

STRATEGI *FUNDRAISING* DALAM PENERIMAAN DANA ZIS PADA KANTOR LAYANAN LAZISMU WIROBRAJAN

Oktavia Zuneiroh

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia
Email: oktavia1900012131@webmail.uad.ac.id

Indah Syofiah

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia
Email: indah.shofiyah@act.uad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi fundraising yang dilakukan oleh Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan serta memberikan metode fundraising yang lebih efektif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya strategi fundraising yang digunakan kantor Layanan Lazismu Wirobrajan ialah strategi langsung (direct fundraising) dan strategi tidak langsung (indirect fundraising). Strategi langsung (direct fundraising) yang digunakan kantor layanan meliputi: direct mail, telefundraising dan pertemuan langsung. Sedangkan strategi tidak langsung (indirect fundraising) yang digunakan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan yakni kampanye media sosial dengan Whatsapp dan Instagram, serta menyebar brosur dan mengadakan event. Strategi yang ideal untuk dilakukan pada Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan ialah memaksimalkan media sosial sebagai sarana fundraising (Digital Fundraising) terlebih pada era digital yang semakin berkembang pesat, Digital Fundraising ini digunakan untuk melaksanakan program-program yang sudah ditetapkan dalam rencana kerja Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan.

Kata kunci: Strategi Fundraising, Lazismu Wirobrajan.

Abstract

This research was qualitative, with data collection through observation, interviews, and documentation. Data analyses used were data reduction, data presentation, and conclusion. This study aimed to determine the fundraising strategy carried out by the Lazismu Wirobrajan Service Office and to provide a more effective fundraising method. The results of this study indicated that there were fundraising strategies used by the Lazismu Wirobrajan Service Office i.e., a direct strategy (direct fundraising) and an indirect strategy (indirect fundraising). The direct fundraising strategies used included: direct mail, tele-fundraising, and face-to-face meetings. Meanwhile, the indirect fundraising strategies used by the Lazismu Wirobrajan Service Office were a social media campaign with Whatsapp and Instagram, as well as distributing brochures and holding events. The ideal strategy to carry out at the Lazismu Wirobrajan Service Office was to maximize social media as a means of fundraising (Digital Fundraising), especially in the rapidly growing digital era. This Digital Fundraising was used to carry out programs that had been defined in the work plan of the Lazismu Wirobrajan Service Office.

Keywords: Fundraising Strategies, Lazismu Wirobrajan

1. PENDAHULUAN

Sebagai seorang muslim, zakat merupakan suatu hal yang wajib, kewajiban ini sangat jelas dalam Al-Quran maupun hadis. Selain zakat yang dipandang memenuhi aspek ketuhanan seperti membersihkan jiwa dari rasa rakus dan kikir, zakat juga

memiliki peran mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh umat manusia, seperti halnya mengentaskan masalah-masalah kemiskinan dan kesenjangan sosial (Wahyu & Anwar, 2020).

Zakat memiliki upaya dalam pemecahan masalah kemanusiaan, seperti kemiskinan dan kesenjangan ekonomi akibat perbedaan dalam kepemilikan harta. Zakat menyamaratakan standar hidup setiap manusia dengan mempersempit jurang perbedaan ekonomi semaksimal mungkin. Oleh karena itu, perlu adanya pengelolaan zakat yang baik yakni secara profesional dan bertanggung jawab (Wahyu & Anwar, 2020). Adanya mengentaskan masalah kemiskinan dan kesenjangan sosial membuat zakat harus dikelola dengan baik, sesuai dengan yang tertuang dalam UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Zakat harus dikelola oleh lembaga profesional salah satunya adalah Lazismu yang di bentuk atas dasar persoalan kemiskinan dengan zakat yang diyakini mampu memberikan pengaruh dalam mengatasi kemiskinan masyarakat (Suwandi & Samri, 2022).

Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan yang merupakan kantor layanan zakat, infak dan sedekah yang amanah, profesional, transparan, akuntabel dan mengembangkan program dalam meningkatkan kesejahteraan umat. Dengan terbuktinya kantor layanan yang meraih kategori laporan zakat, infak dan sedekah terdisiplin pada tahun 2021, kategori kantor layanan yang mengikuti audit dari tahun pertama pendirian dengan Wajar Tanpa Pengecualian (WTP), penghargaan pelayanan *ambulance* bagi masyarakat kota Yogyakarta 2022, Lazismu dengan kinerja terbaik pada kegiatan sosial dakwah tahun 2022 serta salah satu kantor yang diakui sebagai kantor layanan yang berkembang pesat dengan sumber daya yang terbatas.

