



## **ANALISIS STRATEGI AMIL DALAM PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT MELALUI BAITUL MAAL HIDAYATULLAH**

**Abdul Wahid Mongkito<sup>1</sup>, Didin Hafiduddin<sup>2</sup>, Irfan Syauqi Beik<sup>3</sup>**

<sup>1 2 3</sup> Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

---

### **ABSTRACT**

*This thesis which was completed in April 2014 is about the right strategies for fundraising zaka by LAZNAS BMH. The manager needs strategies to optimize zakat fundraising. Through the study of internal factors and external factors LAZNAS BMH organization, an analysis of Internal and External Factors Evaluation in order to obtain the right strategy to be done by the organization LAZNAS BMH although still common. Further research conducted by TOWS matrix to get some viable strategy undertaken by LAZNAS BMH, choose the best strategy of the proper strategies conducted by LAZNAS BMH with Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM) analysis method. After analyzing QSPM, then there are three strategies that best suit the condition of the Internal and External LAZNAS BMH to optimize the collection of zakat funds are: to socialize so that Muslims are interested in LAZNAS BMH, expanding the scope of the zakat, as well as making zakat fund raising strategies and methods of the target receipt of zakat funds.*

**Keyword:** *fundraising, strategy, zakat*

---

## I. PENDAHULUAN

Zakat dari segi bahasa merupakan bentuk kata dasar (*masdar*) dari *zakka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Zakat mengandung makna thaharah (bersih), pertumbuhan dan barakah. Dasar dari hal ini adalah firman Allah dalam surat At Taubah ayat 103. Sedangkan makna zakat secara syar'i adalah : "bagian tertentu dari harta yang tertentu, dibayarkan kepada orang tertentu yang berhak menerimanya sebagai ibadah dan ketaatan kepada Allah. Zakat juga bisa dimaknai sebagai pembersihan jiwa, harta dan masyarakat.

Zakat adalah ibadah *maaliyah ijtima'iyah* yang memiliki posisi sangat penting, strategis dan menentukan, baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat. Zakat sebagai salah satu instrumen kebijakan fiskal dalam sistem ekonomi memiliki fungsi yang sangat strategis sebagai instrumen redistribusi kekayaan, sebagaimana yang terdapat dalam surat At-Taubah ayat 60.

Indonesia pada khususnya ibadah zakat telah dijalankan sejak zaman kerajaan-kerajaan Islam berkuasa di Indonesia. Pengelolaan zakat di Indonesia mengalami beberapa fase sejalan dengan perkembangan dunia politik negara. Pengalaman itu dialami pada masa penjajahan, awal kemerdekaan, orde baru dan masa reformasi. Kecuali pada masa reformasi, pengelolaan zakat pada masa penjajahan dan kemerdekaan (orde baru & orde lama) memberikan gambaran buram fungsi zakat di Indonesia.

Beberapa studi telah mencoba mengkalkulasikan potensi zakat Indonesia secara nasional. Penelitian

yang dilakukan Monzef Kahf (1989) misalnya, menyimpulkan bahwa potensi zakat nasional berada pada kisaran 1-2 persen dari total PDB. Sedangkan studi pusat bahasa dan budaya UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2005) menyatakan bahwa potensi zakat nasional pada kisaran 27,2 Triliun.

Studi terbaru yang dilakukan oleh BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor (FEM IPB) menunjukkan angka yang lebih besar. Menurut studi yang dilakukan pada tahun 2011 lalu terungkap bahwa potensi zakat nasional mencapai angka 3,4 persen dari PDB, atau tidak kurang dari Rp 217 Triliun. Potensi ini diklasifikasi menjadi tiga, yaitu: *pertama*, potensi zakat rumah tangga secara nasional. *Kedua*, potensi zakat industri menengah dan besar nasional, serta zakat BUMN. Potensi yang dihitung pada kelompok yang kedua ini adalah zakat perusahaan dan bukan zakat direksi serta karyawan.

Kendati banyaknya BAZ maupun LAZ yang berkembang di Indonesia saat ini, namun penghimpunan zakat yang telah diperoleh masih sangat kecil jika dibandingkan dengan potensi zakat yang ada di Indonesia sehingga efek zakat yang diharapkan mampu mengentaskan kemiskinan masih jauh dari harapan. Menurut ketua BAZNAS, Didin Hafidhuddin, dana yang dapat dihimpun oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) pada tahun 2011 baru sebesar Rp. 1,7 triliun dan pada tahun 2012 penghimpunannya meningkat menjadi Rp 2,73 triliun atau sekitar satu persen dari potensi yang ada. Meskipun jaringan

OPZ saat ini sudah cukup besar, tetapi masih belum efektif.

Sejak keluarnya ketiga aturan hukum positif yang mengatur tentang perzakatan di Indonesia, lembaga amal tumbuh bak cendawan di musim hujan, baik di tingkat pusat maupun daerah. Hingga kini setidaknya terdapat BAZNAS dan 18 LAZ tingkat nasional, 33 BAZ tingkat provinsi, dan 429 BAZ tingkat kabupaten/kota. Belum lagi bila kita perhitungkan LAZ tingkat daerah, 4771 BAZ tingkat kecamatan, Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) serta amil-amil tradisional individual berbasis masjid dan pesantren.

Lembaga Amil Zakat yang berada dalam naungan Ormas Islam seperti Muhammadiyah, Nahdatul Ulama, Persatuan Islam, Hidayatullah, Wahdah Islamiyah, dan lain-lain ternyata menghimpun dana zakat yang tidak signifikan (tidak sebanding dengan jumlah kadernya yang mencapai puluhan ribu bahkan ratusan hingga jutaan orang). Baitul Maal Hidayatullah misalnya sebagai Lembaga Amil Zakat yang tidak lepas dari induknya Ormas Hidayatullah. Lembaga Amil zakat yang resmi dikukuhkan menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional pada tahun 2001 ini telah menggulirkan berbagai kegiatan sosial maupun pendidikan, dari menyantuni anak yatim, mendirikan pusat pembinaan anak sholeh dari kaum dhuafa, mendirikan lembaga pendidikan gratis hingga menyebarkan da'i ke pedalaman serta banyak lagi aktivitas ibadah sosial yang diredas.

Berdasarkan pemaparan dalam identifikasi masalah di atas, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah kondisi Intenal dan Ekternal yang dihadapi oleh LAZNAS BMH serta strategi umum yang tepat untuk dijalankan oleh LAZNAS BMH?
2. Sejauh mana capaian yang telah diraih LAZNAS BMH dalam mengumpulkan dana zakat?
3. Strategi dan kebijakan apa saja yang harus diterapkan oleh BMH?
4. Bagaimanakah bentuk program kerja dari strategi tersebut?

## II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah *deskriptif analisis* untuk memaparkan strategi-strategi yang digunakan pengelola zakat untuk menghimpun dana yang lebih besar. Penelitian dilakukan dengan melakukan kajian kepada badan amal zakat BMH Hidayatullah, dengan menggunakan data primer dan sekunder.

