolaan ZIS. *Fundraisang* merupakan cara yang dilakukan LAZ untuk mendapatkan simpati dari masyarakat supaya dapat memaksimalkan potensi zakat yang ada di Indonesia.

Fundraising sebagaimana diungkapkan oleh M. Abdul Manan dalam bukunya yang berjudul Teori dan Praktik Ekonomi Islam yang dikutip oleh Atik Abidah dalam jurnalnya yang berjudul Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik (Abidah, 2016:164).

Strategi fundraising dari lembaga pengelola zakat dirasa sangat penting karena dewasa ini potensi perkembangan zakat di Indonesia sangat besar sehingga perlunya strategi fundraising yang baik demi pemaksimalan potensi zakat tersebut. Berdasarkan data *outlook* zakat Indonesia pada tahun 2021 potensi zakat Indonesia mencapai Rp. 327,6 Triliun. Angka tersebut terdiri dari zakat perusahaan sebesar Rp 144,5 Triliun, zakat penghasilan dan jasa sebesar Rp 139,07, dan zakat peternakan sebesar Rp 9,52 Triliun. Kendati demikian,

riset dari BAZNAS menunjukkan realisasi baru mencapai Rp 71,4 Triliun. Bahkan lebih dari 85% dari zakat yang terkumpul dilakukan melalui organisasi pengelola zakat yang tidak resmi (BAZNAS:2019).

Potensi tersebut diatas, tentunya sangat berpengaruh terhadap distribusi ZIS untuk kesejahteraan umat islam pada khususnya, dikarenakan titik berat dalam pemecahan ekonomi adalah bagaimana menciptakan mekanisme distribusi ekonomi yang adil ditengah masyarakat. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-quran, surah Al-Hasyr ayat 7 :

مَا آفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَى
وَالْيَتَامَى وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ
مِنْكُمْ ۗ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۗ

Artinya : “harta rampasan fai’ yang diberikan Allah kepada rasulnya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, rasul, kerabat (rasul), anak anak yatim, orang – orang miskin, dan orang – orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar diantara orang – orang kaya saja diantara kamu. Apa yang diberikan rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukuannya” (Q.S. Al – Hasyr : 7) (Yayasan As-Shiddiq Al-Khoiriyah, 2011).

Ayat diatas menjelaskan mengenai distribusi dana zakat yang tidak hanya didistribusikan diantara orang orang yang kaya saja melainkan harus memiliki fungsi sosial yakni bermanfaat bagi kaum dhuafa (Kemenag 2021).

Keberadaan zakat sendiri memiliki tujuan penanaman nilai keimanan, yang berperan sebagai wahana yang membentuk bekerjasama dan berperan sebagai penjamin perlindungan sosial bagi masyarakat. Seperti halnya zakat, infaq dan sedekah memiliki dimensi ibadah dan sosial ekonomi. Anjuran untuk

berinfak dan bersedekah yang termaktub dalam ayat Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 195 dan ayat 267 :

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : "Dan infakkanlah hartamu di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan diri sendiri kedalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh Allah menyukai orang – orang yang berbuat baik." (Q.S. Al-Baqarah : 195)(Yayasan As-Shiddiq Al-Khoiriyah, 2011).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : Wahai orang – orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik – baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya, maha terpuji" Q.S. Al-Baqarah : 267) (Yayasan As-Shiddiq Al-Khoiriyah, 2011)

Ayat tersebut diatas menjelaskan bahwasanya orang mukmin diperintahkan oleh Allah untuk membelanjakan harta kekayaan yang dimilikinya untuk berjihad fi sabilillah seperti halnya menyantuni fakir miskin, dan anak yatim, memberi beasiswa, membangun fasilitas umum, dan tidak menjatuhkan dirinya ke dalam jurang kebinasaan karena kebakhilannya (Kemenag 2021).

Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) merupakan aset berharga umat Islam dalam hal perekonomian, sebab fungsi dan nilai kemanfaatan yang sangat besar yang berperan sebagai sumber dana potensial, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat. Terdapat 2 lembaga pengelola ZIS di Indonesia yaitu BAZ dan LAZ sesuai dengan UU no 38 tahun 1999, yang melaksanakan tugasnya masing-masing sesuai dengan tupoksi dari lembaga masing-masing. Badan Amil Zakat (BAZ), adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah yang bertugas menghimpun dan mendistribusikan zakat secara nasional, sedangkan Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan bentukan dari masyarakat dan merupakan bentukan dari masyarakat yang bertugas membantu tugas dari BAZ. Keduanya memiliki tujuan pemaksimalan potensi zakat di Indonesia supaya dapat mengurangi permasalahan sosial yang ada, seperti kesenjangan ekonomi, pendidikan, serta pengentasan kemiskinan yang ada di Indonesia.

