

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Fundraising Zakat

1. Pengertian Zakat

Kata zakat ditinjau dari segi bahasa (Etimologi), merupakan kata dasar (masdar) dari kata zaka, yang mempunyai beberapa arti yaitu berkah (Al. Barokatu), al- nama (pertumbuhan dan perkembangan), al-thoharotu dan alshalahu (keberesan atau kebaikan).¹

Zakat menurut bahasa berarti berkah, tumbuh, bersih, suci, subur dan baik. Sebab zakat merupakan suatu upaya mensucikan diri dari kotoran kikir dan dosa. Menyuburkan pahala melalui pengeluaran sedikit dari nilai harta pribadi untuk kaum yang memerlukan.²

Zakat dimaksudkan untuk membersihkan harta orang lain yang termasuk dalam harta itu baik sengaja maupun tidak sengaja. Saat mengumpulkan aset, akibat persaingan tidak sehat, hak orang lain seringkali dimasukkan ke dalam aset yang kita terima. Untuk mengambil harta dari hak orang lain, zakat harus dibayar. Zakat merupakan kewajiban bagi setiap orang muslim baik laki laki maupun perempuan yang merdeka dan memiliki satu nisab atau lebih dari harta yang diwajibkan di dalamnya zakat.³ Adapun menurut istilah lain, zakat adalah suatu bentuk ibadah kepada Allah

¹ Didin Hafidhuddin, Zakat Dalam Perekonomian Modern, (Jakarta : GIP , 2002), hal 7.

² Heri Junaidi; Suyitno; Adib Abdushomad GJA, M.. *Anatomi Fiqh Zakat : Potret & Pemahaman Badan Amil Zakat Sumatera Selatan*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar : 2005) hal 8.

³ Husein As-Syahatah, Akuntansi Zakat: Panduan Praktis Penghitungan Zakat Kontemporer (Jakarta: Penerbit Pustaka Progressif, 2004), hal 9.

SWT dengan cara mengeluarkan kadar harta tertentu yang wajib dikeluarkan menurut syariat Islam dan diberikan kepada golongan atau pihak tertentu.

Wahbah Al-Zuhaili dalam kitabnya *al-fiqh al-islamy wa addilatu* mengungkapkan definisi zakat menurut beberapa ulama.⁴

- 1) Menurut Yusuf Qardhawi, zakat adalah sejumlah harta yang wajib diberikan Allah kepada orang yang berhak. Zakat adalah suatu bentuk ibadah dengan definisi tertentu, artinya menurut tata kelola harus dikelola dengan benar dan sesuai dengan syariat Islam, sedangkan penyalurannya sudah ada dalam Al-Qur'an, sehingga tidak setiap orang berhak menerima zakat.
- 2) Menurut Malikiyah, zakat adalah mengeluarkan sebagian dari harta yang telah mencapai nisabnya untuk yang berhak menerimanya, jika kepemilikannya sempurna dan mencapai haul selain barang tambang, tanaman dan rikaz (harta temuan).
- 3) Hanifiyah mendefinisikan zakat adalah kepemilikan bagian harta tertentu dari harta tertentu untuk orang atau pihak tertentu yang telah ditentukan oleh syari' (Allah SWT) untuk mengharapkan keridhaan nya.
- 4) Syafi'iyah mengartikan bahwa zakat merupakan sebutan bagi sesuatu yang dikeluarkan dari harta dan tubuh dengan takaran dan ketentuan tertentu.
- 5) Hanabilh, mendefinisikan zakat adalah hak yang wajib dalam harta tertentu untuk kelompok tertentu pada waktu tertentu.

Zakat merupakan sebagian dari harta yang dikelola oleh seseorang dan diwajibkan untuk dikeluarkan apabila syarat yang telah ditentukan telah dipenuhi. Sebagai pemilik harta (muzakki), kita wajib mengeluarkan zakat dan menyerahkannya kepada orang

⁴ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islamy wa Adillatuh*, Juz 3, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hal 1797.

yang berhak menerimanya (mustahik). Ketika harta yang memenuhi syarat nisab dan haul telah dikeluarkan zakatnya, maka harta tersebut diyakini sebagai investasi yang terus berkembang, suci dan penuh berkah. Dengan mengeluarkan zakat, seseorang akan membersihkan diri atau jiwanya dari rasa kikir dan juga membersihkan hartanya dari hak orang lain (mustahik) yang ada dalam harta yang dimaksud. Begitu pula dengan mustahik yang menerima zakat, jiwanya akan bersih dari rasa dengki dan iri hati terhadap orang yang memiliki harta.⁵

2. Dasar Hukum Zakat

Zakat adalah kewajiban yang memiliki dasar hukum kuat dalam Islam, baik dari Al-Qur'an, Hadis, maupun hukum positif di Indonesia. Berikut penjelasannya:

1) Al-Qur'an

Al-Qur'an menyebutkan zakat sebagai salah satu rukun Islam yang wajib ditunaikan oleh setiap muslim yang memenuhi syarat. Beberapa ayat yang menjadi dasar hukum zakat adalah:

Surah Al-Baqarah (2): 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Dan dirikanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.