Keberhasilan *fundraising* dana tergantung kepada pendayagunaan serta pengelolaan kepada masyarakat sehingga mereka tertarik untuk memberikan zakat, infak, dan sedekah (Manaf dkk., 2021). Strategi *fundraising* memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan aktivitasnya, strategi fundraising dapat mendorong pengelolaan zakat, infak, dan sedekah dalam meningkatkan jumlah dana (Nugroho dkk., 2021). Untuk mencapai keberhasilan dalam pemberdayaan umat sesuai pada program kantor diantaranya pelayanan kesehatan, kegiatan bakti sosial, dan lain-lain. Kantor Layanan Lazismu membutuhkan pengumpulan dana untuk menunjang keberlangsungan program-program kantor layanan.

Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan, peneliti menemukan sebuah perbedaan peningkatan pendapatan zakat, infak dan sedekah yang terjadi pada tahun 2020 dan 2021 yang signifikan. Pada tahun 2019 awal pengesahan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan hanya mendapatkan pengumpulan dana sebesar Rp.30.500.000 kemudian pengumpulan dana terus meningkat di tahun 2020 dan 2021 sebesar Rp. 122.304.444 dan Rp. 248.172.122. Hal tersebut diketahui dipengaruhi beberapa faktor kondisi serta lingkungan, seperti adanya faktor Covid-19 dan beberapa kondisi bencana yang menjadikan pengumpulan dana zakat, infak dan sedekah menjadi meningkat. Oleh sebab itu peneliti tertarik terhadap strategi *fundraising* yang dilakukan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan dengan berbagai faktor dan kondisi lingkungan yang ada.

Penelitian ini juga termotivasi dari (Putra, 2021), dengan hasil yakni BAZNAS Tana Toraja menggunakan beberapa strategi dalam proses *fundraisingnya*, meliputi: melalui sosialisasi baik melalui komunitas dan sosial media; melalui kerjasama dengan berbagai

Instansi Pemerintah Tana Toraja; dan melalui layanan konsultasi zakat dan jempot zakat. (Manaf dkk., 2021). Penelitian ini membahas tentang pelaksanaan *fundraising* zakat, infak dan sedekah pada LAZISNU-CARE Kota Semarang yang menggunakan metode *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. (Guntur dkk., 2021) Penelitian ini membahas strategi fundraising dan filantropi dalam pengelolaan LAZISNU di Kabupaten Sambas yang menggunakan penghimpunan dana melalui program tabung infak dan program zakat. (Sanusi & Chaerani, 2018) Penelitian ini menunjukkan penerimaan dana yang dilakukan oleh Zakat Center yaitu dengan melakukan silaturahmi ke muzaki, sosialisasi ke kantor, mengirimkan pesan ke *broadcast* dan transfer donasi.

Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu, yakni membahas strategi fundraising zakat, infak dan sedekah, namun penelitian kali ini juga akan memberikan model strategi yang lebih efektif dan baik untuk pengoptimalan penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan lokasi penelitiannya yaitu Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan Yogyakarta Jl. Bugisan no 23, Depan Pasar Legi Patang Puluhan Kec.Wirobrajan, Kota Yogyakarta. Data yang diperoleh bersumber dari data primer dan sekunder. Pengumpulan data penulis menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi ialah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan yang disengaja terhadap gejala yang diteliti yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini penulis melakukan observasi pada pengurus Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan. Wawancara ialah bentuk interaksi bertukar pikiran antar dua orang yang bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam (Sugiyono, 2022). Metode wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur dengan pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti kepada ketua Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan mengenai strategi *fundraising* yang sedang berlangsung. Dokumentasi ialah bentuk pengumpulan data melalui menelaah catatan, buku-buku, transkrip, notulen rapat dan sebagainya (Sugiyono, 2022). Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini ialah, profil berdirinya lembaga, struktur organisasi, laporan penerimaan dana zakat, infak dan sedekah dan lain sebagainya. Teknik analisis data yang dipilih oleh peneliti untuk mendukung penelitian ini adalah Analisis Data Model Miles dan Huberman (1994) yaitu Reduksi data, Penyajian data serta penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan disahkan pada 2 Maret 2020, sesuai dengan Undang-Undang No.23 tahun 2011, melalui SK Menteri Agama RI No.730 tahun 2016/14 Desember 2016 sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional. Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan Yogyakarta beralamat di Jl. Bugisan no 23, Depan Pasar Legi Patang Puluhan Kec.Wirobrajan, Kota Yogyakarta.