Praktek kebijakan ekonomi yang tak sesuai dengan asas keseimbangan berakibat kemiskinan. Fungsi ekonomi sebagai bagian dari tanggung jawab sosial sangat diutamakan dalam Islam demi tercapainya keharmonisan dalam hubungan si-kaya dan si-miskin. Dalam prinsip Islam, kekayaan harus menyandang sistem kesejahteraan yang bertumpu pada zakat sebagai bentuk syukur atas segala anugrah dari Allah SWT. Kendati dalam Islam disarankan untuk bekerja cerdas, berkompetensi dan berprestasi, tetapi Islam juga menentang kerakusan, keserakahan, dan kepemilikan kekayaan yang berlebihan. Apabila seluruh mekanisme tanggung jawab sosial yang Islami benar dilaksanakan, bukan tidak mungkin masyarakat Islam pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya bisa menjadi masyarakat dengan kesejahteraan tinggi, dan terbebas dari segala bentuk ketimpangan sosial.

B. Landasan Teori

1. Manajemen Strategi

Manajemen adalah suatu keadaan terdiri dari proses yang ditunjukkan oleh garis (line) mengarah kepada proses perencanaan, pengorganisasian,

kepemimpinan, dan pengendalian, yang keempat proses tersebut saling mempunyai fungsi masing-masing untuk mencapai suatu tujuan organisasi (Yunus, 2006:4) Manajemen dapat dikatakan sebagai sebuah proses yang menggambarkan fungsi dalam merencanakan, mengorganisir, memimpin dan mengendalikan secara integratif dan berkesinambungan dengan mengacu pada hubungan antara pemasukan dan pengeluaran agar efektif dan efisien (Jauhari, 2011:1).

Strategi secara umum, dapat diartikan sebagai suatu upaya yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi untuk sampai pada tujuan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (yang diinginkan) (Hamdani, 2011 : 18). Strategi merupakan sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan organisasi dengan tantangan lingkungan serta dirancang untuk memastikan tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Beberapa strategi yang ditawarkan Judith Gordon berikut ini patut dipertimbangkan (Muhammad, 2009 : 91).

Manajemen strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan dan pelaksanaannya. Yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan kepada seluruh jajaran didalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi berperan sebagai analisis keputusan dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategi berperan sebagai penghasil serangkaian keputusan keputusan dan tindakan manajerial yang mengarah pada penyusunan strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan analisa S.W.O.T (Yunus, 2016 : 8)

Manajemen strategis ditujukan sebagai kontroling atas nasib suatu perusahaan atau organisasi. Secara historis, manfaat utama manajemen strategi telah membantu organisasi dalam memformulasikan strategi yang lebih sistematis, logis, dan rasional untuk pilihan strategi. Namun

manajemen strategis tidak menjamin keberhasilan. Tetapi, manajemen strategi dapat menjadi disfungsi dalam suatu perusahaan atau organisasi jika digunakan secara kacau (Yunus, 2016:12).

2. *Fundraisang*

April Purwanto (2009) mendefinisikan *fundraisang* sebagai proses memengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi (Purwanto, 2009:12). Aktifitas *fundraisang* berhubungan dengan kemampuan perorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran dan kepedulian mereka. Keharmonisan dengan orang lain harus dijalin agar mereka dapat menerima organisasi yang dimiliki. Dalam hal ini, lembaga perlu membangun etika *fundraisang* dengan mengacu pada misi lembaga (Widjayanti, 2006:4).

Aktifitas *fundraisang* dalam konteks yang lebih kompleks, merupakan penggalangan dana yang dilakukan dengan manajemen pemasaran (marketing), motifasi, dan relasi. Dalam hal ini, penggalangan dana atau daya tidak hanya bersifat pemberian semata yang sangat dipengaruhi oleh calon donatur. Dengan kata lain, *fundraising* pada sebuah organisasi pengelola zakat dapat diartikan sebagai segala upaya atau proses kegiatan daa rangka menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi, dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik (Juwaini, 2008:5-7).

Perencanaan strategi akan mempermudah dalam langkah langkah yang ditempuh selanjutnya. Terdapat dua strategi atau model utama yang dipergunakan oleh organisasi nirlaba terutama organisasi pengelola zakat didalam proses *fundraising*, yaitu strategi *fundraising* langsung (Direct *fundraising*), dan strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*).

Eri Sudewo (2004) membagi manajemen pengumpulan zakat menjadi dua, yaitu manajemen penggalangan dana dan layanan donatur. Manajemen

penggalangan dana yang dimaksud adalah: kampanye; kerjasama program; seminar dan diskusi; dan pemanfaatan rekening bank. Senada dengan apa yang disampaikan oleh Eri Sudewo mengenai kampanye, ada beberapa langkah-langkah kampanye yang dapat dilakukan antara lain dengan sosialisasi melalui: media massa; film dan video; pamflet/brosur/booklet; portal website; billboard/banner/baliho/spanduk; khutbah jumat; orientasi pengurus lembaga pengelola zakat; gerakan sadar zakat; dan esai binaan zakat (Depag RI, 2007:91-94).