Surah At-Taubah (9): 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

⁵ Muhammad dan Abubakar, Manajemen Organisasi Zakat, (Malang: Madani, 2011), hal 10-11.

Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Surah Al-Mu'minun (23): 4

وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ

...dan orang-orang yang menunaikan zakat.

2) Hadis

Hadis-hadis Nabi Muhammad SAW juga memperkuat kewajiban zakat, di antaranya:

a. Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim

"Islam dibangun di atas lima perkara: bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah Rasul-Nya, mendirikan salat, menunaikan zakat, berpuasa di bulan Ramadan, dan menunaikan haji."

b. Hadis Riwayat Ahmad

"Jika kamu telah menunaikan zakat harta bendamu, maka sesungguhnya telah hilang kewajibanmu terhadapnya."

3) Konsensus Ulama (Ijma')

Para ulama sepakat bahwa zakat adalah kewajiban bagi setiap muslim yang memenuhi syarat (mukallaf) dan memiliki harta mencapai nisab. Hal ini termasuk dalam perkara yang ma'lum minad-din bi dharurah (diketahui secara mutlak dalam agama).⁶

⁶ Syarifuddin Hidayat dan Ahmad Basuki, Manajemen Zakat : Dalam Pendekatan Syariah dan Manajemen Modern (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2018) hal 50-55.

4) Hukum Positif di Indonesia

Zakat diatur dalam undang-undang di Indonesia, yang menjadikannya sebagai kewajiban hukum bagi umat Islam:

- a) Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Menyebutkan zakat sebagai kewajiban agama Islam yang harus dikelola secara profesional untuk kemaslahatan umat.
- b) PP No. 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Pengelolaan Zakat Mengatur tata kelola zakat, termasuk peran Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan lembaga amil zakat lainnya.

3. Syarat dan Rukun Zakat

Rukun zakat yaitu unsur-unsur yang harus terpenuhi sebelum mengerjakan zakat. Rukun zakat meliputi orang yang berzakat, harta yang dizakatkan dan orang yang berhak menerima zakat.⁷ Seseorang yang telah memenuhi syarat untuk berzakat harus mengeluarkan sebagian harta mereka dengan cara melepas hak kepemilikannya, kemudian diserahkan kepemilikannya kepada orang-orang yang berhak menerimanya melalui imam atau petugas yang memungut zakat.⁸

Menurut Jumhur ulama, syarat wajib untuk mengeluarkan zakat adalah:

- a. Beragama islam

Hendaknya harta yang ingin dikeluarkan zakatnya berasal dari harta orang muslim, dan diberikan kepada orang muslim yang fakir atau miskin.

- b. Berakal dan dewasa

⁷ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fikih*, (CET. I Jakarta: Prenda Media 2003), 40.

⁸ Masturi Ilham, Nurhadi, *Fikih Sunnah Wanita*, (CET. XXX Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2008), 255.

Zakat diwajibkan kepada orang yang berakal sehat dan orang yang dewasa, sebab anak yang belum dewasa, dan orang yang tidak berakal tidak mempunyai tanggung jawab hukum.⁹

c. Merdeka

Para ulama sepakat bahwa zakat hanya diwajibkan kepada seorang muslim yang merdeka dan memiliki harta yang jumlahnya melebihi nisab.

d. Milik sempurna

Milik sempurna adalah kemampuan pemilik harta untuk mengontrol dan menguasai barang miliknya tanpa tercampur hak orang lain pada waktu datangnya kewajiban membayar zakat.

4. Macam-Macam Zakat

Zakat merupakan suatu kewajiban bagi yang memiliki Kemampuan harta, adapun dalam pelaksanaannya zakat dibedakan menjadi 2 yaitu:

a. Zakat Fitrah (Jiwa)

Zakat fitrah menurut Hasbi adalah kewajiban yang ditujukan untuk membersihkan jiwa manusia. Adapun waktu ditunaikannya zakat fitrah adalah satu tahun sekali pada bulan Ramadhan. Zakat fitrah dikeluarkan sesuai dengan makanan pokok daerah tertentu, seperti beras, gandum, jagung dan lain sebagainya dengan ukuran 2,5 kg.

b. Zakat Maal

Zakat Mal adalah suatu kewajiban yang bertujuan untuk membersihkan harta benda yang dimiliki. diwajibkan membayar zakat mal apabila telah memenuhi persyaratan yaitu bahwa harta yang dimiliki mencapai haul (satu tahun) dan telah mencapai nisab (ukuran tertentu). Adapun benda-benda yang termasuk zakat mal (Harta) adalah