Penelitian dilakukan kantor pusat LAZNAS BMH di Jalan. H. Samali No. 79 B Pejaten Barat, Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2013-Maret 2014.

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Secara umum ada empat riset dasar yang digunakan dalam penelitian untuk segala bidang ilmu, yaitu : *survei*, *eksperimen* (percobaan) pengamatan (*observasi*) dan studi data sekunder (*secondary data study*)<sup>1</sup>. Dalam penelitian ini penulis menggunakan semua metode yang ada kecuali *eksperimen*. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada

---

<sup>1</sup> Hendri Tanjung, dan Abrista Dewi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Bekasi: Gramata Publishing, 2013, Hlm. 78

Pimpinan LAZNAS BMH dan departemen terkait, dan dibantu dengan instrumen kuisisioner yang akan disiapkan. Data sekunder diperoleh dari setiap departemen terkait Laporan Keuangan 2009-2010, program penghimpunan, program pendayagunaan zakat, dan lain-lain.

Penelitian ini diawali dengan menentukan faktor Internal-Eksternal kunci yang merupakan faktor yang berhubungan dengan penghimpunan dana zakat LAZNAS BMH, setelah itu dilakukan analisis faktor Internal-Eksternal dengan metode Analisis matriks IE untuk mengetahui strategi umum yang harus dilakukan. Setelah itu dilakukan penelitian lebih lanjut menggunakan metode kualitatif model SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan Matriks TOWS, dan keputusan strateginya yang lebih spesifik diperoleh melalui analisis matriks QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*).

### III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Baitul Maal Hidayatullah

Baitul Maal Hidayatullah merupakan lembaga amil zakat yang bergerak dalam penghimpunan dana Zakat, infaq, sedekah, kemanusiaan, dan CSR perusahaan, dan melakukan distribusi melalui program pendidikan, dakwah, sosial, dan ekonomi secara nasional.

Pada tahun 2001 Menteri Agama menerbitkan SK Legalitas yang mengukuhkan BMH sebagai lembaga amil zakat nasional (LAZNAS). Namun, kiprahnya telah lebih dahulu berjalan ketika awal berdirinya pesantren Hidayatullah di Gunung Tembak,

Balikpapan. Kini dengan hadirnya jaringan 54 kantor cabang di seluruh Indonesia, 12 BMH perintisan serta, 238 pesantren. Laznas BMH kian mengukuhkan langkah untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menunaikan serta mengoptimalkan dana ZIS yang terhimpun melalui program yang berorientasi pada kemaslahatan umat.

Melalui program pendidikan, dakwah, ekonomi dan sosial merupakan upaya mengurai masalah sosial dan membangun insan yang lebih bermartabat. Kini kiprahnya tersebar di 33 provinsi, dari perkotaan hingga desa terpencil dan pedalaman. Aktifitas pemberdayaan dibangun melalui 238 pesantren yang mayoritas di daerah terpencil, ratusan sekolah serta ribuan dai yang berkiprah dan komunitas masyarakat merupakan energi untuk menjadi penggerak perubahan menuju masyarakat yang lebih berdaya, religius dan mulia.

#### B. Analisis Kunci Faktor Internal-Eksterna LAZNAS

##### 1. Manajemen Pengelola Zakat

Berdasarkan penelitian, manajemen LAZNAS BMH telah membentuk organisasi LAZ yang cukup baik, pengawasan pelaksanaan kerja dan hasil kerja, baik itu operasional maupun syariah dilakukan oleh Dewan Pengawas dan dewan pengawas pengawas syariah. Dewan pembina berfungsi Memberi pertimbangan, fatwa, saran, dan rekomendasi kepada badan pelaksana. Begitu pun dengan pendapatan pegawai yang sudah cukup karena diatas Upah Minimum Regional UMR wilayah masing-masing cabang. Namun, Perumusan strategi belum maksimal dilakukan oleh

LAZNAS BMH serta masih adanya tumpang tindih tugas dan fungsi disebabkan karena personil yang masih kurang

## 2. Pemasaran Pengelola Zakat

LAZNAS BMH senantiasa mensosialisasikan tentang kewajiban zakat secara umum melalui cabang LAZNAS BMH serta pondok pesantren Hidayatullah yang mengambil tugas BMH (jika belum ada BMH di Daerah tersebut). Melalui program-program pendayagunaan zakat yang telah dilakukan LAZNAS BMH secara tidak langsung memberi pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya berzakat melalui amil zakat sehingga zakat tersebut dapat di fungsikan lebih efektif dan tepat sasaran; LAZNAS BMH menjalin hubungan yang baik dengan harian umum nasional seperti seperti Harian Nasional seperti Republika, Suara Hidayatullah, TV swasta nasional, harian lokal, dan lebih khusus Majalah BMH yang terbit setiap bulan dengan produksi tidak kurang dari 50.000 eksamplar setiap terbit; dan LAZNAS BMH belum menjadi "Market Leader" pada penghimpunan dana zakat. LAZNAS BMH baru mengumpulkan dana zakat 9,5 Milyar rupiah ditahun 2009 serta meningkat menjadi 10,5 Milyar Rupiah pada tahun 2010. Jumlah ini masing di bawah dan BAZNAS dan LAZNAS lainnya yang sudah mencapai angka triliyunan rupiah dalam pengumpulan dana zakat.

## 3. Pelaksanaan Program Zakat

Pelaksanaan program zakat pada LAZNAS BMH diutamakan pada 7 (tujuh) asnaf zakat, yaitu, *Amil, fakir Miskin, Sabilillah, Ibnu Sabil, Muallaf, Gharimin*, Dari tujuh asnaf itu yang menjadi prioritas adalah *Sabilillah* melalui program andalannya "Dai membangun

negeri", Walaupun ada pendapat sebgaiain ulama bahwa zakat diprioritaskan untuk Fakir dan Miskin, Namun dalam hal *Asnaf Sabilillah* yang menjadi prioritas utama LAZNAS BMH dalam penelitian saya pada akhirnya bertujuan untuk kepentingan Fakir dan Miskin khususnya dalam penjagaan Aqidah serta kemampuan mereka bertahan hidup. Program pendidikan pun seperti itu, tujuan akhirnya adalah peningkatan pendidikan fakir dan miskin.

Program-program LAZNAS BMH telah disosialisasikan baik yang telah dilakukan maupun yang akan direncanakan melalui media-media yang ada secara berkala pada media-media *partner* LAZNAS BMH, dan secara rutin setiap bulan LAZNAS BMH menerbitkan buletin BMH yang khusus memuat program-program LAZNAS BMH, dan juga melalui situs *www.bmh.or.id*. Walaupun masih belum begitu maksimal karena masih banyak orang yang belum mengenal lembaga ini.

