

Analisis Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) pada LAZ Dompot Dhuafa

Reza Firdausi, Zamakhsyari Cenna, Adhi Nur Muhammad, Lian Fuad

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur
60237

Korespondensi penulis: rezafirda39@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the fundraising strategy at LAZ Dompot Dhuafa used to increase the funds of Zakat, Infak and Alms. This research method uses qualitative analytical methods with a field research model. The data sources use primary and secondary data sources. This research uses a descriptive analytical approach. Data collection techniques use interviews, observation and documentation. Data processing techniques are carried out by data collection, data reduction, data presentation, conclusion and verification. This research resulted that LAZ Dompot Dhuafa uses 6 main elements, namely, Officers, Funds, Services, Equipment, Methods, and Donors. The fundraising method uses direct and indirect fundraising.*

Keyword: *Fundraising Strategy, Zakat, Infak, Sedekah, Dompot Dhuafa*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi fundraising pada LAZ Dompot Dhuafa yang digunakan meningkatkan dana Zakat, Infak dan Sedekah. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif analitatif dengan model penelitian lapangan. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitik. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penyimpulan dan verifikasi. Penelitian ini menghasilkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa menggunakan 6 unsur utama yaitu, Petugas, Dana, Jasa/Pelayanan, Peralatan, Metode, Donatur. Metode fundraising menggunakan direct and indirect fundraising.*

Kata kunci: *Strategi Fundraising, Zakat, Infak, Sedekah, Dompot Dhuafa*

LATAR BELAKANG

Sebagai negara dengan tingkat populasi masyarakat muslim terbesar di dunia, kehidupan sehari-hari bangsa Indonesia tidak terlepas dari pengaruh budaya islam dalam kegiatan sehari-harinya. Tingginya populasi masyarakat muslim di Indonesia, berpengaruh positif terhadap jumlah potensi dana zakat, infak, dan sedekah yang dapat dikumpulkan dan dikelola. Dalam optimalisasi perolehan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah diperlukan sebuah perencanaan yang baik oleh lembaga pengelola zakat.

Perencanaan digunakan untuk mencapai tujuan lembaga dengan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki, perumusan strategi, dan perumusan kegiatan apa saja yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan lembaga. Sebagai pengelola zakat, lembaga zakat memerlukan adanya peningkatan melalui strategi pengembangan agar sistem pengelolaan dan pemanfaatannya

dapat berjalan secara efisien, efektif, dan proporsional, sehingga berdampak pada peningkatan taraf hidup perekonomian masyarakat (Maisiyah and Rahman 2022).

Fundraising sebagai kunci utama lembaga pengelola zakat untuk menentukan keberlanjutan dan keberhasilan program-program yang terdapat pada lembaga tersebut. Untuk mencapai target dari fundraising yang ditentukan, diperlukannya sebuah strategi. Strategi menjadi kepentingan perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan (Siregar and Kholid 2019). Untuk memperoleh dana yang maksimal dari potensi yang ada agar program-program pada lembaga dapat dilaksanakan dan berlanjut, lembaga pengelola zakat perlu untuk merancang strategi penghimpunan yang tepat agar dana terserap secara optimal. Strategi penghimpunan dapat mendorong pengelolaan dan ZIS dalam meningkatkan dana yang diterima sehingga lebih banyak mustahik yang dapat menerima manfaat di berbagai bidang seperti perekonomian, pendidikan, kesehatan, sosial kemanusiaan, dan dakwah.

Terdapat berbagai lembaga, baik lembaga sosial dan lembaga pengelola zakat yang memiliki tujuan atau visi dan misi yang serupa. Namun, yang membedakan lembaga-lembaga ini adalah strategi dan rencana program yang dilakukan. Dalam teori strategi penghimpunan, terbagi menjadi tiga bentuk yaitu: *Below the Line*, *Above the Line*, dan Aliansi. Strategi *Below the Line* merupakan strategi yang dilakukan secara langsung kepada muzakki tanpa melalui perantara atau perangkat apapun, seperti membuka *booth* di area yang dinilai strategis. Strategi *Above the Line* merupakan strategi penghimpunan yang menggunakan media massa baik media cetak maupun elektronik. Sedangkan strategi Aliansi merupakan strategi dimana lembaga melakukan kerja sama dengan pihak lain (Huda and Heyka 2010).