Strategi Penghimpunan Dana (*Fundraising*) Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan

Organisasi yang baik ialah organisasi yang memiliki rencana dan melakukan strategi dalam mencapai tujuan yang diharapkan., yakni memberikan pengelolaan zakat, infak dan sedekah secara penuh kesadaran dan optimal (Billah dkk., 2020). Strategi *fundraising* yang dilakukan oleh organisasi pelayanan sosial contohnya pada Lazismu,

hendaknya perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan. Kegiatan *fundraising* diharapkan menciptakan penggalangan dana yang memudahkan para donatur (Rachmasari dkk., 2016).

Hasil observasi, wawancara serta dokumentasi yang didapat oleh peneliti, menghasilkan bahwa pelaksanaan *fundraising* zakat, infak dan sedekah Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan sudah baik, yakni dengan menggunakan metode strategi langsung (*direct fundraising*) dan metode strategi tidak langsung (*indirect fundraising*), hal ini dapat di buktikan dengan tabel berikut.

Tabel 1. Penerimaan Dana Zakat, Infak dan Sedekah Lazismu Tahun 2019-2021

Tahun	Penerimaan (Rp)	Jumlah muzaki
2019	30.500.000	1
2020	122.304.444	73
2021	248.172.122	130

Sumber: Laporan Keuangan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan 2019-2021

Diawal mulai operasi tahun 2019, Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan memiliki penerimaan dana sebesar Rp.30.500.000, dana ini diperoleh oleh satu muzaki yakni SD Muhammadiyah Wirobrajan 3. Kemudian, pada tahun kedua jumlah muzaki mulai meningkat hal ini ditandai dengan penerimaan dana Rp.122.304.444, serta kenaikan jumlah muzaki 73 orang. Kenaikan juga terus terjadi pada tahun 2021 dengan di tandai penerimaan dana sebesar Rp.248.172.122, dan jumlah muzaki 130 orang. Hal ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya peran strategi *fundraising* Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan baik secara langsung (*offline*) maupun secara tidak langsung (*online*) sudah cukup baik.

Walaupun penghimpunan Kantor Layanan Lazismu sudah cukup baik, hal ini di tandai dengan terus meningkatnya penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah. Namun, kantor Layanan Lazismu tetap harus menerapkan strategi *fundraising* untuk mengatasi realita dan potensi, menurut (Naula & Anwar, 2021) dalam penelitian Anton Bawono, Rifqi Aulia Erlangga kesadaran berzakat meningkat setelah menyaksikan video iklan masyarakat sebesar 19,2% , namun pada realitanya kesenjangan masih cukup jauh. Oleh karena itu diperlukan edukasi kepada masyarakat dengan cara memberikan informasi mengenai pentingnya menunaikan zakat, jenis - jenis zakat, program yang dilaksanakan serta bentuk penyaluran dana zakat, infak dan sedekah. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam wajib berzakat serta meningkatkan potensi perolehan jumlah zakat, infak dan sedekah. Oleh karena itu, salah satu yang dapat dilakukan adalah melakukan fundraising dana zakat, infak dan sedekah.

Fundraising adalah proses memberitahukan, mengingatkan/ menyadarkan, mendorong atau membujuk baik masyarakat, lembaga dan individu untuk menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi nirlaba untuk membiayai program dan kelangsungan organisasi (Nugroho dkk., 2021). Dan untuk mencapai sebuah *fundraising* yang baik, maka di perlukan sebuah startegi. Strategi tidak hanya diartikan sebagai tercapainya sebuah tujuan organisasi, tetapi juga untuk keberlangsungan hidup organisasi (Nopiardo, 2017). Dapat disimpulkan strategi *fundraising* ialah strategi yang digunakan organisasi dalam mengumpulkan dana sesuai dengan kondisi serta lingkungan organisasi yang bertujuan untuk keberlangsungan sebuah organisasi.

Menurut (Anwar dkk., 2019) strategi *fundraising* yang dapat digunakan dalam melaksanakan kegiatannya terbagi menjadi 2 metode, yaitu metode langsung (*direct*

fundraising) yakni penghimpunan dana pengaruh atau upapa fundraiser dalam mendapatkan respon dari muzaki secara langsung dan kemudian dapat langsung diakomodasi. Kemudian, metode tidak langsung (*indirect fundraising*) yakni penghimpunan dana yang tidak melibatkan respon muzaki secara langsung, sehingga tidak adanya akomodasi secara langsung.

Selain penggunaan strategi untuk penghimpunan dana adanya sasaran muzaki juga sangat berpengaruh dalam proses *fundraising*. Menurut (Juwaini: 2005) dalam (Hasfizetty & Yafiz, 2021) menghimpun muzaki yang tepat dapat menambah jumlah muzaki dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah dana zakat, infak dan sedekah. Menghimpun muzaki yang tepat juga dapat menjadikan muzaki tersebut sebagai simpatisan/pendukung yang sangat menguntungkan, karena muzaki secara natural menjadi promotor lembaga kepada orang lain, hal ini dapat berpengaruh terhadap citra lembaga yang dapat mempengaruhi masyarakat yang dengan senang hati mendukung dan memberikan donasinya.