3. Distribusi

Distribusi adalah penyaluran sesuatu kepada orang banyak. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, distribusi atau penyaluran adalah proses cara, perbuatan menyalurkan. Pendistribusian dana zakat adalah suatu aktivitas atau kegiatan untuk mengatur sesuai dengan fungsi manajemen dalam upaya menyalurkan dana zakat yang diterima dari pihak musakki kepada mustahiq sehingga tujuan zakat untuk kesejahteraan masyarakat dapat tercapai dan dapat meminimalisir kesenjangan sosial (Ridwan, 2016:309). Pola distribusi zakat dalam buku pedoman zakat yang dikutip oleh Muhammad Arief Mufraeni mengenai bentuk inovasi distribusi atau penyaluran zakat dikategorikan menjadi empat bentuk, yaitu: distribusi zakat bersifat konsumtif tradisional; distribusi zakat bersifat konsumtif kreatif; distribusi zakat bersifat produktif tradisional; dan distribusi zakat bersifat produktif kreatif.

4. Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF)

a. Zakat

Zakat menurut bahasa berarti kesuburan, kesucian, keberkatan, dan berarti juga mensucikan. Zakat secara istilah diartikan sebagai sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak (Qardawi, 2004:34). Zakat merupakan bentuk ibadah dengan mengeluarkan sebagian harta sesuai dengan kadar dan nishabnya serta digunakan sepenuhnya untuk kemaslahatan Bersama. Dalam Al-

quran surat At-taubah ayat 60 dijelaskan mengenai beberapa golongan yang berhak menerima zakat, bahwasanya:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya : “*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana*” (QS. At-Taubah, Yayasan As-Shiddiq Al-Khoiriyah, 2011:196).

Ayat diatas menjelaskan bahwasanya golongan yang berhak menerima zakat ada 8 golongan yaitu: orang fakir; orang miskin; orang yang menjadi amil zakat; mualaf; riqab/budak; gharim/orang yang berhutang; sabiillah; dan ibnu sabil (Tafsir Kemenag 2021).

Hukum melaksanakan zakat adalah fardu ain bagi setiap muslim yang telah memenuhi syarat dan rukun zakat. Aeni (2016) memaparkan bahwasanya zakat adalah salah satu rukun islam dan menjadi unsur pokok bagi tegaknya syariat islam. Syarat wajib zakat diantaranya: islam; merdeka; harta yang dizakati telah mencapai nishab; mencapai haul.

b. Infak

Infak dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti pemberian atau sumbangan harta dan sebagainya untuk suatu kebaikan. Infak bahasa bermakana *Madha wa nafidha*, yakni berlalu dan menghabiskan atau memberikan belanja kepada mereka yang menjadi kewajibannya (nafkah) untuk memberikan perolehannya serta menghabiskan untuk keperluan mereka. Kata ini juga tidak hanya dikonotasikan atas pengertian tersebut, anjuran untuk mengalokasikan dana yang dimiliki dari jalan Allah, juga digunakan untuk infak. Pengertian infak tersebut berarti infak hanya bermakna belanja hanya untuk kepentingan keluarga,

tetapi juga pemanfaatan perolehan di jalan Allah. Infak sebagai perbuatan mulia tidak dibatasi secara kuantitatif dalam pengeluarannya, tetapi tidak boleh sampai pelaku infak menderita (Jauhari, 2011:2).

Hukum pelaksanaan infak terbagi menjadi 4 bentuk, yaitu mubah, wajib, haram, dan sunah. Pemberian hukum pada infak terletak pada jenis penginfakannya. Namun, infak juga bisa memiliki hukum haram ketika dalam pengeluaran/pembelajaran harta ditasharufkan kepada hal/perkara yang haram. Pemenuhan Syarat dan rukun dalam melaksanakan infak juga harus terpenuhi agar dapat dikatakan sah (Hadzik,2013:19).