Kegiatan fundraising yang dilakukan oleh lembaga amil zakat dilakukan dengan sosialisasi dan promosi. Kegiatan sosialisasi merupakan kegiatan dimana pihak lembaga menjelaskan mengenai zakat, infak, dan sedekah yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat yang memiliki potensi sebagai muzakki untuk menyalurkan dananya. Sedangkan kegiatan promosi merupakan kegiatan dimana lembaga menjelaskan atau mempromosikan keunggulan yang dimiliki oleh lembaga tersebut dalam pengelolaan dan penyaluran dana yang telah mereka kumpulkan. Dengan adanya kegiatan promosi ini, diharapkan mampu menarik minat masyarakat untuk menyalurkan dananya kepada lembaga.

Salah satu lembaga pengelola zakat di Indonesia yaitu Dompot Dhuafa, sebuah organisasi yang berdedikasi untuk mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum Dhuafa melalui dana ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) dan dana halal dan legal lainnya, baik dari perseorangan, kelompok, perusahaan atau institusi). Pada metode penghimpunan secara modern, Dompot Dhuafa Jawa Timur memanfaatkan kemajuan teknologi digital yang berbasis e-wallet dan kode

QR sehingga mempermudah muzaki untuk berdonasi. Selain itu, Dompot Dhuafa Jawa Timur juga memiliki DD Apps sebagai pelayanan dengan basis aplikasi dan *landing page* yang dapat diunduh di ponsel pintar. Sedangkan pada metode penghimpunan secara tradisional, Dompot Dhuafa Jawa Timur menggunakan strategi baik itu secara *below the line*, *above the line* atau aliansi, seperti; mendirikan gerai-gerai zakat, melakukan penghimpunan secara *face to face*, iklan, atau *by phone*.

Dompot Dhuafa merupakan salah satu lembaga pengelola dana zakat, infak, dan sedekah yang memiliki penerimaan dana dengan jumlah yang terbilang banyak. Pada tahun 2022, Dompot Dhuafa mampu untuk menghimpun dana sebanyak Rp 306.608.551.831 dan terdapat peningkatan jumlah penerimaan dana sebesar 1,6% dibanding tahun 2021. Adanya peningkatan ini diyakini karena adanya penerapan strategi dalam penghimpunan dana. Karena untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari *fundraising* di suatu lembaga, maka dibutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan *fundraising* maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa sehingga dapat meningkatkan penerimaan dana zakat, infak, dan sedekah.

KAJIAN TEORITIS

Strategi

Strategi merupakan rangkaian keputusan dan langkah dasar yang dirumuskan oleh manajemen puncak dan diterapkan oleh seluruh tingkatan dalam organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Suprpto 2019). Definisi lain menyebutkan bahwa strategi adalah suatu rencana komprehensif yang dirancang untuk mencapai target organisasi tersebut. Strategi bukan hanya bertujuan untuk pencapaian semata, melainkan juga untuk menjaga keberlanjutan dan ketahanan organisasi tersebut di lingkungan dalam melaksanakan aktivitas atau operasionalnya (Zulkifli, Mubarak, and Ravieq 2022). Dengan kata lain, strategi berperan sebagai instrumen kunci dalam mencapai dan memelihara tujuan organisasi.

Strategi juga mengacu pada suatu rencana yang holistik, terintegrasi, dan komprehensif yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan yang ada di lingkungan, dalam konteks ini berfokus pada lembaga amil zakat (LAZ), untuk memastikan pencapaian

tujuan melalui langkah-langkah yang sesuai dan terencana (Nugroho, Ahmad, and Wijoyo 2021).

Fundraising

Fundraising berasal dari bahasa Inggris yang berarti penghimpunan atau penggalangan dana. Terdapat dua kategori dalam *fundraising*, yaitu *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*). *Fundraising* langsung melibatkan interaksi langsung dengan muzaki, sementara *fundraising* tidak langsung berarti *fundraiser* tidak berhubungan secara langsung dengan muzaki, melainkan melalui perantara dalam penghimpunan dana zakatnya (Rahmawati and Yuniarto 2023).