Menurut (Anjelina dkk., 2020) syarat orang yang berzakat (muzakki) yakni Islam, merdeka, baliqh dan berakal, seseorang yang sudah bekecukupan serta harta yang sudah memenuhi hisab. Menurut (Wicaksono, 2022) Sasaran fundraising yang memiliki bermacam-macam latar belakang mengharuskan pengelola mampu memilih program yang baik agar calon muzaki tertarik untuk berdonasi. Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan juga memperhatikan sasaran muzaki, berdasarkan wawancara muzaki yang dipilih harus sesuai dengan kriteria muslim yang wajib berzakat, selain itu ditujukan juga pada orang-orang, Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) serta lembaga dan unit usaha diluar Muhammadiyah yang dipandang mampu dan sudah terbiasa dalam berzakat maupun bersedekah, hal ini dikhususkan kepada calon muzaki yang berada pada ruang lingkup Lazismu Wirobrajan.

Selain sasaran muzaki hal terpenting lainnya ialah strategi yang digunakan dalam kegiatan *fundraising*. Strategi dimaksudkan untuk mengoptimalkan penghimpunan dana sesuai dengan kondisi lingkungan. Lembaga zakat harus terus berupaya melakukan inovasi baru dalam mengoptimalkan strategi *fundraising* secara *online* maupun *offline*. Contohnya, strategi langsung (*direct fundraising*) yang memakai media komunikasi untuk menghasilkan tanggapan atau donasi. Sedangkan Strategi tidak langsung (*indirect fundraising*) ialah berbagai macam kegiatan yang dilaksanakan dengan memanfaatkan program secara tidak langsung yang diharapkan menghasilkan tanggapan (Naula & Anwar, 2021). Dalam hal penghimpunan zakat, infak dan sedekah diketahui Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan menggunakan strategi langsung dan tidak langsung, hal tersebut disampaikan oleh Ibu Sri Sumilir selaku Kepala Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan menyatakan sebagai berikut:

“Jadi cara yang kami pakai itu memang dengan cara langsung bertemu dengan calon muzaki, lalu yang kedua memakai metode hmmm apa ya online ya mba, artinya kita memakai sosial media yaa secara tidak langsung itu yang kita terapkan. Yang berikutnya ada karna himbauan ya dengan himbauan jadi himbauan yang bekerja sama dengan Pimpinan Cabang Muhammadiyah Wirobrajan “(S. Sumilir & S. Purwatinah, komunikasi pribadi, 17 Maret 2023)

1. Strategi Langsung (*direct fundraising*)

Strategi langsung ialah strategi yang melibatkan partisipasi muzaki secara langsung (*direct fundraising*). Hal ini, meliputi proses interaksi serta respon muzaki secara

langsung, sebagai contoh ialah: *direct mail*, *telefundraising* dan pertemuan langsung (Nopiardo, 2017).

Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan diketahui memiliki strategi langsung (*direct fundraising*) berupa pembayaran manual yang dapat dilakukan langsung oleh muzaki kepada para amil yang berada di kantor, serta bertemu langsung kepada calon muzaki yang telah memenuhi syarat, seperti kantor yang dibantu oleh Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Wirobrajan akan menyampaikan maksud dan tujuannya, kemudian apabila calon muzaki menyetujui kesepakatan maka kantor layanan akan memberikan media untuk berdonasi. Hal tersebut juga dijelaskan oleh kedua pengurus Lazismu Wirobrajan, beliau menyatakan:

“Untuk Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) dilakukan pendekatan secara langsung yang dikumpulkan bersama dengan Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM), lalu kita sampaikan maksud kita seperti apa yang akan kita harapkan dan itu kita sampaikan disitu untuk berikutnya. Untuk waktu berikutnya kita tinggal memberikan tindak lanjutnya. Seperti kaleng filantropi yang diletakkan di sekolah-sekolah, secara langsung dengan pendekatan masjid menyalurkan sebagian infak Jum’at ke kantor, pengiriman proposal program Lazsimu ke muzaki secara langsung, meletakkan kaleng filantropi muzaki dan relawan untuk menjemput ZIS” (S. Sumilir & S. Purwatinah, komunikasi pribadi, 17 Maret 2023).