Konsep pengelolaan dana infak dan dana sedekah sama dengan pengelolaan zakat. Tetapi untuk pelaporan keuangan pengelolaan dana ZIS memerlukan beberapa hal yang harus disampaikan kepada donatur yaitu: berupa sumber dana infak; dan penekanan jenis dana infak dari donatur (Amir,2017:23)

c. Sedekah

Sedekah berasal dari kata *shadaqa* yang artinya benar. Artinya orang yang bersedekah merupakan bentuk dari kebenaran dan kejujurannya akan imannya kepada Allah. Hanya saja sedekah memiliki arti yang lebih luas, yakni tidak hanya materi saja objek yang bisa disedekahkan namun juga bisa berasal dari non materi. Sedekah, pada prinsipnya sama dengan infaq, hanya saja ia memiliki pengertian yang lebih luas. Shadaqah (sedekah) dapat berupa senyuman, bacaan tahmid, takbir, tahlil, istigfar, maupun bacaan-bacaan kalimah thayyibah. Shadaqah juga dapat berupa pemberian benda atau uang, bantuan tenaga atau jasa, serta menahan diri untuk tidak berbuat kejahatan. Adapun infaq, tidaklah demikian. Hal lain yang membedakan keduanya adalah bahwa infak dikeluarkan pada saat seseorang menerima rezeki, sedangkan sedekah lebih luas dan lebih umum lagi. Tidak ditentukan jenisnya, jumlahnya, waktu penyerahan, serta peruntukannya (Yulia 2018, 32).

d. Organisasi Pengelola Zakat

Lembaga pengelola zakat terbentuk berdasarkan UU No 23 tahun 2011, tentang pengelolaan zakat di Indonesia, dimana organisasi pengelola zakat di Indonesia ada 2 jenis, yaitu organisasi pengelola zakat berbasis pemerintah yakni BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), dan organisasi pengelola zakat berbasis masyarakat yakni LAZ (Lembaga Amil Zakat). LAZ berbadan hukum sebagai yayasan karena LAZ termasuk dalam jenis lembaga nirlaba sehingga dalam kegiatannya tidak berorientasi menghasilkan laba. LAZ juga digolongkan dalam beberapa kelompok menurut alasan dan sejarah pendiriannya. Bentuk-bentuk LAZ antara lain: LAZ berbasis masjid; LAZ berbasis ormas; LAZ berbasis perusahaan; dan LAZ berbasis OPZ. Fungsi dari lembaga pengelola zakat diantaranya: menjamin kepastian dan kedisiplinan dalam membayar zakat; menjadi jembatan muzaki untuk menyalurkan kewajibannya kepada mustahik guna menjaga kerendahan hati muzaki; mendistribusikan dana zakat yang tepat sasaran sesuai skala prioritas wilayah; menunjukkan semangat syiar isla dalam penyelenggaraan kehidupan berbangsa dan bernegara.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, dan menggambarkan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh (Sugiyono, 2007:14). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah kata-kata, gambar dan bukan angka-angka untuk menguji hipotesis.

Penelitian diawali dengan melakukan observasi di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi yang terletak di desa Bumiharjo BMT UGT Sidogiri Glenmore Blok 1 Lt.2 pasar ruko Karangharjo Glenmore Kabupaten Banyuwangi, yang berlanjut pada proses wawancara kepada beberapa informan di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi. Informan dalam penelitian ini adalah ketua LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi, Admin LAZ Sidogiri, dan Funding Officer LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer yang peneliti dapatkan dari observasi, dan hasil wawancara dengan informan. Serta beberapa data sekunder yang peneliti dapatkan dari beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi serta pengujian keabsahan data dengan triangulasi. Analisis data menggunakan interaktif model, menurut pendapat miles dan huberman, bahwa analisis data penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan empat alur kegiatan, yang terjadi secara bersamaan, yaitu: 1. Pengumpulan data, 2) reduksi data (data reduction), 3) penyajian data (data display), dan 4) penarikan kesimpulan/verifikasi (conclusion drawing/veriffication).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Fundraising dan distribusi ZIS di LAZ Sidogri Cabang Banyuwangi

Lembaga amil zakat Sidogiri merupakan organisasi nirlaba yang bergerak di bidang perekonomian. LAZ Sidogiri memiliki fungsi sebagai pengelola dana ZIS untuk selanjutnya di dayagunakan sebagai dana kemanusiaan, sebagaimana fungsi lembaga pengelola zakat dalam UU No 23 Tahun 2011 yang menyebutkan bahwasanya lembaga pengelola zakat memiliki 4 fungsi utama, yaitu: (Hafidudin, 2002 :126)

- a. Perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat;
- b. Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat;
- c. Pengendalian pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat;
- d. Pelaporan dan pertanggung jawaban pengelolaan zakat.

Strategi *Fundraising* yang digunakan oleh Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi yaitu melakukan funding kepada calon donatur dengan memberi pencerahan atau pengetahuan kepada calon donatur mengenai kewajiban berzakat setelah itu diadakan kesepakatan penarikan akankah diambil setiap satu bulan atau setiap tahun oleh FO LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi.