Penghimpunan dana atau yang dikenal sebagai *fundraising*, merupakan suatu proses atau kegiatan yang bertujuan untuk mengumpulkan dana dan sumber daya lainnya, yang berasal dari masyarakat seperti individu, kelompok, organisasi, atau perusahaan. Dana yang terkumpul kemudian didistribusikan dan dimanfaatkan untuk memberdayakan mustahik (Zulkifli et al. 2022), serta untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga guna mencapai misi dan tujuan yang telah ditentukan lembaga tersebut. Penghimpunan dana melibatkan upaya mempengaruhi dan mengajak masyarakat atau muzakki untuk meningkatkan kesadaran, perhatian, dan motivasi sehingga mereka berkenan menyerahkan zakat, infak, atau sedekah (ZIS) kepada suatu lembaga. Selain sebagai upaya mengumpulkan dana, kegiatan utama *fundraising* juga mencakup peningkatan jumlah muzakki. Para amil yang terlibat dalam *fundraising* perlu terus meningkatkan jumlah yang berhasil dikumpulkan. Hal ini dikarenakan, melalui kegiatan *fundraising*, organisasi dapat menjaga kelangsungan dan mengelola keuangan dengan lebih baik. Dengan demikian, *fundraising* tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan finansial lembaga, tetapi juga dalam mendukung berkelanjutan dan efisiennya pengelolaan keuangan suatu organisasi.

Fundraising merupakan kegiatan krusial dalam lembaga zakat, begitu pula dengan keterlibatan masyarakat yang juga krusial, karena sumber utama harta zakat berasal dari mereka. Dengan adanya *fundraising*, lembaga zakat mampu untuk bertahan. Hal ini dikarenakan, dana yang diperoleh oleh lembaga dapat digunakan untuk keberlangsungan lembaga. Contohnya digunakan untuk biaya operasional, program, gaji karyawan atau amil, dan lain sebagainya. Selain itu, dapat mengurangi ketergantungan terhadap pihak lain, karena ditemukan organisasi kemanusiaan hanya bergantung kepada donatur yang itu-itu saja. Hal tersebut menyebabkan lembaga memiliki ketergantungan kepada donatur tersebut, sedangkan kita tidak dapat memprediksi apa yang akan terjadi kepada donatur tersebut dimasa yang akan mendatang. Oleh

karena itu, *fundraising* dimanfaatkan sebagai pembuka jaringan donatur yang lebih banyak dan luas lagi.

Fundraising juga dapat bermanfaat sebagai sarana untuk mengembangkan dan memperluas lembaga. Penggalangan dana dapat menciptakan *sustainability* pada lembaga. Penggalangan dana tidak hanya ditujukan untuk hari esok atau tahun depan, tetapi dengan sistem yang dikelola dan dimanfaatkan dengan baik dan perencanaan yang tepat lembaga dapat melangsungkan kegiatannya hingga masa yang akan datang. Yang terakhir, *constituency* dapat dikembangkan dengan fundraising, sehingga lembaga tidak hanya memperoleh bantuan dana namun juga dukungan secara legal dan lain-lain yang akan berdampak kepada eksistensi relawan di lembaga. Sehingga, *fundraising* ZIS memerlukan berbagai strategi yang terencana agar tujuan penyaluran zakat dapat tercapai dengan optimal.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka strategi *fundraising* dapat diartikan sebagai suatu konsep kegiatan yang disusun oleh lembaga atau organisasi dalam melaksanakan fundraising dengan persuasi atau membujuk masyarakat agar mau menyalurkan dana yang dimilikinya, baik berupa uang, hadiah, atau derma melalui lembaga, sehingga rencana program yang telah dirancang dapat diimplementasikan. Dengan melaksanakan program tersebut, lembaga atau organisasi dapat mewujudkan visi-misi dan mencapai tujuan yang diinginkan. Selain itu, lembaga pengelola zakat juga mempunyai jaminan untuk memperkuat dan mengembangkan eksistensinya.

Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS)

Secara bahasa, zakat berarti tumbuh (*numuww*) dan bertambah (*ziyadah*). Dalam lisan al-Arab, kata *zaka al-zar* artinya tanaman itu tumbuh dan berkembang. Kemudian dalam kata *zakat alnafaqah* berarti nafkah seseorang akan tumbuh dan berkembang jika diberkati dengan memberikan zakat. Secara konseptual, zakat juga terkait dengan makna *thaharah* yang berarti kebersihan atau kesucian, maksudnya mengeluarkan zakat dianggap sebagai Tindakan penyucian diri dan peningkatan pahala (Buchari, 2019). Menurut Yusuf Qardhawi, zakat dapat didefinisikan sebagai sejumlah harta tertentu yang Allah wajibkan untuk diserahkan kepada mereka yang berhak menerimanya (Qardhawi, 2004). Dalam terminologi, zakat juga diartikan sebagai kewajiban memberikan sebagian harta tertentu kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Zakat termasuk rukun Islam dan merupakan dasar bagi tegaknya syariat Islam. Oleh karena itu, kewajiban memberikan zakat menjadi hukum yang wajib bagi setiap muslim yang memenuhi syarat-syarat tertentu (Mardiantari 2019).