Strategi *Fundraising* yang dilakukan secara langsung (*direct fundraising*) Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan meliputi:

1. Melalui Tabungan Filantropi, yakni pengumpulan zakat infak dan sedekah dengan cara penempatan kaleng filantropi di setiap rumah muzaki pada tiap-tiap Ranting Muhammadiyah Wirobrajan.
2. Tabungan Filantropi Dikdas (kerjasama sekolah), ialah pengumpulan zakat infak dan sedekah melalui tabungan yang dibagikan ke seluruh murid, kemudian akan di serahkan ke kantor layanan dengan durasi per-semester. Pada saat ini Kantor Layanan Lazsimu Wirobrajan sudah membagikan kurang lebih 800 tabungan filantropi pada SD Muhammadiyah Wirobrajan 1, 2 dan 3.
3. Kotak Filantropi, ialah penempatan kotak zakat, infak dan sedekah pada Amal Usaha Muhammadiyah. Pada saat ini Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan sudah memiliki satu kotak Filantropi dan SMA 7 Muhammadiyah Wirobrajan.
4. Melalui Takmir masjid, yakni bentuk pegumpulan zakat, infak dan sedekah masyarakat Pimpinan Cabang Muhammadiyah Wirobrajan melalui perantara masjid. Pihak masjid akan menampung zakat, infak dan sedekah kemudian akan diserahkan pada kantor Layanan Lazsimu Wirobrajan setiap bulannya, hingga kini sudah 39 masjid.
5. Melalui Jemput Zakat, yakni pengurus Kantor Layanan Lazismu menjemput zakat secara langsung ke kediaman muzaki. Pada saat ini hanya terdapat 2 muzaki yang melakukan donasi melalui media ini.
6. Secara manual, yakni muzaki dapat berzakat maupun bersedekah secara langsung dengan datang ke Kantor Layanan Lazsimu Wirobrajan.
7. *Direct Mail*, yakni Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan melakukan penawaran tertulis yang ditujukan kepada donatur, hal tersebut dapat berupa surat maupun proposal yang memuat program-program kantor layanan, contohnya pada program Kado Ramadhan serta pelayanan *ambulance* gratis.

Selain pertemuan dengan muzaki langsung, peneliti juga menemukan model *fundraising* melalui media telepon atau *telefundraising* melalui nomor 081336476023 selama observasi. Yakni Kantor Layanan Lazismu melakukan teknik ini dengan sudah mempertimbangkan syarat muzaki dan menawarkan berbagai program yang ada serta media untuk menyalurkan donasi.

2. Strategi Tidak Langsung (*indirect fundraising*)

Strategi ini ialah strategi yang tidak menggunakan interaksi donatur secara langsung. Muzaki mengetahui melalui media perantara (Eriani dkk., 2021). Model ini dilakukan dengan cara promosi melalui media sosial yang diharapkan dapat memperkuat citra lembaga. Sebagai contoh ialah: kampanye media, event, dan lain sebagainya (Listanti dkk., 2021). Menurut (Naim, 2018) metode *indirect fundraising* tidak melibatkan partisipasi muzaki secara langsung. Metode ini meliputi: Event dilakukan dalam rangka mengoptimalkan dana zakat melalui penyelenggaraan kerja sama; Melalui media perantara seperti media cetak, media perantara ini diharapkan mampu memberikan informasi yang dapat mengenalkan lembaga zakat. Pada Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan menggunakan beberapa metode yakni penyebaran brosur dan melaksanakan Event

Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan mendistribusikan brosur yang berisikan profil Kantor Layanan, Dakwah berzakat, menghitung zakat, program penghimpunan serta pendistribusian zakat dan nomor rekening Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan. Jika brosur diserahkan langsung kepada calon muzaki maka ini termasuk strategi langsung, tetapi jika calon muzaki mendapatkan melalui perantara maka hal ini termasuk strategi tidak langsung. Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan juga melakukan kegiatan yang dimaksudkan untuk mengenalkan atau mempromosikan keberadaan Kantor Layanan kepada khalayak. Contoh yang dilakukan ialah Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan mengadakan pengajian yang mengundang para calon muzaki. Selain melalui media diatas menurut (Yuliar, 2021) Lembaga zakat di era digital sekarang harus mampu mengimbangi tantangan revolusi industri 4.0 yang menggambarkan kemudahan akses informasi dan kepraktisan berbasis teknologi. Selain itu adanya faktor penyebaran virus corona yang mengakibatkan pemerintah yang menerapkan kebijakan *lockdown* pada tahun 2020 sampai 2021 menyebabkan lembaga zakat harus dalam penghimpunan dana (Syovi'ah & Qomar, 2022). Penghimpunan dana melalui media sosial merupakan salah satu bentuk *digital fundraising* yang mampu menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan penghimpunan serta menjadi strategi baru bagi lembaga zakat dalam mengoptimalkan perubahan zaman.