Dana yang terhimpun di Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi berupa dana infak, sedekah dan dana zakat, baik itu berupa zakat fitrah ataupun zakat maal. Dana tersebut akan dilaporkan kepada LAZ Sidogiri pusat yang selanjutnya akan diambil kembali ke daerah daerah dengan syarat menyetorkan program kerja masing masing daerah. Formulasi Strategi *fundraising* di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi ditetapkan dalam rapat kerja anggota LAZ Sidogiri yang kemudian dilaksanakan oleh para anggota. Rapat kerja anggota akan membahas target pencapaian kedepannya serta pembaharuan struktural kepengurusan di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi. Pengelolaan keuangan ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi telah di gadang gadang pada rapat kerja sehingga kedepannya diharapkan akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan dan taraf ekonomi umat meningkat.

Tahapan *Fundraisang* dana ZIS yang digunakan LAZ Sidogiri yang pertama adalah dakwah. Dakwah merupakan metode yang digunakan LAZ Sidogiri untuk memberitahukan kewajiban berzakat serta keutamaan membayar zakat. Sebagaimana manajemen fundraising zakat menurut Eri Sudewo yang menyebutkan bahwasanya proses kampanye atau dakwah merupakan proses membangkitkan kesadaran masyarakat untuk membayar zakat. Sedangkan, langkah langkah yang dilakukan adalah :

- a. Melakukan pendataan donatur dengan sistem dokumentasi yang rapi
- b. Menerima keluhan donatur dan masyarakat luas
- c. Follow up keluhan keluhan yang ada.

Selain melakukan kampanye atau dakwah, LAZ Sidogiri melakukan *Fundraisang* dana zakat dengan cara kerjasama dengan pihak BMT Sidogiri dan toko Basmalah, dimana keduanya merupakan elemen penting dalam perekonomian dalam payung Sidogiri. Dalam hal tersebut, LAZ Sidogiri sama dengan yang disampaikan oleh Eri Sudewo bahwasanya kerjasama program bisa dilakukan dengan lembaga atau perusahaan lain yang berbentuk aktivitas fundraising. LAZ Sidogiri melakukan kerjasama dengan BMT Sidogiri dan toko Basmalah dalam bentuk pengelolaan dana zakat, dimana kekayaan yang

dimiliki oleh toko Basmalah dan BMT Sidogiri akan ditangani dan dikelola oleh LAZ Sidogiri.

Kegiatan *Fundraising* setidaknya memiliki lima tujuan pokok yaitu menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga, dan memberikan kepuasan pada donatur. Nah atas dasar hal ini, LAZ Sidogiri dalam marketingnya tidak hanya terbatas pada kotak amal, donatur, dan simpatisan dikarenakan perlunya citra lembaga yang baik laz sidogiri cabang banyuwangi strategi kampanye atau dakwah juga melalui media sosial seperti Whatsapp kemudian Instagram, atau berbentuk Indirect *fundraising*, yaitu suatu model yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzaki atau donatur seketika, melainkan model ini menggunakan perantara melalui media sosial, menjalin relasi, referensi, serta mediasi para tokoh. Namun hal ini dirasa kurang maksimal, karena pengelolaan yang ada pada media yang digunakan kampanye atau dakwah LAZ Sidogiri kurang maksimal sehingga perlu adanya pemaksimalan strategi lewat media sosial sehingga dapat mendobrak eksistensi lembaga serta pemaksimalan *Fundraising* dana di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi.

Pendistribusian dana ZIS tidak terlepas dari *fundraising* yang diperoleh oleh LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi sebagai lembaga pengelola zakat. Dari hasil penelitian ditemukan bahwasanya dana ZIS yang terhimpun di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi didistribusikan menjadi 2, yakni bersifat konsumtif, dan bersifat produktif. Menurut Uzaifah, dalam “Manajemen Zakat Pasca Kebijakan Pemerintah Tentang Zakat Sebagai Pengurang Penghasilan Kena Pajak”, disebutkan bahwasanya model manajemen distribusi dibedakan menjadi 4 model yaitu :

1. Konsumtif Tradisional, yaitu zakat dibagikan kepada mustahiq secara langsung untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi sehari-hari;
2. Konsumtif Kreatif, yakni zakat diwujudkan dalam barang konsumtif;
3. Produktif Konvensional, yakni zakat diberikan dalam bentuk barang produktif;

4. Produktif Kreatif, yakni zakat diwujudkan dalam bentuk pemberian modal bergulir.

Temuan penelitian membuktikan bahwasanya survei terhadap mustahiq dilakukan terlebih dahulu. Proses survei dimaksudkan supaya dapat berdayaguna. Karena dalam konsep islam, distribusi adalah dengan mengantarkan hak zakat ke rumah-rumah atau tempat tinggal orang-orang yang berhak menerimanya. Sebagaimana menurut Yusuf Qardawi bahwasanya landasan operasional zakat adalah distribusi langsung setelah pengumpulan dana zakat, dan distribusinya harus sesuai dengan kebutuhan dan masalah yang ditetapkan dalam syariah. Sehingga peninjauan atau survei akan menilai mana yang berhak dan mana yang tidak.