Infak berasal dari kata *anfaqa* yang artinya mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan tertentu dengan tujuan mendapatkan ridho Allah (Khairina 2021). Dalam pengertian

terminologis, infaq mengacu pada tindakan mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan untuk kepentingan yang dianjurkan oleh ajaran Islam. Dalam berinfaq melibatkan pemberian sesuatu kepada seseorang untuk menutupi kebutuhan, seperti makanan, minuman, dan sebagainya. Dengan kata lain, infaq yaitu mendermakan atau memberikan rezeki (karunia) atau sesuatu yang diberikan kepada orang lain dengan niat ikhlas dan semata-mata karena Allah. Tidak seperti zakat yang memiliki nisab dan waktu khusus pembayarannya, infaq tidak terikat oleh nisab dan tidak memiliki batasan waktu tertentu. Perbedaan utama antara zakat dan infaq adalah bahwa zakat dikeluarkan oleh mereka yang memiliki kewajiban zakat (*muzakki*) kepada orang yang berhak menerima zakat (*mustahik*). Infaq dapat dikeluarkan oleh siapa saja, baik yang memiliki penghasilan tinggi maupun rendah, dan infaq dapat diberikan kepada siapa pun yang membutuhkan, seperti orang tua, anak yatim, dan lainnya. Pelaksanaan infaq tidak terbatas pada ketaatan agama, melainkan lebih mencerminkan sikap kepedulian dan kemurahan hati dalam mendukung kesejahteraan sosial.

Sedekah berasal dari kata *shadaqah*, yang artinya jujur atau benar, yang merujuk pada pemberian sukarela seorang muslim tanpa adanya batasan waktu atau jumlah tertentu. Sedekah merupakan tindakan kebajikan yang dilakukan oleh seseorang dengan memberikan sesuatu secara tulus, dengan harapan mendapatkan ridha Allah dan pahala semata (Anjelina, Salsabila, and Fitriyanti 2020). Dalam terminologi syariat, sedekah memiliki makna serupa dengan infak, termasuk hukum dan ketentuan-ketentuannya. Namun, sedekah mencakup aspek lebih luas yang bersifat non-materiil, dibandingkan dengan infak yang lebih berkaitan dengan hal-hal materi atau harta. Dengan demikian, sedekah mencerminkan dimensi spiritual dan moral yang lebih luas, di mana pemberian tidak hanya dalam bentuk materi, tetapi juga melibatkan sikap jujur dan perilaku baik. Sedekah mencerminkan kepedulian sosial dan ketulusan hati, di mana seseorang memberikan kontribusi positif kepada masyarakat atau individu yang membutuhkan tanpa mengharapkan imbalan dunia, melainkan hanya mencari keridhaan Allah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan model penelitian lapangan (*field research*), yaitu sumber data diperoleh secara langsung di lokasi penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitik, yakni penelitian yang mendeskripsikan dengan jelas dan rinci mengenai fenomena yang menjadi pokok permasalahan tanpa melibatkan hipotesa atau perhitungan statistik. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk memaparkan secara menyeluruh mengenai strategi *fundraising* yang diimplementasikan oleh

LAZ Dompét Dhuafa Jawa Timur, yang berlokasi di Jl Raya Kalirungkut Blk B No. 24 Ruko Grand City Regency, Surabaya, Jawa Timur.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penyimpulan dan verifikasi