## 4. Memiliki Visi dan Misi Keumatan

Diawali dengan cita-cita ingin membangun peradaban Islam sejak didirikannya, LAZNAS BMH berkembang dengan visi dan misi keumatan yang meraka usung. Dengan visi "Menjadi lembaga amil zakat yang terdepan dan terpercaya dalam memberikan pelayanan kepada umat". LAZNAS BMH menerapkan tiga Misi umum yaitu: Meningkatkan kesadaran umat untuk peduli terhadap sesama; Mengangkat kaum lemah (dhuafa) dari kebodohan dan kemiskinan menuju kemuliaan dan kesejahteraan; Menyebarkan syiar Islam dalam mewujudkan peradaban islam; Visi dan Misi tersebut sangat menarik karena

bersifat keumatan, namun menurut peneliti masih perlu ditambahkan target waktu dan intensitas dalam penjabarannya agar dapat dievaluasi secara berkala sehingga lebih konkret untuk di wujudkan.

#### 5. *SDM yang Berorientasi dakwah dan Profesional*

Dalam perekrutan Karyawan di BMH, ada tiga sisi yang diterapkan oleh manajemen, yaitu *skill*, pendidikan, dan niatnya bergabung. Yang paling penting dari ke tiga indikator diatas adalah niatnya untuk bergabung pada LAZNAS ini. Dari 25 Karyawan yang bekerja di Jakarta, 9 orang berpendidikan SMU, 1 orang Diploma 3 (d3), 13 orang Strata satu (s1), serta 2 orang berpendidikan Strata dua (s2).

#### 6. *Transparansi Laporan Keuangan dan Laporan Program Zakat*

Laporan Keuangan LAZNAS BMH dan Laporan Program Zakat dapat diketahui oleh masyarakat melalui melalui harian nasional republika, Majalah BMH, dan media lainnya. Laporan keuangan dana zakat ini dilakukan secara terbuka dan transparan, yang berarti bahwa semua penggunaan dana zakat dari para muzakki harus siap untuk diketahui oleh masyarakat tentang pelaksanaan kegiatan dan penggunaan dananya. Laporan keuangan dia audit oleh auditor independen. Namun disayangkan untuk Laporan Keuangan tahun 2011, 2012, dan tahun 2013 belum ditampilkan karena masih dalam proses audit serta disesuaikan dengan PSAK 109 terbaru .

#### 7. *Pemanfaatan Perkembangan Teknologi Informasi*

LAZNAS BMH mempunyai sistem informasi pada manajemen untuk memberikan informasi yang akurat,

lengkap dan cepat akan mempengaruhi kualitas setiap pengambilan keputusan. Dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi membuat aktivitas LAZNAS BMH menjadi semakin serba cepat, sehingga keputusan dapat diambil dalam waktu yang lebih singkat. Pimpinan LAZNAS BMH pusat dapat mengetahui kondisi aktivitas LAZNAS BMH cabang setiap hari. Teknologi ini pula dimanfaatkan oleh LAZNAS BMH untuk melakukan pengumpulan, sosialisasi LAZNAS BMH, baik teknologi Komunikasi maupun teknologi perbankan.

#### 8. *Kemandirian Pengambilan Keputusan (independen)*

Sekalipun LAZNAS BMH berada di bawah naungan Ormas Hidayatullah namun pengambilan keputusan dan kebijakannya dilakukan secara mandiri. Dengan kemandirian yang dimiliki LAZNAS BMH terbebas dari berbagai kepentingan yang kadang merusak seperti kepentingan politik, pribadi dan lain-lain

#### 9. *Divisi Penelitian dan Pengembangan (Litbang)*

LAZNAS BMH belum memiliki divisi khusus yang mengambil fungsi untuk melakukan penelitian dan pengembangan. Walaupun fungsi divisi ini sudah masuk dalam setiap departemen yang ada, namun belum efektif karena tidak secara fokus dilakukan.

#### 10. *Metode Penggalangan Dana*

Metode penggalangan dana zakat yang dilakukan LAZNAS BMH masih belum maksimal, masih banyak cara yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan penggalangan dana zakat masyarakat. Begitu pula dengan lingkup objek zakat yang di kelola.

## 11. Cabang dan Jaringan

LAZNAS BMH telah memiliki 54 Kantor Cabang, 12 Rintisan, serta ribuan da'i yang tersebar diseluruh Indonesia, 162 Unit penyaluran, serta lebih dari seribu lebih mitra kerja. Hanya saja LAZNAS BMH belum memiliki program yang baik dalam hal sosialisasi seta belum memiliki jaringan dari luar negeri dalam hal pengumpulan dana zakat, infaq dan sedekah.

### C. Kondisi Eksternal LAZNAS BMH

#### 1. Potensi Zakat yang Besar

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh BAZNAS bekerjasama dengan Institut Pertanian Bogor di tahun 2011 terungkap Bahwa potensi Zakat di Indonesia sebesar 217 Triliyun rupiah dan akan terus meningkat setiap tahunnya. Namun, potensi yang sebesar itu belum maksimal dikelola oleh lembaga Zakat, LAZNAS BMH sebagai Market leader pengumpulan dana Zakat hanya Mampu mengumpulkan total zakat 1,7 T pada tahun 2011, dan 2 T pada tahun 2012<sup>2</sup>. Sementara yayasan dompet Dhuafa mengumpulkan 65,5 M tahun 2010 dan pada tahun 2011 mencapai 75,5 M.<sup>3</sup> Sehingga Jika ditotal Maka Tingkat pengumpulan Zakat semua lembaga zakat baru mencapai sekitar 1% dari Potensi zakat nasional.

#### 2. Masyarakat Semakin Sadar Berzakat melalui Amil

---

2

[http://www.dakwatuna.com/2013/04/30/32350/s-trategi-LAZNAS\\_BMH-tingkatkan-perolehan-zakat/](http://www.dakwatuna.com/2013/04/30/32350/s-trategi-LAZNAS_BMH-tingkatkan-perolehan-zakat/), diakses 2 April 2014 pukul 21.58

<sup>3</sup> LK-2011, laporan Keuangan Yayasan Dompet Dhuafa Tahun 2011, Hlm.7.

Meningkatnya Jumlah pengumpulan dana zakat yang cukup signifikan yang dicapai oleh LAZ maupun BAZ tiap tahunnya menandakan kesadaran masyarakat untuk berzakat melalui LAZ atau BAZ semakin meningkat.

#### 3. Banyaknya Penduduk miskin

Data dari Badan Pusat Statistik tiga tahun terakhir, angka kemiskinan di Indonesia pada tahun 2010 mencapai 31,40 juta jiwa, dan pada tahun 2011 tingkat kemiskinan menurun 30,93 Juta jiwa. Kemudian pada bulan september tahun 2012 BPS merilis data kemiskinan mencapai 28.59 juta jiwa.

#### 4. Adanya Organisasi Sejenis

Menjamurnya Lembaga Zakat baik yang profesional mau pun yang tidak di tanah air dapat menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap LAZ maupun BAZ secara umum jika tidak dikelola secara profesional. LAZ ataupun BAZ yang ada juga akan bisa jadi menimbulkan persaingan siantara sesamanya karena memiliki objek yang sama.

#### 5. Teknologi Semakin Berkembang

Perkembangan teknologi merupakan salah satu peluang untung mengumpulkan maupun mengelola Zakat dengan lebih baik. Dengan teknologi pula transparansi LAZ akan lebih mudah diakses dengan cepat. LAZNAS BMH senantiasa memanfaatkan teknologi dalam setiap aktifitasnya.