Pemformulasian distribusi dana ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi dilakukan pada saat rapat kerja. Dalam rapat kerja akan dibahas mengenai target distribusi kedepan, dan juga target pencapaian *funding* yang harus dicapai dengan cara membuat rencana anggaran dana yang terstruktur dan kemudian akan di implementasikan ke daerah daerah. Dalam pelaksanaan distribusi dana ZIS, program kerja terbagi menjadi program rutin, dan program khusus. Program rutin adalah program yang dilaksanakan di setiap bulan atau setiap tahun sedangkan program khusus merupakan program yang dalam pelaksanaannya dilakukan ketika terdapat peristiwa tertentu.

LAZ Sidogiri sangatlah memperhatikan konsep pendayagunaan zakat demi terwujudnya kehidupan masyarakat yang sejahtera. Pemformulasian dana ZIS dimaksudkan supaya tercapainya tujuan dari lembaga pengelola zakat yakni menanggulangi kemiskinan sebagaimana menurut Yusuf Qardawi yang mengatakan bahwasanya zakat bukan hanya sekedar bantuan sewaktu-waktu kepada fakir miskin untuk meringankan penderitaannya, tetapi bertujuan menanggulangi kemiskinan, agar orang miskin menjadi berkecukupan selamanya, mencari pangkal penyebab kemiskinan itu, dan mengusahakan agar orang miskin tersebut mampu memperbaiki sendiri kehidupan mereka. Idealnya, zakat yang diberikan haruslah bisa menyelesaikan problem kemiskinan dengan cara memberi peluang, pelatihan, pendidikan, motivasi, dan

modal riil untuk usaha. Dengan bekal tersebut, mustahiq zakat bisa merubah nasibnya dan mendongkrak ekonominya. Dengan harapan pada tahun-tahun berikutnya, mustahiq zakat dapat menjadi Muzakki yang menyisihkan sebagian hartanya untuk berzakat.

Proses distribusi dana ZIS merupakan Aspek terpenting dalam hal pengelolaan dana ZIS dikarenakan fungsi dari lembaga pengelola zakat yaitu:

1. Menjamin kepastian dan kedisiplinan dalam membayar zakat;
2. Menjadi jembatan muzakki untuk menyalurkan kewajibannya kepada mustahik guna menjaga kerendah-hatian muzakki;
3. Mendistribusikan dana zakat yang tepat sasaran sesuai skala prioritas wilayah
4. Untuk menunjukkan semangat syiar Islam dalam penyelenggaraan pemerintah Islami.

2. Faktor pendukung dan penghambat manajemen strategi Fundraisang dan distribusi dana ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi

Mudah dan sulitnya dalam pencapaian suatu tujuan, tidak terlepas dari faktor pendukung dan penghambat dari Manajemen strategi *Fundraisang* dan distribusi dana ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi. Terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat dari manajemen strategi *Fundraisang* dan distribusi dana ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi.

1. Faktor pendukung

Dalam setiap lembaga tentunya terdapat target capaian dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Setidaknya ada 3 faktor pendukung dalam manajemen strategi fundraising dan distribusi dana ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi diantaranya:

a. Komunikasi

Komunikasi yang efektif akan berimbas pada kinerja dalam sebuah lembaga. Dalam perkembangannya komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi tidaklah terlepas dari komunikasi horizontal dengan Lembaga Amil Zakat Sidogiri Pusat. Dibuktikan dengan adanya rapat di waktu-waktu yang telah

ditentukan yaitu rutin setiap bulan, triwulan, semester, dan pertahun. Terjalannya komunikasi yang baik dalam sebuah lembaga akan menjadi penentu dalam kesuksesan dalam sebuah lembaga atau perusahaan.

b. Branding

Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari nama besar dari keluarga besar Pondok Pesantren Sidogiri, karena dari sinilah awal terlahirnya LAZ Sidogiri. LAZ Sidogiri berjalan dalam perekonomian dalam rangka pengabdian kepada masyarakat. Nama Sidogiri sangat familiar di Indonesia karena Pondok Pesantren Sidogiri adalah salah satu Pondok Pesantren Tertua di Indonesia. Jaringan alumninya pun sangat besar di Indonesia sehingga branding dengan menggunakan nama Sidogiri menjadi faktor pendukung untuk berkembangnya Lembaga Amil Zakat Sidogiri ke depannya.

2. Faktor Penghambat

Untuk mencapai tujuan sebuah lembaga, tentunya terdapat hambatan yang ditemui. Setidaknya ada beberapa faktor yang menjadi penghambat di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi, sebagai berikut.