⁹ Abdul Rahman, Al-Jazairy, *Fikih Ala madza Al Arba'ah*, (Mesir: Al kubro, 2009), 590.

binatang ternak, emas dan perak, biji makanan yang mengenyangkan (Hasil bumi), buah-buahan, harta perniagaan.¹⁰

5. Infaq dan Sedekah

Infak merupakan pengeluaran harta yang dilakukan oleh seorang muslim untuk kepentingan yang bersifat kebaikan dan kemanusiaan. Berbeda dengan zakat yang memiliki ketentuan nisab, haul, serta golongan penerima yang telah ditentukan, infak tidak terikat pada jumlah tertentu dan dapat diberikan kepada siapa pun sepanjang bertujuan untuk memperoleh ridha Allah Swt. Infak juga tidak hanya berkaitan dengan materi, melainkan dapat berupa tenaga, pikiran, atau segala bentuk pengorbanan yang bersifat memberikan manfaat sosial.¹¹

Secara praktik, infak memiliki fungsi sosial-ekonomi yang strategis, terutama dalam konteks pembangunan kesejahteraan umat. Dengan adanya infak, masyarakat terdorong untuk berpartisipasi dalam membantu sesama, mengurangi kesenjangan sosial, dan mendukung kegiatan sosial, pendidikan, maupun kemanusiaan. Karena sifatnya yang fleksibel, infak menjadi instrumen filantropi Islam yang mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sekaligus dapat menjadi pendukung keberlanjutan program-program pemberdayaan umat yang dikelola oleh lembaga zakat.¹²

Sedangkan sedekah merupakan pemberian seorang muslim kepada pihak lain secara sukarela tanpa batasan jumlah dan waktu tertentu. Secara terminologis, sedekah tidak hanya terbatas pada pemberian materi, tetapi mencakup segala bentuk kebaikan, termasuk

¹⁰ Dr.Jasmadi dkk, *Fungsi badan amil zakat nasional BAZNAS, (Laporan Hasil penelitian kelompok 2016)* hal.33-37

¹¹ Tika Widiastuti dkk., *Ekonomi dan Manajemen ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf)* (Surabaya: Airlangga University Press, 2023), 45.

¹² Kiki Hardiansyah Siregar dan Maya Andriani, *Manajemen ZISWAF: Teori dan Praktik* (Medan: Tahta Media, 2021), 62.

senyum, memberi nasihat, atau menghilangkan kesulitan orang lain.¹³ Sedekah memiliki dimensi spiritual yang kuat karena mengandung unsur keikhlasan, sehingga pelakunya meyakini bahwa harta yang dikeluarkan tidak akan berkurang, melainkan akan diganti oleh Allah Swt dengan kebaikan yang lebih besar, baik di dunia maupun akhirat.

Dalam perspektif ekonomi Islam, sedekah berperan penting sebagai instrumen distribusi kekayaan yang bersifat langsung dan cepat. Pendistribusian sedekah dapat merespon kebutuhan darurat masyarakat, seperti bantuan kebencanaan, bantuan kesehatan, dan kebutuhan sosial mendesak lainnya. Oleh karena itu, sedekah menjadi elemen yang melengkapi fungsi zakat dan infak, terutama dalam konteks penguatan solidaritas sosial dan pengentasan kemiskinan.¹⁴

Zakat, infak, dan sedekah merupakan instrumen filantropi Islam yang memiliki fungsi strategis dalam menguatkan struktur sosial dan ekonomi umat. Ketiganya sama-sama merupakan ibadah sosial, namun zakat bersifat wajib dan terikat syarat, sedangkan infak dan sedekah bersifat sunnah serta lebih fleksibel. Dalam konteks lembaga, pengelolaan ZIS menjadi komponen penting dalam membangun kepercayaan masyarakat, meningkatkan penghimpunan dana, dan memastikan manfaat ZIS tepat sasaran.

6. Strategi *Fundraising*

Secara etimologi, strategi berasal dari Bahasa Yunani, *strategos* yang berarti jenderal. Strategi pada mulanya berasal dari peristiwa peperangan yaitu sebagai sesuatu siasat untuk mengalahkan musuh. Tapi pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan termasuk untuk keperluan ekonomi, sosial, budaya, dan agama.¹⁵ Strategi dapat diartikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi dimaksudkan

¹³ Agus Arifin, Zakat, Infak, Sedekah (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011), 77.

¹⁴ Abdul Ghafar Ismail dkk., Islamic Philanthropy: Exploring Zakat, Waqf, and Sadaqah in Islamic Finance and Economics (London: Springer, 2022), 104.