#### 6. Perbankan ingin bekerjasama menjadi pengumpul Zakat

Perhatian perbankan terhadap dunia perzakatan perlu diapresiasi baik itu Bank syariah maupun Bank konvensional. Namun, sejauh yang kami

amati LAZNAS BMH belum maksimal memanfaatkan peluang tersebut

7. Perusahaan Membuka Pintu untuk bekerja sama dalam Masalah Perzakatan

Di dalam Undang-Undang perzakatan Nomor 23 Tahun 2011 telah dijelaskan mengenai zakat profesi maupun zakat perusahaan sehingga memberikam peluang bagi LAZ untuk membangun Kerjasama dengan Perusahaan tersebut. Atau pun LAZ dapat bekerja sama dalam bentuk program lain.

8. Pemerintah belum terlalu memperhatikan masalah zakat

Walaupun telah disahkan Undang-undang terbaru mengenai zakat, namun belum ada sanksi kepada individu ataupun perusahaan yang tidak membayar zakat. Selain itu kosentrasi pemerintah untuk membangun zakat masih sangat minim ketimbang perhatian terhadap pajak.

9. Korupsi Masih Banyak terjadi di Indonesia

Korupsi sudah menjadi pemberitaan yang hampir setiap hari kita temukan di media massa, sehingga seolah-olah tindakan buruk ini menjadi budaya dilingkup pemerintahan Indonesia. Bahkan Kementrian yang paling banyak menggelapkan uang negara agala kementrian agama. Hal ini kemudian menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga pengelola uang termasuk Lembaga Zakat.

10. Masyarakat Menginginkan Transparansi Program pengelolaan zakat dan Laporan Keuangan

Zakat merupakan salah satu kewajiban umat Islam sehingga setiap Muzakki menginginkan harta zakatnya dikelola dengan baik, maka faktor ini bisa menjadi peluang sekaligus ancaman bagi lembaga zakat. LAZNAS BMH setiap tahunnya diaudit oleh akuntan publik, serta LAZNAS BMH juga selalu memanfaatkan media untuk mempublikasikan program-program zakat meraka.

#### **D. Analisis Strategi Manajemen Zakat LAZNAS BMH**

##### **Analisis Matriks Internal Eksternal**

Untuk menentukan posisi LAZNAS BMH pada Matriks Internal dan Eksternal diperlukan evaluasi faktor internal (EFI) dan evaluasi faktor eksternal (EFI) . Setiap faktor internal maupun eksternal diberikan bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Jumlah seluruh bobot baik Faktor Internal maupun eksternal harus sama dengan 1,0. Kemudian diberi peringkat (*score*) pada faktor-faktor Internal dengan nilai 1 sampai 4, untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut menunjukkan kelemahan utama (1), kelemahan minor (2), kekuatan minor (3), kekuatan utama (4). Begitu juga dengan faktor-faktor eksternal kunci diberi *score* 1 sampai dengan 4, yang mengidikasikan respon lembaga besar (4), diatas rata-rata (3), rata-rata (2), respon lembaga jelek (1)



**Tabel. Evaluasi Vektor Internal**

No	Faktor-Faktor Kunci Internal	Bobot	Score	Total
	<b>Kekuatan-Kekuatan</b>			
1	Memiliki Cabang dan Jaringan yang cukup banyak	0.15	4	0.60
2	LAZNAS BMH senantiasa mensosialisasikan tentang kewajiban zakat melalui amil	0.05	3	0.15
3	Memiliki Visi dan Misi Keumatan	0.10	3	0.30
4	Publikasi pengelolaan zakat (program yang telah dan akan dilakukan)	0.10	4	0.40
5	SDM yang berorientasi dakwah dan profesional	0.10	3	0.30
6	Transpransi laporan Keuangan	0.15	4	0.60
	<b>Kelemahan-Kelemahan</b>			
1	Belum memiliki perumusan strategis dalam hal target penghimpunan dana zakat	0.05	2	0.10
2	Belum memiliki divisi Litbang	0.10	2	0.20
3	Metode penggalangan dana yang masih kurang	0.10	1	0.10
4	Belum menjadi Market Leader dalam penghimpunan dana zakat	0.05	2	0.10
5	Objek harta zakat yang dihimpun masih terbatas	0.05	2	0.10
	<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.95</b>

**Tabel. Evaluasi Faktor Eksternal**

No	Faktor-Faktor Kunci Eksternal	Bobot	Score	Total
	<b>Peluang-peluang</b>			
1	Potensi Zakat yang Besar	0.15	3	0.45
2	Masyarakat Semakin Sadar Berzakat melalui Amil	0.10	3	0.30
3	Banyaknya Penduduk miskin dengan pemahaman agama rendah	0.10	4	0.40
4	Masyarakat Menginginkan Transparansi Program dan Laporan Keuangan	0.15	4	0.60
5	Teknologi Semakin Berkembang	0.10	3	0.30
6	Perbankan & Perusahaan ingin bekerja sama	0.10	3	0.30
	<b>Ancaman-ancaman</b>			
1	Adanya Organisasi Sejenis	0.05	3	0.15
2	Belum ada sanksi yang tegas dari pemerintah bagi muzakki yang tidak membayar zakat	0.10	2	0.20
3	Korupsi Masih Banyak terjadi di Indonesia	0.05	3	0.15
4	Kondisi perekonomian kurang stabil	0.05	2	0.10

5	Pemerintah menghapuskan LAZ	0.05	2	0.10
Total		1.00		3.05

Sumber : Data Sudah Diolah

**Tabel. Matriks Internal Eksternal**

Total Rata-rata Tertimbang IFE

		4,0	3,0	2,0	1,0
Total Rata-rata		I	II	III	
Tertimbang	3,0				
EFE		IV	V	VI	
	2,0				
	1,0	VII	VIII	IX	

Sumber : data sudah diolah

Hasil perhitungan dari Evaluasi Faktor Internal = 2,95, sedangkan hasil perhitungan dari Evaluasi Faktor Eksternal = 3.05

Maka pada Matriks IE berada pada sel II yang berarti tumbuh dan membangun. Pada sel II ini Strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, atau pengembangan produk) atau integratif (integrasi kebelakang, integrasi kedepan, integrasi horisontal). Untuk lebih lanjut mengenai Strategi intensif

yang tepat dilakukan oleh LAZNAS BMH Hidayatullah dilakukan analisi Matriks TOWS dan QSPM

*Analisis Matriks TOWS*

Pada tahap analisis ini akan dipilih strategi yang dianggap layak untuk diterapkan berdasarkan kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh LAZNAS BMH.