- a. Sumber Daya Manusia, Sumber daya manusia berkaitan dengan Pendidikan atau pengetahuan masyarakat Banyuwangi yang masih minim mengenai Lembaga Amil Zakat Sidogiri hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari LAZ Sidogiri. Hal ini menyebabkan masyarakat awam belum begitu faham mengenai keberadaan Lembaga Amil Zakat Sidogiri, dan kewajiban membayar zakat, bagi seseorang yang telah masuk dalam kriteria wajib zakat. Sehingga persepsi masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi adalah bahwasanya LAZ Sidogiri merupakan lembaga peminta-minta. Hal ini berkaitan dengan budaya masyarakat yang masih terbiasa membayarkan ZIS-nya kepada mustahik secara langsung. Kemudian faktor kurangnya jumlah tenaga di lapangan juga

menjadi hambatan yang sangat krusial. Karena, kuantitas sumberdaya manusia tanpa disertai dengan kualitas yang baik menjadi kurang efisien. Untuk mengatasi kendala tersebut, LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi meningkatkan kualitas SDM karyawan dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan yang dapat menambah mentalitas para karyawan LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi.

- b. Accountability, yaitu terkait laporan keuangan, laporan penyaluran, dimana kecenderungan donatur kurang berminat untuk melihatnya, dan menyalurkan dananya ke Lembaga Amil Zakat, dipandang bahwasanya LAZ adalah lembaga sosial peminta-minta. Padahal LAZ adalah sebagai lembaga yang berada di tengah-tengah atau lembaga yang menjembatani antara muzakki dan mustahik.
- c. Kebijakan, dimana undang-undang No.23 Tahun 2011 ini sangat berat tantangannya, karena LAZ harus berbentuk lembaga berbadan hukum, bersedia di audit syariat dan keuangan secara berkala, tidak boleh mendirikan cabang di provinsi lebih dari satu, serta LAZ wajib melaporkan pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat yang telah di audit kepada BAZNAS secara berkala.

E. Kesimpulan

1. Strategi *fundraising* di Lembaga Amil Zakat Sidogiri cabang Banyuwangi dilakukan dengan melakukan *funding* kepada calon donatur dengan memberi pencerahan atau pengetahuan kepada calon donatur mengenai kewajiban berzakat. Setelah itu diadakan kesepakatan dengan donatur dan FO LAZ Sidogiri akankah ditarik setiap bulan atau setiap tahunnya. Pendistribusian dana ZIS di LAZ Sidogiri cabang banyuwangi akan dipantau secara intens oleh LAZ Sidogiri pusat sebagai pertanggung jawaban dalam pengelolaan dana ZIS dengan model distribusi dana ZIS berupa konsumtif dan distributif.

2. Faktor pendukung dari strategi *Fundraising* dan distribusi ZIS di LAZ Sidogiri cabang Banyuwangi adalah faktor komunikasi dan faktor branding, sedangkan faktor penghambat dari strategi *Fundraising* dan distribusi Lembaga Amil Zakat Sidogiri adalah faktor Sumber daya manusia dan faktor *Accountability* (pertanggung jawaban), dan kebijakan dari undang-undang No. 23 tahun 2011.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, Atik. 2016. *Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Ponorogo*. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id>
- Akbar, Wahyu. 2018. *Manajemen Zakat (Hakikat Spirit Al-Quran dalam surah At-Taubah [9]:103)*. Yogyakarta: K-Media
- Amir, Nani Hamdani. 2017. *Pengelolaan Dana Infak dan Sedekah dari Orang Tua Siswa pda Sekolah Al-Fityan Cabang Gowa*. Makassar. UIN Alauddin
- Anwar, Akhmad. 2019. *Manajemen Zakat Infaq dan Sedekah Dalam Upaya Peningkatan Status Mustahik Menjadi Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Dompot Amal Insani (Lazdai) Lampung*. Lampung. UIN Raden Lintang Lampung.
- Arikunto, Sahesmi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta
- Ash-Shiddieqy. 1984. *Pedoman Zakat*. Jakarta: Bulan Bintang
- Bakar, Abu. 2011. *Manajemen Organisasi Zakat*. Malang: Madani
- BAZNAS.2019. <https://pid.baznas.go.id> (diakses Kamis 17 Juni 2021)
- Darwina Widjajanti, Darwina. 2006. *Rencana Strategis Fundraising*. Jakarta. Piramedia
- Fred R, Dafid. 2009. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Furqon, Ahmad. 2015. *Manajemen Zakat*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya
- Furqon, Ahmad. 2015. *Manajemen Zakat*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya
- Hadziq, M. Fuad. 2013. *Fikih Zakat, Infak, dan Sedekah*. Modul Pembelajaran ekonomi ZISWAF
- Hafidudhin, Didin. 2002. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta. Gema Insani
http://sukabumi.kota.kemenag.go.id/file/dokumen/DO_00956.pdf
- Jauhari, Tantoui. 2011. *Manajemen Zakat, infak, dan sedekah*. Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung
- Juwaini, Ahmad. 2008. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*. Jakarta: Piramedia
- Kemenag RI. 2013. *Panduan Organisasi Pengelola Zakat*. Jakarta Selatan. Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat. CV Reva Bumat Indonesia.
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 373 Tahun 2003 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat.”