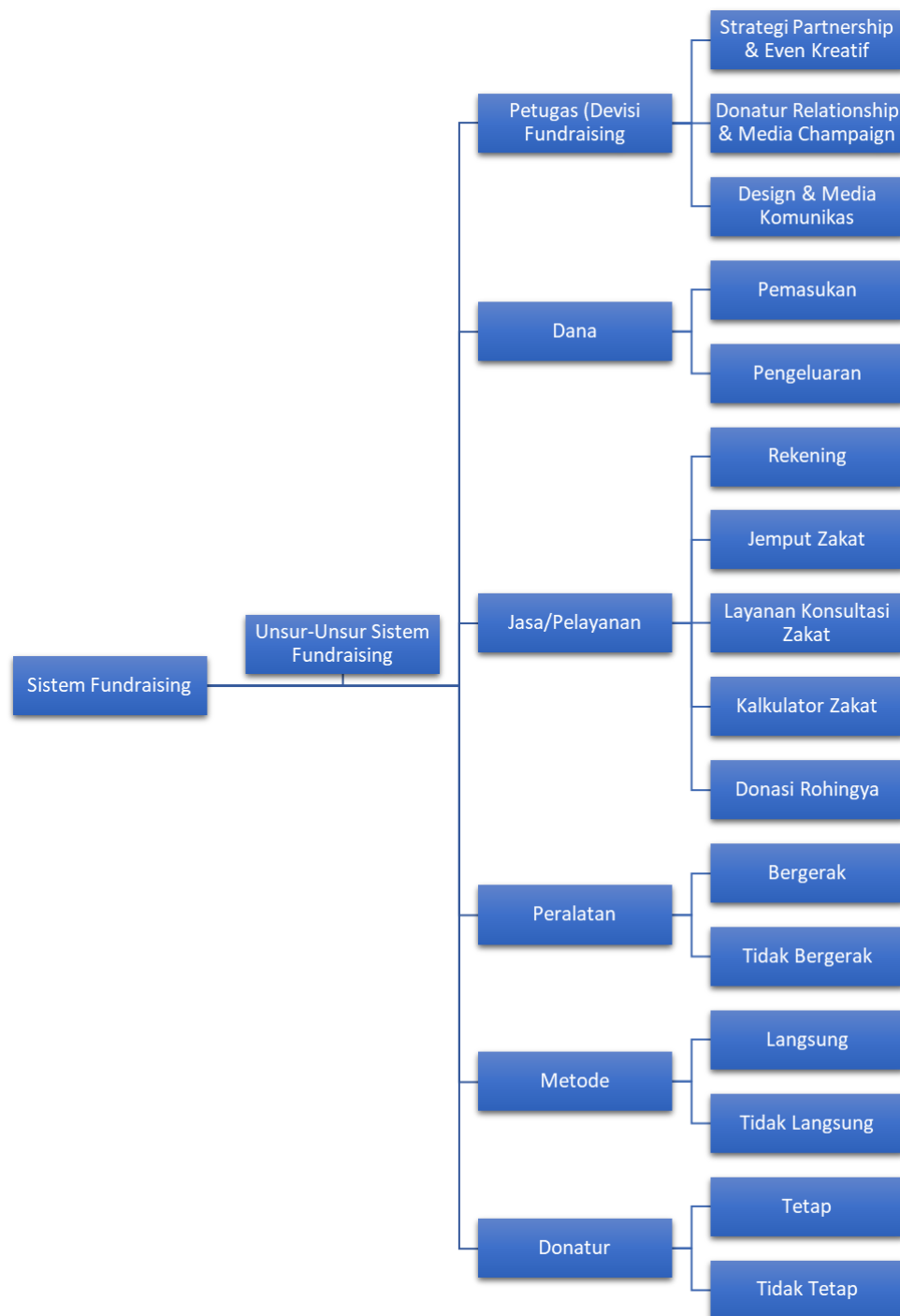
HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Fundraising Zakat Dompét Dhuafa Jawa Timur

Dalam sebuah organisasi maupun lembaga, suatu sistem *fundraising* sangatlah penting. Karena sistem *fundraising* dapat berpengaruh dalam pencapaian tujuan sebuah organisasi maupun lembaga, seperti halnya Dompét Dhuafa Jatim yang notabene adalah lembaga zakat. Suatu sistem tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya unsur-unsur sistem yang saling bekerja. Dengan adanya unsur-unsur sistem tersebut, suatu sistem *fundraising* dapat berjalan. Jika unsur-unsur sistem tidak dapat berjalan atau mendukung jalannya suatu sistem, maka suatu sistem tersebut tidak akan bekerja dengan baik. Sehingga tujuan suatu organisasi maupun lembaga tidak akan tercapai dengan maksimal.

Di Dompét Dhuafa Jatim ini, telah menerapkan sistem *fundraising*. Sistem *fundraising* di Dompét Dhuafa Jatim ini, terdiri dari beberapa unsur sistem *fundraising*. Unsur-unsur yang terdapat pada sistem *fundraising* tersebut yaitu : petugas, dana, jasa/pelayanan, peralatan, metode, dan donatur.