Salah satu model *indirect fundraising* yang dilakukan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan ialah kampanye media sosial, media sosial ini memuat berbagai macam aktivitas seperti sosialisasi penyampaian program rutin, seruan bersedekah, open donasi melalui flyer maupun stiker yang kemudian akan di sampaikan kepada muzaki, dan lain sebagainya. Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan menggunakan beberapa media sosial.

Media sosial yang di gunakan Lazismu Wirobrajan adalah *Instagram*. Pada media sosial *Instagram* ini Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan melakukan fundraising dengan cara mengunggah flyer atau stiker tentang program rutin maupun open donasi, adukasi tentang zakat, infak dan sedekah, info grafis penghimpunan dan penyaluran dana, selain itu juga memuat berbagai foto-foto baik program serta penghargaan kantor

layanan, serta info rekening untuk menyalurkan zakat, infak dan sedekah. Selain Instagram Layanan Lazismu Wirobrajan dilakukan melalui *Whatsapp*. Melalui media ini Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan aktif memberikan info-info terkait program yang sedang berlangsung, seperti pada program kebencanaan/open donasi yang sedang terjadi dan lain sebagainya. Pada media ini Kantor Layanan juga melakukan konfirmasi penghimpunan serta penyaluran dana zakat, infak dan sedekah kepada muzaki tetap.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Nanda, 2022) yaitu strategi fundraising zakat pada BAZNAS Provinsi Sumatera Barat dilakukan melalui 2 metode yakni melalui media *online* dan *offline* atau *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. BAZNAS Provinsi Sumatera Barat melaksanakan fundraising dengan cara pemanfaatan media cetak, pemanfaatan media *online*, melakukan sosialisasi zakat, dan melakukan layanan jemput zakat.

Faktor Faktor Pendukung dan Penghambat dalam proses *fundraising* di Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan

Dalam melaksanakan kegiatannya lembaga harus melakukan manajemen strategi yang berguna untuk mengarahkan pekerjaan. Dari perencanaan hingga penyalurannya harus dilakukan dengan hati-hati (Rahayu, 2021). Seperti halnya Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan yang sudah memiliki manajemen yang baik yakni diketahui melakukan pencatatan dana. Dana yang masuk secara langsung dapat diketahui otomatis apakah masuk dalam kategori dana zakat, infak maupun sedekah. Kantor Layanan yang menjaga kepercayaan muzaki dengan mengikuti audit di setiap tahunnya. Selain itu, program penyaluran dalam mengatasi kemiskinan dengan baik disampaikan dengan memberikan laporan baik dari media sosial maupun brosur yang memuat program pendidikan, kesehatan, sosial kemanusiaan, ekonomi, sosial dakwah. Dari berbagai program tersebut Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan memiliki program unggulan yakni program kesehatan dan program pendidikan. Program unggulan ini berhasil memberikan manfaat sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat lingkungan Wirobrajan. Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan juga memanfaatkan media masa dan juga rekening bank untuk memberikan pemahaman para calon muzaki untuk memahami zakat, infak dan sedekah, memberikan bukti kepercayaan terhadap muzaki dengan menyebarkan informasi- informasi penting terkait lembaga, serta mempermudah calon muzaki memberikan donasinya.

Keunggulan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan dalam melakukan manajemen strategi yang diterapkan pada awal mula pendirian hingga saat ini menjadikan faktor pendukung Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan dalam menghimpun dana zakat, infak dan sedekah. Selain pada manajemen strategi yang diterapkan adanya faktor pendukung lainnya juga sangat penting bagi penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah. faktor-faktor pendukung yang dapat membantu atau mempengaruhi muzaki dalam menyalurkan zakatnya (Nugroho dkk., 2021) Yakni, letak Kantor Layanan Lazsimu Wirobrajan juga diketahui sangat strategis dan mudah ditemukan yakni berada pada lingkungan dengan pertokoan serta Amal Usaha Muhammadiyah (AUM). Adanya pengaruh seorang tokoh serta relawan serta Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Wirobrajan senantiasa bersinergi dengan baik.

Adapun faktor pendukung dalam proses penghimpunan dana faktor lainnya yang dapat mempengaruhi ialah faktor penghambat atau hambatan yang dialami dalam proses fundraising. Hambatan ialah suatu rintangan yang dialami oleh suatu lembaga dalam

melaksanakan operasionalnya, hambatan ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat timbul kapan saja, Faktor penghambat ini dapat menjadikan strategi *fundraising* tidak berjalan secara optimal (Ramadhan dkk., 2021).