¹⁵ Rafi'udin dan Djalil, Manna Abdul, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997)

dalam mempertahankan keberlangsungan organisasi.¹⁶ Dalam pengertian lain strategi juga dapat diartikan sebagai suatu himpunan dari rencana terstruktur yang dalam tujuan pelaksanaannya mencakup berbagai hal untuk kepentingan sebuah organisasi, dari tujuan hingga keberlangsungan sebuah organisasi.

Secara umum, strategi adalah cara untuk memenangkan atau mencapai tujuan. Strategi adalah serangkaian tindakan yang memerlukan sumber daya energi yang signifikan dan keputusan manajemen tingkat atas.¹⁷

Dalam Muhammad, William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif dan terpadu yang dihasilkan untuk tujuan utama organisasi dan dicapai melalui implementasi suatu organisasi atau perusahaan dengan mengintegrasikan keunggulan perusahaan dengan isu-isu lingkungan.¹⁸ Dengan demikian, strategi dapat didefinisikan sebagai mencari cara untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dan memastikan bahwa tujuan tersebut dapat dicapai secara efektif.

Strategi adalah metode komprehensif untuk menentukan cara berkompetitif, menentukan suatu tujuan yang berkeinginan untuk dicapai, dan kebijakan apa yang harus diambil untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Inti dari merumuskan strategi yang kompetitif merupakan suatu hal untuk menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Saat ini strategi sudah menjadi perbincangan umum dengan definisi sedemikian rupa untuk sebuah kepentingan organisasi atau perusahaan guna mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi juga dapat didefinisikan sebagai rencana tindakan yang menguraikan bagaimana mencapai tujuan yang ditetapkan.¹⁹

¹⁶ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar", Jurnal IMARA, Vol. 1 (1); 2017, hal 58.

¹⁷ Haudi, *Teknik Pengambilan Keputusan* (Sumatra Barat: cv. Insan Cendikia Mandiri, 2021), 23.

¹⁸ Muhammad dan Abu Bakar, *Manajemen Organisasi Zakat* (Malang: Madani Kelompok Penerbit Intrans, 2011), hal 91.

¹⁹ Yosai Iriantara, *Manajemen Strategi Public Relations*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal 17.

Sedangkan penggalangan dana merupakan kegiatan krusial bagi suatu lembaga atau organisasi sosial yang bertujuan untuk melancarkan alur program dan siklus kegiatan sehingga organisasi sosial dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Perlu dicatat bahwa penggalangan dana memainkan peran penting dalam membantu lembaga-lembaga membiayai program dan operasional sehari-hari mereka.²⁰

Penggalangan dana menurut M. Anwar Sani adalah praktik pengumpulan dana zakat, infaq, dan sedekah dari masyarakat untuk disebarkan dan digunakan untuk mustahik.²¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan penggalangan dana sebagai “proses, cara, kegiatan menghimpun, menghimpun, dan memberi”, namun Kamus Besar Bahasa Inggris-Indonesia mengartikannya sebagai “mengumpulkan dana”. Proses memperoleh uang dan sumber daya lainnya dari komunitas (serta dari individu, kelompok, organisasi, bisnis, atau negara) untuk mendanai operasional program institusi yang pada akhirnya membantu institusi memenuhi misi dan tujuannya dikenal sebagai penggalangan dana.

Fundraising didefinisikan sebagai kerangka konseptual untuk kegiatan yang berkaitan dengan penghimpunan dana masyarakat dan sumber daya lainnya yang dimaksudkan untuk membiayai kegiatan operasional suatu lembaga agar mencapai tujuannya. *Fundraising*, dalam arti bahasa, tidak hanya dipahami dalam kaitannya dengan mengumpulkan uang. Hal ini dapat dimaklumi, karena bentuk kedermawanan dan kepentingan masyarakat tidak harus berupa dana saja, namun *fundraising* dapat dilakukan melalui cara lain selain dana baru.²²

²⁰ Atik Abidah, *Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo*. 2016. Vol .10 No. 1. 168.

²¹ M. Anwar Sani, *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), 12.

²² Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf Dalam Perspektif Fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), Hal. 27

Fundraising zakat adalah proses dimana suatu komunitas atau muzaki ingin menyalurkan zakatnya. *Fundraising* zakat erat kaitannya dengan kemampuan individu, organisasi dan badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain untuk meningkatkan kesadaran, kepedulian dan motivasi membayar zakat.²³ Jadi strategi *fundraising* adalah rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mengumpulkan dana atau sumber daya dari individu, organisasi, atau kelompok untuk mendukung kegiatan, program, atau tujuan tertentu.