Bagan 1. Skema Pengumpulan Dana LAZ Dompot Dhuafa Jawa Timur



Berdasarkan skema diatas, menunjukkan bahwa unsur-unsur sistem fundraising di Dompot Dhuafa Jawa Timur bersifat terstruktur. Sistem fundraising di Dompot Dhuafa Jawa Timur dipegang oleh pimpinan. Sistem *fundraising* berbeda halnya dengan marketing. Sistem *fundraising* tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya unsur-unsur yang bekerja. Berikut ini adalah unsur-unsur yang terdapat pada sistem *fundraising* dalam Dompot Dhuafa Jatim, yaitu :

Petugas

Suatu sistem fundraising tidak akan berjalan tanpa adanya *Job Description* yang saling mendukung. *Job Description* masing-masing petugas berbeda-beda, tetapi masih satu tujuan. Tujuan dari masing-masing *Job Description* adalah agar tujuan dari lembaga Dompot Dhuafa Jatim dapat tercapai. *Job Description* setiap divisi akan dapat berjalan maksimal, jika didukung oleh seluruh petugas dalam masing-masing divisi. Setiap divisi tersebut diberi tugas oleh pimpinan. Tugas-tugas diberikan bertujuan agar setiap divisi mempunyai tugas atau tanggung jawab yang pasti. Dengan adanya tugas dan tanggung jawab yang pasti tersebut, para petugas dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan yang diberikan. Berikut tugas deskripsi divisi fundraising dan tugas-tugas per divisi :

Strategi *Partnership & Event Kreatif* mempunyai tugas pencapaian target penghimpunan ZISWAF, pencapaian donatur baru, retail, *outlet*, dan *corporate*, memaksimalkan pemanfaatan media (cetak, elektronik dan sosial media), kerjasama skala wilayah provinsi, kerjasama event komunitas hobi, kerjasama pengajian kantor, *Car Free Day* dan terlaksananya MoU kerjasama, CSR dan *outlet*.

Donatur Relationship (*Media Campaign*) mempunyai tugas memaksimalkan pemanfaatan media luar ruang, *event* kreatif untuk layanan donatur, melayani donatur baik komunikasi atau pun keluhan donatur, program penambahan kelengkapan data donatur baru dan data prospek *Design & Media Komunikasi* mempunyai tugas memaksimalkan pemanfaatan media (sosial media), desain grafis tiap tema, pengadaan buletin terbit tepat waktu

Dana

Dana Dompot Dhuafa Jatim dibagi menjadi dua yaitu, pemasukan dan pengeluaran. Dana pemasukan diperoleh dari Zakat, Infak, Shadaqah, dan Wakaf (ZISWA), pribadi atau personal dan perusahaan. Sedangkan pengeluaran digunakan untuk penyaluran dan penghimpunan. Penyaluran diberikan kepada yang membutuhkan atau yang berhak, *mustahiq* (orang yang berhak menerima zakat) sedangkan penghimpunan untuk membiayai program-program yang ada di Dompot Dhuafa Jatim sendiri. Programnya meliputi bidang sosial, ekonomi, pendidikan dan kesehatan.

Dana yang dikeluarkan melalui penghimpunan memang digunakan untuk membiayai program-program yang ada di Dompot Dhuafa Jatim, tetapi dengan cara ini sebenarnya bisa terjadi kegiatan fundraising (penggalangan dana). Semakin banyak program yang ada dan dana yang disalurkan melalui program tersebut berjalan dengan baik maka akan menarik donatur memilih Dompot Dhuafa Jatim untuk berdonasi. Karena mereka percaya dana yang telah didonasikan akan disalurkan tepat sasaran kepada mereka yang berhak menerima (*mustahiq*).

Jasa atau Pelayanan

Donatur yang akan berdonasi di Dompot Dhuafa telah disediakan beberapa macam jasa atau pelayanan yang akan memuaskan dan mempermudah dalam berdonasi. Jasa atau pelayanan yang ada di Dompot Dhuafa Jatim, yaitu: Pelayanan Pembayaran Donasi melalui Rekening, Pelayanan Jemput Zakat, Layanan Konsultasi Zakat, Kalkulator Zakat dan Donasi Rohingya. Pelayanan pembayaran donasi melalui rekening yang disediakan berjumlah 6 rekening, tidak ada penambahan dalam jumlah rekening karena setiap cabang Dompot Dhuafa hanya diberikan enam rekening saja. Tiga rekening untuk zakat dan tiga rekening untuk infaq & shadaqah. Pemisahan rekening dilakukan karena dalam syariat islam antara zakat dan infaq & shadaqah berbeda jenis hukumnya. Zakat ber hukum wajib dan harus dikeluarkan bila mencapai satu nisab sedangkan infaq & shadaqah adalah pemberian sedekah yang dilakukan secara sukarela dan hukumnya sunnah.