- Khasanah, Umrotul. 2010. *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Malang: UIN-Maliki Press
- Kholiq, Abdul. 2013. *Pendayagunaan Zakat, Infak dan Sedekah untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Miskin di Kota Semarang* http://bappeda.semarangkota.go.id/v2/wpcontent/uploads/2013/12/4.Exs ecutive_Summary_final_zakat-Repaired.pdf
- Kurnia, Hikmat dan Ade Hidayat. 2008. *Panduan Pintar Zakat*. Jakarta: Qultum Media Muhammad dan
- LAZ Sidogiri. 2020. www.lazsidogiri.org (diakses kamis 17 Juni 2021)
- Moeloeng, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Rada Karya
- Mudzakkir, Cholid. 2020. *Analisis Strategi Fundraising Zakat, Infak dan Sedekah di LAZISNU MWC NU Paciran Kabupaten Lamongan*
- Mufraini, M. Arif. 2006. *Akuntansi dan Manajemen Zakat*. Jakarta. Media Group
- Muhammad. 2002. *Zakat Profesi Wacana Pemikiran dalam Fiqh Kontemporer*. Jakarta: Salemba Diniyah
- Nawawi, Hadari. 2000. *Manajemen Strategi Organisasi non Profit Bidang Pemerintah dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. 2013. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nugraha, Qudrat. 2019. *Manajemen Strategis Pemerintahan*. Jakarta. Universitas Terbuka
- Nuruddin, Muhammad Ali. 2006. *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Pratiwi, Fadhila Eka. 2020. *Analisis Pendayagunaan Zakat, Infak, dan Sedekah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik perspektif M. Umer Chapra*. Banyuwangi
- Puji Suci, Rahayu. 2015. *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama
- Purwanto, April. 2009. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta : Teras
- Purwanto, April. 2009. *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Jakarta. Teras
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Qardhawi, Yusuf. 2005. *Spektrum Zakat dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*. Jakarta : Zikrul Hakim

- Qardhawi, Yusuf. 2011. *Hukum Zakat*, terj. Salman Harun, cet. ke-12. Jakarta: Pustaka Litera Antar Nusa
- Rahman, Muhammad Abdul Malik. 2003. *Zakat 1001 Masalah dan Solusinya* Bogor. Pustaka Litera Antar Nusa
- Rakhmasari, Yessi DKK. 2016. *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*. Bandung. UNPAD Press
- Ridwan, Murtadho. 2016. *Analisis Model Fundraising dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak*. Kudus. Jurnal STAIN Kudus, Vol. 10, No. 2
- Ridwan, Murtadlo. 2016. *Analisis Model Fundraising dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak*.
- Sani, Muhammad. 2010. *Jurus Mrnghimpun Fulus, Manajemen Zakat Berbasis Masjid*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Sekaran, Uma. 2007. *Reserch Methods For Business*. Salemba Empat
- Sentot Imam Wahyono, Sentot Imam. 2008. *Manajemen Tata Kelola Manajemen Bisnis*. Surabaya. Indeks
- Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi. 2009. *Pedoman Zakat*. Semarang: Pustaka Rizki Putra
- Subagiyo, Rokhmad. 2017. *Metode Penelitian EkonoI Islam*. Jakarta. Alim's Publishing.
- Sudewo, Eri. 2004. *Manajemen Zakat: Tinggalkan 15 Tradisi, Terapkan 4 Prinsip Dasar*. Jakarta: Institute Manajemen Zakat
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suyitno. 2005. *Anatomi Fiqh Zakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tafsir Kemenag .2021. <https://quran.kemanag.go.id> (diakses rabu 21 Juli 2021).
- Tim Penyusun. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet. ke- 4. Jakarta: Balai Pustaka
- Undang-Undang Pengelolaan Zakat Nomor. 23 Tahun 2011. <https://kepri.kemenag.go.id> (diakses Kamis 17 Juni 2021)
- Yayasan As-Shiddiq Al Khoiriyah. 2011. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Nusa Tenggara Barat. Sabiq
- Yunus, Eddi. 2006. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta. Andi Publisher.
- Yusuf, Rizka Yasin. 2018. *Strategi Fundraising di LAZNAS Dompot Dhuafa Jawa Tengah*. Semarang. UIN Walisongo