7. Metode *Fundraising*

Adapun kegiatan *fundraising* dalam pelaksanaannya terdapat beberapa model dan teknik yang dapat dilakukan. Dalam hal ini, pada dasarnya pengelompokan dari metode *fundraising* terdapat dua macam, yakni;

a. *Direct Fundraising*

Hal ini dapat dilihat sebagai metode penggalangan dana dimana muzakki atau donasi berpartisipasi secara aktif. Hal ini termasuk metode penggalangan dana dimana donatur atau muzakki dapat merespon dan berkomunikasi secara instan. Metodologi ini memudahkan muzakki untuk berdonasi jika masyarakat merasa terdorong untuk berdonasi setelah disosialisasikan oleh lembaga penggalangan dana karena semua informasi yang diperlukan sudah tersedia..²⁴

b. *Indirect Fundraising*

Indirect fundraising adalah metode penggalangan dana yang tidak ada hubungannya dengan keterlibatan Muzaki yang sebenarnya. Alih-alih memerintahkan muzaki untuk melakukan transaksi pada saat itu, penggalangan

²³ Ibid, hal 61.

²⁴ Rosiful Aqli Qosim, "*Fundraising* BAZNAS Kabupaten Lumajang Perspektif Tafsir dan Manajemen", Jurnal Qolamuna Vol. 4 (01); 2018, hal 97.

dana justru mengarahkan promosi dengan tujuan meningkatkan atau memperkuat reputasi organisasi atau lembaga.²⁵

Proses dimana suatu organisasi mengumpulkan uang untuk operasinya dari berbagai sumber, termasuk masyarakat, perusahaan, pemerintah, dan organisasi lainnya, dikenal sebagai manajemen penggalangan dana. Dalam hal ini, tata cara organisasi pengelola zakat mengumpulkan uang dari masyarakat untuk diberikan kepada mustahiq (penerima zakat) yang berhak menerima zakat disebut dengan pengelolaan penghimpunan dana.

8. Tujuan Fundraising

Fundraising memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1) Menghimpun dana

Menghimpun dana adalah tujuan yang paling utama dan paling mendasar dari *fundraising*. Tujuan inilah yang menjadi penyebab perlunya dilakukan kegiatan *fundraising*. Yang dimaksud dana disini meliputi barang dan jasa yang bernilai material. Kegiatan *fundraising* yang sama sekali tidak menghasilkan dana dapat dikatakan gagal walaupun memiliki keberhasilan dalam bentuk yang lain karena jika *fundraising* tidak menghasilkan dana dapat menghilangkan kemampuan lembaga dalam menjaga kelangsungan programnya dan pada akhirnya lembaga akan menjadi lemah.

2) Menghimpun calon donatur atau muzaki

Tujuan *fundraising* yang kedua adalah menghimpun calon donatur atau muzaki. Terdapat dua cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan jumlah donasi, yaitu dengan meningkatkan jumlah donasi dari setiap muzaki atau dengan meningkatkan jumlah muzaki baru. Dari kedua pilihan tersebut, meningkatkan jumlah muzaki

²⁵ Murtadho Ridwan, "Analisis Model *Fundraising* dan Distribusi Dana Zakat di UPZ Desa Wonoetingal Karanganyar Demak", *Jurnal Penelitian*, Vol. 10 No. 2; 2016, hal 301.

merupakan metode yang cenderung lebih mudah dibanding meningkatkan besaran donasi dari setiap muzaki. Karena sebab inilah, kegiatan *fundraising* harus berfokus penuh pada upaya meningkatkan jumlah muzaki.

3) Menghimpun simpatisan/relasi

Kesan positif yang didapat oleh seseorang atau sekelompok orang yang telah bersinggungan dengan aktivitas *fundraising* dari suatu lembaga, dapat menimbulkan rasa simpati terhadap lembaga tersebut. Mereka dapat menjadi simpatisan yang mendukung lembaga sekalipun mereka tidak menyalurkan dananya kepada lembaga tersebut. Pada umumnya kelompok ini secara alami akan menjadi penggerak dalam menyampaikan informasi atau kesan positif mengenai lembaga kepada orang lain. Melalui kelompok ini, sebuah lembaga akan memiliki jaringan *non formal* yang dapat menguntungkan kegiatan *fundraising* lembaga.

4) Membangun dan meningkatkan citra lembaga

Fundraising adalah garda paling depan dalam proses interaksi dan penyampaian informasi kepada masyarakat dimana secara otomatis akan membangun citra lembaga dalam diri masyarakat sehingga citra lembaga sedapat mungkin dirancang agar mampu memberi kesan yang baik. Melalui citra inilah masyarakat akan memberi penilaian terhadap lembaga yang pada akhirnya mereka akan menunjukkan sikap dan perilakunya terhadap lembaga. Apabila citra yang ditunjukkan merupakan citra yang baik, maka lembaga akan mendapat dukungan dan simpati dari masyarakat sehingga memudahkan dalam mencari muzaki. Melalui citra yang baik, lembaga dapat dengan mudah mempengaruhi masyarakat agar menyalurkan donasinya.