**Tabel Matriks TOWS**

	KEKUATAN ( <i>STRENGTH</i> )	KELEMAHAN ( <i>WEAKNESS</i> )
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki Cabang dan Jaringan yang cukup banyak</li> <li>LAZNAS BMH senantiasa mensosialisasikan tentang kewajiban zakat</li> <li>Memiliki Visi dan Misi Keumatan</li> <li>Publikasi pengelolaan zakat (program yang telah dan akan dilakukan)</li> <li>SDM yang berorientasi dakwah dan profesional</li> <li>Transpransi laporan Keuangan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Belum memiliki perumusan strategis dalam hal target penghimpunan dana zakat</li> <li>Belum memiliki divisi Litbang</li> <li>Metode penggalangan dana yang masih kurang</li> <li>Belum menjadi Market Leader dalam penghimpunan dana zakat</li> <li>Objek harta zakat yang dihimpun masih terbatas</li> </ol>
<b>PELUANG (OPPORTUNITY)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Potensi Zakat yang Besar</li> <li>Masyarakat Semakin Sadar Berzakat melalui Amil</li> <li>Banyaknya Penduduk miskin dengan pemahaman agama rendah</li> <li>Masyarakat Menginginkan Transparansi Program dan Laporan Keuangan</li> <li>Teknologi Semakin Berkembang</li> <li>Perbankan &amp; Perusahaan ingin bekerja sama</li> </ol>	<b>STRATEGI S-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan perluasan lingkup zakat (<math>S_{1, O_{1,5}}</math>)</li> <li>Membuat program penyaluran dana zakat yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan umat yang paling mendesak (<math>S_{3,5}, O_{4,5}</math>)</li> <li>Melakukan distribusi zakat yang lebih intens pada <i>sabilillah</i> (<math>S_{1,3,5}, O_{1,3}</math>)</li> </ul>	<b>STRATEGI W-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat strategi penghimpunan dana zakat dan metode target penerimaan dana zakat (<math>W_{1,5}, O_{1,3,6}</math>)</li> <li>Melakukan kerjasama dengan pihak perbankan dan Perusahaan (<math>W_{3,5}, O_{5,6}</math>)</li> <li>Membuat divisi khusus Litbang (<math>W_{2,3,4}, O_{2,3}</math>)</li> </ul>
<b>ANCAMAN (THREAT)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Adanya Organisasi Sejenis</li> <li>Belum ada sanksi yang tegas dari pemerintah bagi muzakki yang tidak membayar zakat</li> <li>Korupsi Masih Banyak terjadi di Indonesia</li> <li>Kondisi perekonomian kurang stabil</li> <li>Pemerintah menghapuskan LAZ</li> </ol>	<b>STRATEGI S - T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan Sosialisasi sehingga umat Muslim tertarik pada LAZNAS BMH (<math>S_{1,2,4}, T_{1,2}</math>)</li> <li>Melakukan transparansi laporan keuangan &amp; program dngan lebih baik (<math>S_{5,6}, T_{3,5}</math>)</li> </ul>	<b>STRATEGI W-T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan transformasi organisasi. (<math>W_{1,3}, T_{4,5}</math>)</li> <li>Bergabung dengan dengan lembaga zakat lain</li> </ul>

--	--	--

Sumber : Data sudah diolah

*Analisis QSPM*

Dari analisis Matriks TOWS diperoleh beberapa strategi yang layak di gunakan

oleh Manajemen LAZNAS BMH. Pada Sub-bab ini analisis akan dilanjutkan untuk memilih strategi terbaik yang harus diprioritaskan oleh LAZNAS BMH dalam memaksimalkan penghimpunan dana zakat.

**Tabel V.5. Analisis QSPM trategi S-O Faktor Internal**

Strategi-Strategi			Perluasan Lingkup Zakat		Program Penyaluran yg menarik		Distribusi Intens pada Sabilillah	
No	Faktor-Faktor Kunci Internal	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Kekuatan-Kekuatan</b>								
1	Memiliki Cabang dan Jaringan yang cukup banyak	0.15	4	0.60	4	0.60	4	0.60
2	LAZNAS BMH senantiasa mensosialisasikan tentang kewajiban zakat melalui amil	0.05	4	0.20	4	0.20	3	0.15
3	Memiliki Visi dan Misi Keumatan	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
4	Publikasi pengelolaan zakat (program yang telah dan akan dilakukan)	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
5	SDM yang berorientasi dakwah dan profesional	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
6	Transparansi laporan Keuangan	0.15	4	0.60	4	0.60	3	0.45
<b>Kelemahan-Kelemahan</b>								
1	Belum memiliki perumusan strategis dalam hal target penghimpunan dana zakat	0.05	2	0.10	2	0.10	2	0.10
2	Belum memiliki divisi Litbang	0.10	2	0.20	2	0.20	2	0.20
3	Metode penggalangan dana yang masih kurang	0.10	4	0.40	2	0.20	3	0.30
4	Belum menjadi Market Leader dalam penghimpunan dana zakat	0.05	4	0.20	3	0.15	2	0.10
5	Objek harta zakat yang dihimpun masih terbatas	0.05	4	0.20	2	0.10	2	0.10
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.70</b>		<b>3.35</b>		<b>3.20</b>

Sumber : Data sudah diolah

Tabel. Analisis QSPM strategi S-O Faktor Eksternal

Strategi-Strategi			Perluasan Lingkup Zakat		Program Penyaluran yg menarik		Distribusi Intens pada Sabilillah	
No	Faktor-Faktor Kunci Eksternal	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Peluang-Peluang</b>								
1	Potensi Zakat yang Besar	0.15	4	0.60	2	0.30	2	0.30
2	Masyarakat Semakin Sadar Berzakat melalui Amil	0.10	4	0.40	4	0.40	3	0.30
3	Banyaknya Penduduk miskin dengan pemahaman agama rendah	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40
4	Masyarakat Menginginkan Transparansi Program dan Laporan Keuangan	0.15	2	0.30	2	0.30	2	0.30
5	Teknologi Semakin Berkembang	0.10	4	0.40	3	0.30	3	0.30
6	Perbankan & Perusahaan ingin bekerja sama	0.10	4	0.40	4	0.40	3	0.30
<b>Ancaman-Ancaman</b>								
1	Adanya Organisasi Sejenis	0.05	4	0.20	4	0.20	4	0.20
2	Belum ada sanksi yang tegas dari pemerintah bagi muzakki yang tidak membayar zakat	0.10	1	0.10	4	0.40	4	0.40
3	Korupsi Masih Banyak terjadi di Indonesia	0.05	1	0.05	1	0.05	3	0.15
4	Kondisi perekonomian kurang stabil	0.05	2	0.10	2	0.10	3	0.15
5	Pemerintah menghapuskan LAZ	0.05	1	0.05	2	0.10	2	0.10
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>2.80</b>		<b>2.95</b>		<b>2.90</b>