Dari hasil observasi peneliti, rintangan yang dialami oleh kantor layanan terkait proses penghimpunan dana baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM). Menurut (Agita & Anwar, 2021) Hambatan terbesar ialah sumber daya manusia (SDM) yang terbatas serta kurangnya keprofesionalan lembaga. Hal ini dapat mengganggu tahapan pengorganisasian. Seperti pada kantor Layanan Lazismu Wirobrajan yang memiliki amil zakat dengan umur yang sudah tidak produktif lagi. Hal ini, menyebabkan kegiatan lembaga menjadi lebih lambat. Sesuai penuturan kepala kantor dan bagian administrasi menyatakan bahwa

“Sumber Daya Manusia pada kantor layanan belum mencukupi dengan proses fundraising yang benar-benar membutuhkan waktu serta tenaga yang sangat banyak, sehingga proses fundraising masih dilakukan semampunya saja” (S. Sumilir & S. Purwatinah, komunikasi pribadi, 17 Maret 2023).

Sehingga hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan memiliki hambatan dalam *fundraising* yang sebagian besar disebabkan oleh tidak adanya Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional. Tetapi hal ini tidak menyurutkan kantor layanan untuk terus melakukan penghimpunan dana seefektif mungkin. Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan memiliki beberapa faktor pendukung dalam mengatasi hambatan ini, diantaranya ialah (1) lembaga yang sudah melakukan strategi manajemen yang baik sehingga dapat mempermudah pekerjaan; (2) menjaga kepercayaan muzaki dengan mengikuti audit; (3) adanya program penyaluran dalam mengatasi kemiskinan; (4) adanya pemanfaatan media masa serta rekening bank; (5) letak kantor yang strategis; (6) adanya pengaruh seorang tokoh, relawan serta peran Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Wirobrajan.

4. KESIMPULAN

Penghimpunan zakat infak dan sedekah pada Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan sudah baik, hal ini ditandai dengan adanya kenaikan penerimaan dana dari tahun ke tahun. Diketahui Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan menggunakan metode langsung (*direct fundraising*) dan Metode tidak langsung (*indirect fundraising*). Strategi langsung (*direct fundraising*) yang digunakan kantor layanan meliputi: *direct mail*, *telefundraising* dan pertemuan langsung. Sedangkan strategi secara tidak langsung (*indirect fundraising*) yang digunakan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan yakni kampanye media sosial dengan *Whatsapp* dan *Instagram*, serta menyebar brosur dan mengadakan event. Dalam melaksanakan strategi tersebut kantor layanan Lazismu Wirobrajan juga memperhatikan sasaran muzaki baik dengan syariat islam maupun latar belakang muzaki. Selain proses penghimpunan kegiatan manajemen strategi juga sangat penting, hal ini berguna dalam mempermudah perencanaan dan penyaluran yang harus dilakukan dengan kehati-hatian sesuai dengan UU No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Hal ini ditandai dengan lembaga yang melakukan strategi manajemen yang baik sehingga dapat mempermudah pekerjaan, menjaga kepercayaan muzaki dengan mengikuti audit, program penyaluran dalam mengatasi kemiskinan yang jelas serta menarik, serta lokasi yang strategis. Selain dari pada itu, pengaruh manajemen yang baik dapat menjadi faktor pendukung penghimpunan dana. Faktor

pendukung lainnya ialah letak kantor yang strategis, adanya pengaruh seorang tokoh, relawan serta peran Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Wirobrajan. Selain faktor pendukung, terdapat faktor penghambat juga mempengaruhi penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah. Hambatan dalam *fundraising* Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan sebagian besar disebabkan oleh tidak adanya Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional, hal ini ditandai dengan amil zakat yang tidak lagi berada pada usia produktif sehingga hal tersebut menghambat berjalannya lembaga zakat. Untuk penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah yang cocok dalam memaksimalkan penghimpunan dalam keadaan Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan yakni pemaksimalan media sosial dan mengadakan metode pembayaran non-tunai yang diharapkan dapat mempermudah muzaki dalam mendonasikan dananya, dengan kantor Layanan Lazismu Wirobrajan mengatasi kurangnya sumber daya manusia (SDM).