5) Meningkatkan kepuasan donatur/muzaki

Tujuan *fundraising* yang kelima adalah memberi dan meningkatkan kepuasan muzaki. Tujuan ini merupakan tujuan *fundraising* yang paling tinggi. Walaupun

pelaksanaannya secara teknis dilakukan sehari-hari, namun tujuan ini memiliki nilai jangka panjang. Tujuan ini menjadi penting karena kepuasan muzaki akan mempengaruhi besaran donasi yang mereka salurkan kepada lembaga.²⁶

9. Unsur-Unsur *Fundraising*

Adapun unsur dari *fundraising* adalah sebagai berikut:

- 1) Analisis kebutuhan, beberapa analisis kebutuhan bisa berupa tentang:
 - a) Donatur memberikan sebagian dana untuk membiayai program dan kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi pengelola dana ZIS, dengan tetap memperhatikan kesesuaian dengan prinsip syariah.
 - b) Selain memastikan kesesuaian dengan prinsip syariah dalam memberikan dana ZIS kepada organisasi pengelola zakat (OPZ), donatur juga membutuhkan laporan dan pertanggungjawaban dari OPZ sebagai bentuk transparansi.
 - c) Manfaat bagi kesejahteraan umat, Selain memerhatikan kesesuaian dengan prinsip syariah dan pemberian laporan pertanggungjawaban secara tepat waktu, donatur juga menilai manfaat dana ZIS yang diberikan bagi kesejahteraan umat, terutama untuk kaum dhuafa yang membutuhkan.
 - d) Pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang baik menjadi faktor penting yang mempengaruhi niat donatur dan muzakki untuk memberikan dana ZIS untuk mendukung program dan kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi pengelola zakat.
 - e) Komunikasi dan menjalin hubungan baik kepada donatur melalui silaturahmi merupakan hal yang penting dikarenakan dapat meningkatkan pendapatan dana ZIS. Dengan adanya silaturahmi dapat memberikan manfaat melalui

²⁶ Ahmad Juwaini, Panduan Direct Mail untuk Fundraising, (Depok: PIRAMEDIA, 2005) hal 5-7.

transparansi rencana dan kejelasan maksud mengenai pentingnya kegiatan dan program yang dijelaskan oleh OPZ kepada para donatur,

- 2) Segmentasi donatur atau muzakki adalah cara melihat secara kreatif donatur dan muzakki, serta individu dan organisasi serta badan hukum. Ini berarti mengenali dan memanfaatkan berbagai peluang yang terbuka di masyarakat.
- 3) Identifikasi profil donatur dan muzakki. Hal ini berfungsi untuk mengetahui lebih awal identifikasi calon donatur atau muzakki itu sendiri. Profil donatur atau muzakki yang berbentuk perseorangan ini bisa berupa biodata atau Curriculum vite (CV), sedangkan untuk donatur dan muzakki organisasi dan lembaga bisa berupa copyan profil lembaga.
- 4) Produk. Dalam pengelolaan zakat, produk tidak bisa begitu saja didefinisikan sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai seseorang dalam suatu transaksi, tetapi lebih tepat untuk mendefinisikan produk sebagai suatu kompleks yang terdiri dari atribut-atribut yang berwujud dan tidak berwujud.

10. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi *Fundraising* ZIS

Keberhasilan strategi *fundraising* dalam pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) tidak hanya ditentukan oleh perencanaan yang baik, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mendukung maupun menghambat pelaksanaannya. Faktor pendukung merupakan kondisi dan sumber daya yang memperlancar proses penghimpunan dana, sedangkan faktor penghambat adalah kondisi yang dapat mengurangi efektivitas strategi sehingga tujuan penerimaan dana tidak tercapai secara optimal.

a. Faktor Pendukung Strategi *Fundraising*

- 1) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM Amil)

Sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam keberhasilan fundraising zakat. Amil yang profesional, jujur, komunikatif, serta memahami fiqh zakat akan lebih mudah meyakinkan muzakki. Kualitas SDM mencakup kemampuan komunikasi, administrasi, pelayanan, serta penguasaan regulasi zakat.

Hafidhuddin menjelaskan bahwa amil zakat harus memiliki kompetensi, integritas, dan amanah agar pengelolaan zakat berjalan optimal.²⁷ Amil yang mampu membangun hubungan baik dengan muzakki akan menciptakan loyalitas sehingga penerimaan dana dapat meningkat secara berkelanjutan.