Sumber : Data sudah diolah

**Tabel. Analisis QSPM strategi W-O Faktor Internal**

Strategi-Strategi			Membuat Strategi & Target Penghmpnan		Kerja sama dgn perbankan & Prusahaan		Membuat Div. Litbang	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>No</b>	<b>Faktor-Faktor Kunci Internal</b>	<b>Bobot</b>						
<b>Kekuatan-Kekuatan</b>								
1	Memiliki Cabang dan Jaringan yang cukup banyak	0.15	4	0.60	4	0.60	3	0.45
2	LAZNAS BMH senantiasa mensosialisasikan tentang kewajiban zakat melalui amil	0.05	3	0.15	4	0.20	3	0.15
3	Memiliki Visi dan Misi Keumatan	0.10	3	0.30	2	0.20	2	0.20
4	Publikasi pengelolaan zakat (program yang telah dan akan dilakukan)	0.10	3	0.30	3	0.30	2	0.20
5	SDM yang berorientasi dakwah dan profesional	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
6	Transpransi laporan Keuangan	0.15	2	0.30	4	0.60	2	0.30
<b>Kelemahan-Kelemahan</b>								
1	Belum memiliki perumusan strategis dalam hal target penghimpunan dana zakat	0.05	4	0.20	2	0.10	2	0.10
2	Belum memiliki divisi Litbang	0.10	2	0.20	2	0.20	4	0.40
3	Metode penggalangan dana yang masih kurang	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
4	Belum menjadi Market Leader dalam penghimpunan dana zakat	0.05	4	0.20	3	0.15	4	0.20
5	Objek harta zakat yang dihimpun masih terbatas	0.05	4	0.20	4	0.20	4	0.20
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.25</b>		<b>3.35</b>		<b>3.00</b>

Sumber : Data sudah diolah

**Tabel. Analisis QSPM strategi W-O Faktor Eksternal**

Strategi-Strategi			Membuat Strategi & Target Pnghimpnan		Kerja sama dengan perbankan & Prusahaan		Membuat Div. Litbang	
No	Faktor-Faktor Kunci Eksternal	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Peluang-Peluang</b>								
1	Potensi Zakat yang Besar	0.15	4	0.60	4	0.60	4	0.60
2	Masyarakat Semakin Sadar Berzakat melalui Amil	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
3	Banyaknya Penduduk miskin dengan pemahaman agama rendah	0.10	2	0.20	3	0.30	2	0.20
4	Masyarakat Menginginkan Transparansi Program dan Laporan Keuangan	0.15	2	0.30	1	0.15	1	0.15
5	Teknologi Semakin Berkembang	0.10	4	0.40	4	0.40	3	0.30
6	Perbankan & Perusahaan ingin bekerja sama	0.10	4	0.40	4	0.40	2	0.20
<b>Ancaman-Ancaman</b>								
1	Adanya Organisasi Sejenis	0.05	4	0.20	4	0.20	3	0.15
2	Belum ada sanksi yang tegas dari pemerintah bagi muzakki yang tidak membayar zakat	0.10	4	0.40	2	0.20	3	0.30
3	Korupsi Masih Banyak terjadi di Indonesia	0.05		-		-		-
4	Kondisi perekonomian kurang stabil	0.05	3	0.15	2	0.10	3	0.15
5	Pemerintah menghapuskan LAZ	0.05	1	0.05	1	0.05	2	0.10
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.10</b>		<b>2.80</b>		<b>2.55</b>

Sumber : Data sudah diolah

**Tabel. Analisis QSPM strategi S-T Faktor Internal**

Strategi-Strategi			Melakukan Sosialisasi yg Intens		Melakukan Transparansi Lap. Keuangan & Program	
No	Faktor-Faktor Kunci Internal	Bobot	AS	TAS	AS	TAS

<b>Kekuatan-Kekuatan</b>						
1	Memiliki Cabang dan Jaringan yang cukup banyak	0.15	4	0.60	3	0.45
2	LAZNAS BMH senantiasa mensosialisasikan tentang kewajiban zakat melalui amil	0.05	4	0.20	4	0.20
3	Memiliki Visi dan Misi Keumatan	0.10	3	0.30	3	0.30
4	Publikasi pengelolaan zakat (program yang telah dan akan dilakukan)	0.10	4	0.40	4	0.40
5	SDM yang berorientasi dakwah dan profesional	0.10	4	0.40	3	0.30
6	Transpransi laporan Keuangan	0.15	3	0.45	4	0.60
<b>Kelemahan-Kelemahan</b>						
1	Belum memiliki perumusan strategis dalam hal target penghimpunan dana zakat	0.05	1	0.05	2	0.10
2	Belum memiliki divisi Litbang	0.10	3	0.30	1	0.10
3	Metode penggalangan dana yang masih kurang	0.10	4	0.40	1	0.10
4	Belum menjadi Market Leader dalam penghimpunan dana zakat	0.05	4	0.20	1	0.05
5	Objek harta zakat yang dihimpun masih terbatas	0.05	4	0.20	2	0.10
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.50</b>		<b>2.70</b>

Sumber : Data sudah diolah

Tabel. Analisis QSPM strategi S-T Faktor Eksternal

Strategi-Strategi				Melakukan Sosialisasi yg Intens		Melakukan Transparansi Lap. Keuangan & Program	
				AS	TAS	AS	TAS
No	Faktor-Faktor Kunci Eksternal	Bobot					
<b>Peluang-Peluang</b>							
1	Potensi Zakat yang Besar	0.15	4	0.60	2	0.30	
2	Masyarakat Semakin Sadar Berzakat melalui Amil	0.10	4	0.40	3	0.30	
3	Banyaknya Penduduk miskin dengan pemahaman agama rendah	0.10	3	0.30	1	0.10	



4	Masyarakat Menginginkan Transparansi Program dan Laporan Keuangan	0.15	2	0.30	4	0.60
5	Teknologi Semakin Berkembang	0.10	4	0.40	4	0.40
6	Perbankan & Perusahaan ingin bekerja sama	0.10	4	0.40	4	0.40
<b>Ancaman-Ancaman</b>						
1	Adanya Organisasi Sejenis	0.05	4	0.20	4	0.20
2	Belum ada sanksi yang tegas dari pemerintah bagi muzakki yang tidak membayar zakat	0.10	3	0.30	3	0.30
3	Korupsi Masih Banyak terjadi di Indonesia	0.05	1	0.05	4	0.20
4	Kondisi perekonomian kurang stabil	0.05	2	0.10	2	0.10
5	Pemerintah menghapuskan LAZ	0.05	4	0.20	3	0.15
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.25</b>		<b>3.05</b>

Sumber : Data sudah diolah

**Tabel. Analisis QSPM strategi W-T Faktor Internal**

Strategi-Strategi			Melakukan Transformasi Organisasi		Bergabung dgn LAZ lain	
			AS	TAS	AS	TAS
<b>No</b>	<b>Faktor-Faktor Kunci Internal</b>	<b>Bobot</b>				
<b>Kekuatan-Kekuatan</b>						
1	Memiliki Cabang dan Jaringan yang cukup banyak	0.15	3	0.45	1	0.15
2	LAZNAS BMH senantiasa mensosialisasikan tentang kewajiban zakat melalui amil	0.05				
3	Memiliki Visi dan Misi Keumatan	0.10	3	0.30	2	0.20
4	Publikasi pengelolaan zakat (program yang telah dan akan dilakukan)	0.10	1	0.10	2	0.20
5	SDM yang berorientasi dakwah dan profesional	0.10	4	0.40	1	0.10
6	Transpransi laporan Keuangan	0.15		-		-
<b>Kelemahan-Kelemahan</b>						
1	Belum memiliki perumusan strategis dalam hal target penghimpunan dana zakat	0.05	1	0.05	2	0.10
2	Belum memiliki divisi Litbang	0.10	1	0.10	2	0.20