Peralatan

Sistem fundraising tentu memerlukan peralatan atau alat pendukung. Tanpa adanya peralatan yang mendukung dapat dipastikan akan menghambat sistem kerja setiap unsur fundraising. Adanya peralatan ini untuk mempermudah dan memperlancar dalam kegiatan fundraising. Peralatan yang ada di Dompot Dhuafa Jatim dibagi menjadi dua yaitu bergerak dan tidak bergerak. Peralatan yang bergerak meliputi kendaraan seperti motor, komputer/laptop, faxmail, telepon/handphone dan lain-lain. Sedangkan peralatan yang tidak bergerak seperti gedung kantor Dompot Dhuafa Jatim. Dompot Dhuafa Jatim saat ini akan berencana menambah peralatan bergeraknya yaitu mobil ambulans. Penambahan peralatan ini terkait dengan program kesehatan guna untuk memaksimalkan dalam segi pemberian pelayanan kepada mustahiq yang sakit dan meningkatkan sistem fundraising di Dompot Dhuafa Jatim itu sendiri.

Metode

Metode yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Timur dalam sistem fundraising adalah menggunakan metode serangan udara dan serangan darat. Serangan udara melalui televisi, radio sedangkan serangan darat melalui spanduk, pamflet, baliho. Selain itu metode yang dilakukan adalah metode langsung dan metode tidak langsung. Metode langsung (direct fundraising) adalah sistem fundraising interaktif yang menggunakan satu atau lebih media komunikasi untuk menghasilkan tanggapan atau donasi yang dapat diukur pada suatu lokasi.

Donatur

Donatur di dalam Dompot Dhuafa Jatim dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu donatur tetap dan donatur tidak tetap. Untuk kemudahan mendaftar menjadi donatur baru di Dompot Dhuafa Jatim bisa melalui dua cara, yaitu melalui sms, fax dan melalui website. Melalui website

dengan mengisi formulir. Bagi donatur tetap Dompot Dhuafa Jatim akan mendapat kiriman laporan konsolidasi informasi donasi serta program- program pemberdayaan yang dikirim sesuai kesediaan setiap bulannya dan informasi-informasi terbaru yang dibutuhkan. Ada beberapa kriteria berdonasi di Dompot Dhuafa yang bisa dipilih oleh para donatur seperti berdonasi setiap bulan, berdonasi setiap bulan selama tiga bulan , berdonasi setiap bulan selama enam bulan.

Tabel 1. Penerimaan Dana Dompot Dhuafa 2018-2022

Tahun	Jumlah Penerimaan Zakat	Pertumbuhan	Jumlah Penerimaan Infak	Pertumbuhan	Jumlah Penerimaan ZIS	Pertumbuhan
2018	156.015.369.139	0	62349.400.374	0	218364.769.513	0
2019	215.801.304.053	38,3%	95.191.515.746	51,5%	310.992.819.799	42,1%
2020	204.546.161.071	-5,2%	81.138.352.223	-14,3%	285.684.513.294	-83%
2021	212.214.505.312	3,7%	89.531.195.272	103%	301.745.700.584	5,6%

Dari data penerimaan dana yang ditemukan, menunjukkan adanya peningkatan jumlah penerimaan dana ZIS di Dompot Dhuafa. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan strategi penghimpunan di Dompot Dhuafa sudah efektif. Meskipun pada tahun 2020 terjadi penurunan penghimpunan dana dikarenakan adanya pandemi covid-19. Tetapi mulai dari tahun 2021 terjadi peningkatan penghimpunan kembali di Dompot Dhuafa.

KESIMPULAN

Sistem fundraising di Dompot Dhuafa terdiri dari 6 unsur utama, yaitu: Petugas, Dana, Jasa/Pelayanan, Peralatan, Metode, Donatur. Keenam unsur tersebut saling berkaitan dan bekerja sama untuk mencapai tujuan Dompot Dhuafa Jatim, yaitu untuk membantu masyarakat yang membutuhkan.