2) Sistem Pelayanan yang Mudah dan Nyaman

Pelayanan merupakan unsur penting dalam fundraising. Pelayanan yang cepat, mudah, dan transparan akan meningkatkan minat muzakki menyalurkan ZIS melalui lembaga. Bentuk pelayanan dapat berupa konsultasi zakat, jemput zakat, layanan transfer, QRIS, serta laporan penggunaan dana.

Menurut Mardani, kemudahan akses pembayaran dan transparansi pengelolaan dana menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi muzakki terhadap lembaga zakat.²⁸ Semakin sederhana prosedur pembayaran, semakin besar peluang peningkatan penerimaan dana.

3) Pemanfaatan Teknologi Digital

Perkembangan teknologi informasi menjadi faktor pendukung utama dalam fundraising modern. Pemanfaatan media sosial, website, mobile banking, QRIS, dan payroll system memudahkan muzakki dalam menunaikan kewajibannya.

4) Keberadaan Unit Pengumpul Zakat (UPZ)

²⁷ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, hlm. 126.

²⁸ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2015, hlm. 204.

UPZ berfungsi sebagai perpanjangan tangan BAZNAS dalam menghimpun dana ZIS di tingkat instansi, masjid, sekolah, dan lingkungan masyarakat. UPZ memudahkan proses penghimpunan karena lebih dekat dengan muzakki.

Menurut UU Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, UPZ dibentuk untuk membantu pelaksanaan pengumpulan zakat di lingkungan masing-masing. Keberadaan UPZ memungkinkan penghimpunan dana dilakukan secara rutin dan sistematis, sehingga stabilitas penerimaan dana dapat terjaga.

5) Dukungan Regulasi dan Pemerintah

Dukungan regulasi dan pemerintah daerah juga menjadi faktor pendukung fundraising zakat. Regulasi memberikan legitimasi kepada BAZNAS sebagai lembaga resmi pengelola zakat. Kerja sama dengan instansi pemerintah, khususnya terkait zakat profesi ASN, mampu memperluas basis muzakki.

6) Sosialisasi dan Edukasi Zakat

Sosialisasi bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban zakat dan manfaat penyalurannya melalui lembaga. Edukasi dilakukan melalui pengajian, seminar, media sosial, dan kegiatan masyarakat.

b. Faktor Penghambat Strategi *Fundraising*

1) Rendahnya Literasi Zakat Masyarakat

Masih terdapat masyarakat yang belum memahami jenis zakat, perhitungan zakat, serta peran lembaga zakat. Akibatnya, sebagian muzakki menyalurkan zakat secara individu tanpa melalui lembaga resmi. Rendahnya pemahaman zakat menyebabkan potensi zakat tidak tergarap maksimal oleh lembaga zakat.²⁹

²⁹ Nurul Huda dkk., *Zakat Perspektif Mikro-Makro*, hlm. 90.

2) Kurangnya Inovasi Strategi

Fundraising yang masih bersifat konvensional kurang mampu menjangkau muzakki baru. Tanpa inovasi dalam media dan metode, lembaga zakat akan tertinggal.

3) Hambatan Teknologi dan Infrastruktur

Tidak semua muzakki terbiasa menggunakan sistem digital. Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi lembaga dapat memperlambat pelayanan. Kondisi ini menyebabkan sebagian muzakki enggan menggunakan layanan digital sehingga potensi dana tidak terserap optimal.

4) Kondisi Sosial dan Ekonomi Masyarakat

Kondisi ekonomi masyarakat turut memengaruhi kemampuan membayar ZIS. Ketika pendapatan menurun, maka potensi zakat juga ikut menurun.

B. Penerimaan Dana ZIS (Zakat, Infaq, dan Sedekah)

1. Pengertian

Penerimaan dana ZIS merupakan seluruh dana zakat, infak, dan sedekah yang berhasil dihimpun oleh lembaga pengelola zakat dari para muzakki dalam periode tertentu melalui berbagai metode dan saluran pembayaran yang telah disediakan. Penerimaan dana menjadi indikator penting dalam menilai kinerja lembaga zakat, khususnya dalam fungsi penghimpunan (collection) dana dari masyarakat.

Secara konseptual, zakat, infak, dan sedekah memiliki karakteristik yang berbeda, namun dalam praktik kelembagaan ketiganya dikelola secara terintegrasi sebagai sumber pembiayaan program sosial dan ekonomi umat. Menurut Nurul Huda, penerimaan dana zakat adalah proses masuknya dana dari muzakki kepada lembaga amil yang kemudian dicatat, dikelola, dan disalurkan sesuai ketentuan syariah dan

regulasi yang berlaku.³⁰ Penerimaan dana bukan sekadar menunjukkan besarnya nominal yang terkumpul, tetapi juga mencerminkan tingkat partisipasi masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

Didin Hafidhuddin menjelaskan bahwa keberhasilan lembaga zakat tidak hanya diukur dari banyaknya program, tetapi juga dari kemampuan lembaga dalam menghimpun dana secara berkelanjutan melalui sistem yang profesional dan terpercaya.³¹ Oleh karena itu, penerimaan dana ZIS menjadi tolok ukur utama dalam menilai efektivitas pengelolaan zakat, infak, dan sedekah dalam sebuah lembaga.

b. Sumber Penerimaan Dana ZIS

Sumber penerimaan dana ZIS berasal dari berbagai pihak yang menunaikan kewajiban dan anjuran ibadah melalui lembaga zakat. Keberagaman sumber ini menuntut lembaga zakat untuk menyediakan sistem penghimpunan yang mudah diakses, transparan, dan profesional.