3	Metode penggalangan dana yang masih kurang	0.10	1	0.10	2	0.20
4	Belum menjadi Market Leader dalam penghimpunan dana zakat	0.05	3	0.15	2	0.10
5	Objek harta zakat yang dihimpun masih terbatas	0.05	2	0.10	2	0.10
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>1.75</b>		<b>1.35</b>

Sumber : Data sudah diolah

**Tabel. Analisis QSPM strategi W-T Faktor Eksternal**

Strategi-Strategi			Melakukan Transformasi Organisasi		Bergabung dgn LAZ lain	
No	Faktor-Faktor Kunci Internal	Bobot	AS	TAS	AS	TAS
<b>Peluang-Peluang</b>						
1	Potensi Zakat yang Besar	0.15	1	0.15	2	0.30
2	Masyarakat Semakin Sadar Berzakat melalui Amil	0.10	1	0.10	2	0.20
3	Banyaknya Penduduk miskin dengan pemahaman agama rendah	0.10	3	0.30	2	0.20
4	Masyarakat Menginginkan Transparansi Program dan Laporan Keuangan	0.15		-		-
5	Teknologi Semakin Berkembang	0.10	2	0.20	2	0.20
6	Perbankan & Perusahaan ingin bekerja sama	0.10	3	0.30	3	0.30
<b>Ancaman-Ancaman</b>						
1	Adanya Organisasi Sejenis	0.05	1	0.05	3	0.15
2	Belum ada sanksi yang tegas dari pemerintah bagi muzakki yang tidak membayar zakat	0.10		-		-
3	Korupsi Masih Banyak terjadi di Indonesia	0.05		-		-
4	Kondisi perekonomian kurang stabil	0.05	2	0.10	1	0.05
5	Pemerintah menghapuskan LAZ	0.05	4	0.20	4	0.20
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>1.40</b>		<b>1.60</b>

Sumber : Data sudah diolah

**Tabel. Analisis Hasil Matriks QSPM**

No	Strategi	Internal	Eksternal	Total
1	<b>STRATEGI S-O</b> • Melakukan perluasan lingkup zakat	3,70	2,80	<b>6,50</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat program penyaluran dana zakat yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan ummat yang paling mendesak</li> <li>• Melakukan distribusi zakat yang lebih intens pada <i>sabilillah</i></li> </ul>	3,35	2,95	6,30
		3,20	2,90	6,10
2	<b>STRATEGI W-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat strategi penghimpunan dana zakat dan metode target penerimaan dana zakat</li> <li>• Melakukan kerjasama dengan pihak perbankan dan Perusahaan</li> <li>• Membuat divisi khusus Litbang</li> </ul>	3,25	3,10	<b>6,35</b>
		3,35	2,80	6,15
		3,00	2,55	5,55
3	<b>STRATEGI S - T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan Sosialisasi sehingga umat Muslim tertarik pada LAZNAS BMH</li> <li>• Melakukan transparansi laporan keuangan &amp; program dengan lebih baik</li> </ul>	3,50	3,25	<b>6,55</b>
		2,70	3,05	5,60
4	<b>STRATEGI W-T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan Transformasi Organisasi</li> <li>• Bergabung dengan dengan lembaga zakat lain</li> </ul>	1,75	1,40	3,15
		1,35	1,60	2,95

Sumber : Data sudah diolah

Berdasarkan analisis hasil Matriks QSPM maka strategi yang diambil adalah strategi yang memiliki nilai paling tinggi, sehingga diperoleh strategi :

a. Melakukan Sosialisasi sehingga umat Muslim tertarik pada LAZNAS BMH

Motivasi atau alasan masyarakat melakukan pembayaran zakat adalah alasan keagamaan yang mana zakat merupakan salah satu rukun islam. Walaupun LAZNAS telah banyak melakukan sosialisasi melalui media, ataupun melalui cabang BMH yang ada di seluruh Indonesia dibantu dengan da'i-da'i hidayatullah yang tersebar hingga ke pedalaman Indonesia, namun ternyata masyarakat belum terlalu mengenal BMH. Salah seorang muzakki yang kesehariannya tidak jarang bergaul dengan Da'i hidayatullah namun setelah kami tanyakan tentang LAZNAS BMH beliau mengatakan sama sekali tidak mengenal.

b. Melakukan perluasan lingkup zakat

Perluasan lingkup zakat ini harus dilakukan oleh manajemen LAZNAS BMH, untuk menggarap jenis-jenis zakat yang berkembang dalam perekonomian moderen. Jenis-jenis harta zakat tersebut adalah : Zakat Profesi, Zakat Perusahaan, Zakat Surat-surat Berharga, Zakat Perdagangan Mata Uang, Zakat Hewan Ternak yang diperdagangkan, Zakat Madu dan Produk Hewani, Zakat Investasi Properti, Zakat Asuransi *Syariah*, Zakat tanaman anggrek, zakat ikan hias, burung walet, dan sebagainya, Zakat aksesoris rumah tangga modern.

Memperkenalkan Perluasan lingkup zakat ini kepada masyarakat menjadi kunci dari strategi ini karena masih banyak masyarakat yang belum memahaminya. Strategi perluasan lingkup zakat ini dapat dilakukan oleh Departemen penghimpunan dan mobilisasi, dibantu oleh SDM LAZNAS BMH lainnya.

- c. Membuat strategi penghimpunan dana zakat dan metode target penerimaan dana zakat

Strategi penghimpunan dana zakat sangat berguna bagi manajemen LAZNAS BMH, salah satunya adalah agar LAZNAS BMH bisa menjadi Market Leader, Strategi ini bertujuan agar LAZNAS BMH dapat lebih efisien melakukan kerja-kerja penghimpunan dana zakat. Strategi yang dapat dilakukan oleh LAZNAS BMH adalah: Lebih menggiatkan *Direct fundraising* dengan memanfaatkan da'i dan pengurus LAZNAS BMH yang tersebar diseluruh Indonesia, mandangi rumah-rumah Muzakki cukup efektif; Membentuk unit-unit pengumpulan zakat sehingga masyarakat dengan mudah menyerahkan dana zakatnya; dan Bekerjasama dengan Bank syariah dengan melakukan pemotongan langsung pada rekening nasabah jika telah cukup nisabnya (dengan saiiizin nasabah).

Pembuatan target penghimpunan dana zakat sangat perlu sehingga pihak manajemen bisa mengevaluasi penghimpunan dana zakat tiap tahunnya. Pembuatan strategi ini dapat dilakukan oleh Departemen penghimpunan, maupun departemen mutu dan Internal audit beserta seluruh tingkatan manajemen LAZNAS BMH.