5. REFERENSI

- Agita, G., & Anwar, Moch. K. (2021). Strategi Manajemen Fundraising Wakaf Oleh Lembaga Wakaf Al-Azhar Dalam Optimalisasi Wakaf Uang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p1-12>
- Anjelina, E. D., Salsabila, R., & Fitriyanti, D. A. (2020). Peranan Zakat, Infak dan Sedekah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jihbiz jurnal ekonomi keuangan dan perbankan syariah*, 4(2), 136–147. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v4i2.859>
- Anwar, A. Z., Rohmawati, E., & Arifin, M. (2019). *Strategi fundraising zakat profesi pada organisasi pengelola zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara*. 2.
- Billah, M. W., Mustofa, H. M., & Khalimi. (2020). Peran Lembaga Amil Zakat, Infak Dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Periode 2016-2018. *DIRHAM Jurnal Ekonomi Islam*, 1(01), 58–69.
- Eriani, E., Arsyad, M., & Napitupulu, R. M. (2021). Penghimpunan dan Distribusi Dana Zakat BAZNAS Daerah. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 1(1), 33–43. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v1i1.3531>
- Guntur, Sunantri, S., & Rafik, A. (2021). Strategi Fundraising Dan Filantropi Dalam Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Di Kabupaten Sambas. *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin Jurnal Kajian Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 6(02), 103–115.
- Hasfizetty, I., & Yafiz, M. (2021). *Analisis Fundraising Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Langkat*. 5.
- Listanti, M., Nurdin, R., & Hasnita, N. (2021). *Analisis Strategi Fundraising Dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat Di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat*. 2(1).
- Manaf, A., Sari, R. L., & Maskudi, M. (2021). Optimalisasi Penggunaan Metode Fundraising Dalam Memperoleh Dana Zakat, Infaq dan Shodaqah. *lab*, 5(02), 83–98. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i01.389>
- Naim, A. H. (2018). Problematika Fundraising Di Lazisnu Kudus. *Ziswaf Jurnal Zakat dan Wakaf*, 5(02), 277–296. <http://dx.doi.org/10.21043/ziswaf.v5i2.4581>
- Nanda. (2022). Strategi Fundraising Zakat Pada Baznas Provinsi Sumatera Barat Zakat Fundraising Strategy In Baznas West Sumatra Province. *ZAWA: Management of Zakat dan Waqf Journal*, 2(2), 1–11. <http://dx.doi.org/10.31958/zawa.v2i2.8401>

- Naula, N. C., & Anwar, A. Z. (2021). Strategi Komunikasi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat Untuk Peningkatan Perolehan Zakat. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 4(4). <https://doi.org/10.21111/jiep.v4i4.7625>
- Nopiardo, W. (2017). *Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar*. 1.
- Nugroho, A., Ahmad, A., & Wijoyo, W. (2021). Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 77–85. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i01.179>
- Putra, T. W. (2021). Fundraising Strategies In The National Board Of Zakat (BAZNAS) Tana Toraja Regency. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 8(2), 168. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v8i2.11786>
- Rachmasari1, Y., Nulhaqim, S. A., & Apsari, N. C. (2016). Penerapan Strategi Fundraising Di Save The Children Indonesia (Fundraising Strategy Implementation In Save The Children Indonesia). *Share: Social Work Jurnal*, 6(01), 51–79.
- Rahayu, R. (2021). Strategi Pengumpulan Dana (Fundraising) Zakat Pada Amil Zakat Dompot Dhuafa Riau. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 49–61. <https://doi.org/10.36341/al-amwal.v10i1.201>
- Ramadhan, N. H., Hakim, R., & Muslikhati, M. (2021). Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(01), 63–72. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i01.2133>
- Sanusi, A., & Chaerani, Y. (2018). Strategi Fundraising Dalam Peningkatan Penerimaan Dana Zakat Infaq Shadaqah Di Zakat CentER Thoriqotul Jannah Cirebon. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM)*, 1(1), 61–74.
- Sugiyono. (2022). *Dalam Metode Penelitian Kualitatif* (5 ed.). Alfabeta.
- Sumilir, S., & Purwatinah, S. (2023, Maret 17). *Strategi Fundraising Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan* [Komunikasi pribadi].
- Suwandi, A., & Samri, Y. (2022). Peran LAZISMU (Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Sadaqah Muhammadiyah) dalam Mengentaskan Kemiskinan Masyarakat Kota Medan. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 3(2), 15–30. <https://doi.org/10.15642/mzw.2022.3.2.15-30>
- Syovi'ah, N. M., & Qomar, M. N. (2022). *Strategi Digital Fundraising ZISWAF Di Era Pandemi Covid-19 Pada Lembaga Yatim Mandiri Kudus*. 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v3i1.5143>
- Wahyu, A. R. M., & Anwar, W. A. (2020). Sistem Pengelolaan Zakat Pada Baznas. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 12–24. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.31>
- Wicaksono, E. (2022). Fundraising Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Cakruk Pintar di Desa Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta. *JSCE: Journal of Society and Continuing Education*, 1(3), 322–332.
- Yuliar, ade. (2021). Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat Di Era Digitalisasi. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 2(1), 65–76. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v2i1.3222>