Menurut Ridwan, sumber dana pada lembaga amil zakat secara umum berasal dari muzakki individu, instansi pemerintah, perusahaan, serta Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang dibentuk untuk memudahkan proses penghimpunan.³² Adapun sumber penerimaan dana ZIS dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Muzakki Individu

Muzakki perorangan merupakan masyarakat yang menyalurkan zakat, infak, dan sedekah melalui layanan kantor, jemput zakat, transfer bank, maupun kanal

³⁰ Nurul Huda, *Pengelolaan Zakat Perspektif Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019) Hal 45-46

³¹ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern* (Jakarta: Gema Insani, 2012) Hal 89

³² Ridwan, *Manajemen Lembaga Zakat* (Yogyakarta: UII Press, 2016), hlm. 57-58.

digital. Kelompok ini menjadi basis utama penerimaan dana ZIS karena jumlahnya besar dan bersifat berkelanjutan.

b. Instansi Pemerintah

Instansi pemerintah, khususnya ASN, menyalurkan zakat profesi melalui UPZ. Pembentukan UPZ di lingkungan pemerintahan berperan penting dalam menjaga stabilitas penerimaan dana zakat.

c. Perusahaan atau Lembaga Usaha

Perusahaan menyalurkan zakat perusahaan maupun dana sosial melalui kerja sama dengan BAZNAS. Menurut Nurul Huda, zakat perusahaan memiliki potensi besar dalam meningkatkan penerimaan dana zakat nasional.

d. Unit Pengumpul Zakat (UPZ)

UPZ dibentuk di masjid, sekolah, kampus, kantor, dan organisasi. Keberadaan UPZ membantu BAZNAS menjangkau muzakki yang sulit diakses secara langsung.

e. Kanal Digital dan Masyarakat Umum

Perkembangan teknologi menghadirkan sumber penerimaan baru melalui QRIS, mobile banking, dan media sosial. BAZNAS RI menjelaskan bahwa digitalisasi penghimpunan mempermudah muzakki sekaligus memperluas jangkauan penghimpunan dana.³³

Dengan pengelolaan sumber penerimaan yang baik, lembaga zakat dapat meningkatkan jumlah dana yang dihimpun sekaligus memperluas jaringan muzakki secara berkelanjutan.

³³ BAZNAS RI, *Outlook Zakat Indonesia* (Jakarta: BAZNAS, 2023), hlm. 34–35.

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dana ZIS

Penerimaan dana ZIS tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal lembaga. Faktor-faktor tersebut menentukan keberhasilan penghimpunan dana dari masyarakat.

Ascarya menyebutkan bahwa keberhasilan penghimpunan dana pada lembaga keuangan syariah sangat dipengaruhi oleh strategi, kualitas pelayanan, sistem, serta kondisi lingkungan masyarakat.³⁴ Dalam konteks lembaga zakat, faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dana ZIS antara lain:

a. Strategi Fundraising

Meliputi perencanaan, segmentasi muzakki, metode penghimpunan, serta intensitas sosialisasi program.

b. Kualitas Pelayanan

Pelayanan mencakup kemudahan akses, kecepatan respon, sikap profesional amil, serta kejelasan informasi. Didin Hafidhuddin menyatakan bahwa pelayanan yang baik akan mendorong muzakki untuk menyalurkan ZIS secara berkelanjutan melalui lembaga.

c. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Penggunaan QRIS, mobile banking, website, dan media sosial memudahkan transaksi dan komunikasi dengan muzakki. Digital fundraising mampu memperluas jangkauan penghimpunan dana.

d. Sosialisasi dan Edukasi Zakat

³⁴ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 21.

Pemahaman masyarakat tentang kewajiban dan manfaat ZIS memengaruhi minat menyalurkan dana melalui lembaga.

e. Kondisi Ekonomi Muzakki

Tingkat pendapatan muzakki berpengaruh terhadap kemampuan menunaikan zakat, infak, dan sedekah.

f. Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga

Laporan penggunaan dana dan program pendistribusian memengaruhi keberlanjutan penghimpunan dana.³⁵

³⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2016), hlm. 143.