Petugas yang bekerja di Dompot Dhuafa memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas dan terstruktur. Tugas-tugas tersebut diarahkan untuk mencapai target penghimpunan dana ZIS (zakat, infak, sedekah, dan wakaf). Dana yang terkumpul dari donatur digunakan untuk membiayai program-program Dompot Dhuafa, seperti program pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan sosial. Program-program tersebut dirancang untuk membantu masyarakat yang membutuhkan dan meningkatkan kesejahteraan mereka. Jasa/pelayanan yang disediakan Dompot Dhuafa bertujuan untuk memudahkan donatur dalam berdonasi. Jasa/pelayanan tersebut meliputi pembayaran donasi melalui rekening, jemput zakat, konsultasi zakat, dan sebagainya. Peralatan yang digunakan Dompot Dhuafa bertujuan

untuk mendukung kegiatan fundraising. Peralatan tersebut meliputi kendaraan, komputer, telepon, dan sebagainya.

Metode fundraising yang digunakan Dompot Dhuafa meliputi metode langsung dan metode tidak langsung. Metode langsung dilakukan secara langsung kepada donatur, sedangkan metode tidak langsung dilakukan secara tidak langsung melalui program-program tertentu. Donatur di Dompot Dhuafa terdiri dari dua jenis, yaitu donatur tetap dan donatur tidak tetap. Donatur tetap berdonasi secara rutin, sedangkan donatur tidak tetap berdonasi secara tidak rutin.

Data penerimaan dana ZIS di Dompot Dhuafa menunjukkan adanya peningkatan jumlah penerimaan dana. Hal ini menunjukkan bahwa sistem fundraising di Dompot Dhuafa Jatim sudah efektif.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut beberapa saran dari kami untuk meningkatkan efektivitas sistem fundraising di Dompot Dhuafa:

Meningkatkan kualitas petugas

Petugas merupakan unsur yang penting dalam sistem fundraising. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan kualitas petugas, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap. Peningkatan kualitas petugas dapat dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan.

Meningkatkan efektivitas metode fundraising

Metode fundraising yang digunakan Dompot Dhuafa Jatim sudah cukup efektif. Namun, perlu dilakukan evaluasi dan pengembangan untuk meningkatkan efektivitas metode tersebut. Evaluasi dan pengembangan metode fundraising dapat dilakukan dengan melakukan riset dan survei kepada donatur.

Meningkatkan jangkauan donatur

Dompot Dhuafa Jatim perlu meningkatkan jangkauan donatur, baik dari segi geografis maupun demografis. Peningkatan jangkauan donatur dapat dilakukan melalui strategi pemasaran dan promosi yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, Eni Devi, Rania Salsabila, and Dwi Ayu Fitriyanti. 2020. 'Peranan Zakat, Infak dan Sedekah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat'. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* 4(2):136–47. doi: 10.33379/jihbiz.v4i2.859.
- Huda, Nurul, and Mohamad Heyka. 2010. *Lembaga Keuangan Islam : Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Khairina, Nazlah. 2021. 'Analisis Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan)'. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 4(1):160–84. doi: 10.30829/ajei.v4i1.4091.
- Maisyah, Maisiyah, and Muktir Rahman. 2022. 'Digital Marketing Dan Digital Fundraising Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Membayar ZIS Di Baznas Kabupaten Sumenep'. *Alkasb: Journal of Islamic Economics* 1(1):54–69.
- Mardiantari, Ani. 2019. 'Peranan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro (Studi Pada Lazisnu Kota Metro)'. 17.
- Nugroho, Arief, Ali Ahmad, and Wirjo Wijoyo. 2021. 'Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi Pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang'. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 6(01):77–85. doi: 10.37366/jespb.v6i01.179.
- Rahmawati, Astuti Nur, and Arif Sapta Yuniarto. 2023. 'Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi Pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta'. *Jurnal Kewarganegaraan* 7(1):813–18. doi: 10.31316/jk.v7i1.4979.
- Siregar, Siti Sahara, and Hendra Kholid. 2019. 'Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat melalui Platform E-Commerce'. *Al-Mizan : Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 3(2):74–91. doi: 10.33511/almizan.v3n2.74-91.
- Suprpto, Hery. 2019. 'Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan (Studi pada Hotel Mahkota Lamongan)'. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* 4(3):1049–60. doi: 10.30736/jpim.v4i3.271.
- Zulkifli, Arif Mubarak, and Faris Rafi Asshiddik Ravieq. 2022. 'STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT PADA LAZ NURUL FIKRI KALIMANTAN TENGAH'. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah* 4(1):54–66. doi: 10.52490/attijarah.v4i1.431.