#### IV. KESIMPULAN

Hal-hal utama yang sesuai dengan research questions penelitian sebagai berikut:

*Pertama*, Kondisi Internal LAZNAS BMH pada dasarnya sudah cukup baik terbukti dengan nilai 2,95 faktor Internal pada matriks Internal Eksternal, lembaga ini pun sudah memiliki struktur organisasi yang baik, kondisi Eksternal

masalah perzakatan di negara Indonesia sangat menguntungkan dengan nilai 3,05 pada Matriks Internal Eksternal. Dengan demikian strategi yang tepat dilakukan oleh LAZNAS BMH adalah strategi Intensif atau Integrasi.

*Kedua*, LAZNAS BMH baru mengumpulkan dana zakat 9,5 Milyar rupiah ditahun 2009 serta meningkat menjadi 10,5 Milyar Rupiah pada tahun 2010. Jumlah ini baru mencapai sekitar 0,025% potensi zakat Indonesia sebesar 217 Triliyun

Ketiga, Strategi yang terbaik yang harus dilakukan oleh LAZNAS BMH untuk meningkatkan penghimpunan dana zakatnya adalah sebagai berikut: Melakukan Sosialisasi sehingga umat Muslim tertarik pada LAZNAS BMH; Melakukan perluasan lingkup zakat; dan Membuat strategi penghimpunan dana zakat dan metode target penerimaan dana zakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Husain At Tariqi, Abdullah, *Ekonomi Islam Prinsip, dasar dan tujuan.*, Yogyakarta, Magistra Insania Press, thn. 2004.
- Abdul Jawwad, Muhammad, *Menjadi Manajer Sukses*, Jakarta: Gema Insani, Thn. 2004
- Arief Mufraini, M., *Akuntansi dan Manajemen zakat*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group, Thn. 2008.
- Badriadi, Lili et.al, *Zakat dan Wirausaha*. Jakarta: CED, Thn. 2005.
- David Hunger, J. & Thomas L. Wheelen, *Manajemen strategis*, Jogjakarta: Penerbit andi, Thn. 2003
- Effendy, Mochtar, *Ekonomi Islam suatu pendekatan berdasarkan ajaran Al Qur'an dan hadis*, Palembang

- :Yayasan Pendidikan dan Ilmu Islam Al-Mukhtar, Thn.1996.
- Hafidhuddin, Didin, dan Ahmad Juwaini, *Membangun Peradaban Zakat: Meniti Jalan Kegemilangan Zakat*, Jakarta: Institut Manajemen Zakat, Thn. 2007.
- \_\_\_\_\_, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, Jakarta : GIP, Thn. 2003.
- \_\_\_\_\_, *Zakat dalam Perekonomian Moderen*, Jakarta : Gema Insani, Thn. 2008.
- Hubeis Mukhamad najib, Musa, *Manajemen strategik dalam mengembangkan daya saing organisasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo, Thn. 2008.
- Jabir al - Jaza 'iri, Abu bakar, *Minhajul Muslimin*, Jakarta : darul Haq, Thn 2012.
- Juwaini, Ahmad, *Berderma dan Berbagi*, Jakarta : Teraju-Mizan. Thn. 2004.
- Kholil Nawawi, M., *Hukum zakat dan pajak serta praktek pengelolaannya di Indonesia* (tesis), Bogor : Progran Pascasarjana UIKA BOGOR, Thn 2003.
- Mamud Uqaily, Ali, *Praktis dan Mudah menghitung zakat*, Solo : AQWAM, Thn. 2010
- Minarti, Nana, et. Al., *Indonesia Zakat & Development Report 2010: Menggagas Arsitektur Zakat Indonesia Menuju Sinergi Pemerintah dan Masyarakat Sipil Dalam Pengelolaan Zakat Nasional*, Cet. 2 Jakarta: IMZ, Thn. 2011.
- \_\_\_\_\_, et al., *Zakat & Empowering*, Diskursus manajemen Zakat : Antara Pemerintah dan Masyarakat, Thn. 2008.
- \_\_\_\_\_, et al., *Indonesia zakat Development Report 2012*, Ciputat: Indonesia Magnificence of zakat, Thn. 2011
- Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah, *Bunga rampai Rukun Islam Zakat*, Jakarta: Griya Ilmu, 2011.
- Nashih Ulwan, Abdullah, *Zakat menurut 4 mazhab*, Jakarta : Pustaka Al kautsar, Thn. 2008
- Qardhawi, Yusuf, *Al-Ibadah fil-Islam*, Beirut: Muassasah Risalah, Thn. 1993.
- Qardhawi, Yusuf, *Hukum Zakat Cetakan ketiga*, Jakarta : Lintera Antar Nusa, Thn. 1993.
- R. David, Fred, *Stategic Management konsep Edisi 10*, Jakarta: salemba empat, Tahun 2005
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Strategis. Konsep-konsep. (penerj: Kresno Saroso. Edisi 9*. Jakarta. PT. Indeks. Thn. 2004.
- Rinjani & Saadon Aja Asmirah, *Pengaruh Pemberian BLT terhadap tingkat kemiskinan masyarakat di desa babakan, kecamatan setu, kabupaten tangerang*, Jakarta : Lembaga penerrbit sekolah tinggi ilmu ekonomi bisnis indonesia, jurnal ekonomi, Thn. 1991.
- Rusyid, Ibnu, *Bidayatul Mujtahid*, Jakarta : akbar Media, 2013.
- Saad Marton, Said, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Zikrul hakim, Thn. 2007.
- Saefuddin, A.M. *Membumikan Ekonomi Islam*, Jakarta: PPA consultan, Thn. 2011.
- Saifuddin Jahar, Asep, *Zakat antara Bangsa Muslim, Dalam jurnal Zakat dan EMPOWERING*, Ciputat : CID, Volume I, Thn. 2008.

- Shahih Al-Utsaimin, Muhammad, *Ensiklopedi ZAKAT Kumpulan fatwa zakat Syeikh Muhammad Shahih Al-Utsaimin*, Jakarta: Pustaka as Sunnah, 2008.
- Syahatah, Husayn, *Akuntansi zakat*, Jakarta : Pustaka progresif, 2004.
- Syauqi Beik, Irfan, at. all, *Kajian Empiris Peran Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan*, Jakarta : IMZ, Thn. 2011
- \_\_\_\_\_, at all, *Menggagas Arsitektur zakat Indonesia*, Ciputat : Indonesia Magnificence of zakat (IMZ), 2011.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat
- Tanjung, Hendri, dan Abrista Dewi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Bekasi: Gramata Publishing, 2013
- Tim Institut Manajemen Zakat, *Profil 7 Bazda Provinsi & Kabupaten Potensial Di Indonesia*, Ciputat: Intitut Manajemen Zakat, Cet. 1, 2006 Hlm. 6
- Tim Penyusun, *Panduan Organisasi Pengelolaan zakat*, Jakarta:Departemen Agama RI, Thn. 2008.
- Yani, Dwi, 2008, *Strategi Penghimpunan Dana Zakat oleh Baznas*, tesis magister pada Universitas Indonesia, Jakarta : tidak diterbitkan.
- Yogi, Adang widjana, Sudrajati ratnaningsih, *Manajemen strategi terapan*, Jakarta: Poliyama widya Pustaka, Thn 2007.