

**STRATEGIES AND INNOVATIONS TO INCREASE
FUNDRAISING INCOME AT YATIM MANDIRI
FOUNDATION SIDOARJO BRANCH AMID THE COVID-19
PANDEMIC**

**Sandy Prastyo Pribadi¹, Muhammad Abidzarrin,²
Dewi Riza Lisvi Vahlevi³**

¹STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

²STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

³STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

¹sandyprastyopribadi@gmail.com, ²abidzarrin5@gmail.com,

³dewirizalisvivahlevi@gmail.com

Abstract: The spread of Covid-19 cases in Indonesia has devastated various sectors of life. Starting from the economy, education, health, social, and many other crucial factors. In addition to having an impact on the national economy, Covid-19 also has an impact on the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) regarding innovations in collecting zakat funds. Based on data from the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) stated, in December 2019 recipients of zakat from Muzzaki only reached Rp. 21,347,813,515. This amount was obtained from entity zakat amounting to Rp 569,693,965 and individual zakat amounting to Rp 20,778,119,450 Data collection used observation and interview methods. During the Covid-19 pandemic, the Sidoarjo branch of the Yatim Mandiri Foundation developed digital fundraising strategy services such as internal platforms, external platforms, artificial intelligence platforms, and innovation platforms. In addition, in conducting fundraising, Yayasan Yatim Mandiri Sidoarjo Branch applies two fundraising methods, namely direct (direct) fundraising and indirect (indirect) fundraising. The performance for ziscos, in one day visiting the donor's house to educate the public to pay tithe, infaq and alms of at least 10 people. Zakat funds collected at Yatim Mandiri are distributed to poor orphans so that Yatim Mandiri provides a value of blessing that can be multiplied

Keywords : Baznas,Covid-19,Fumdreising,yatimmandiri,zisco

Pendahuluan

Meluasnya kasus Covid-19 di Indonesia telah memporak-porandakan berbagai sektor kehidupan. Mulai dari ekonomi, pendidikan, kesehatan, sosial, dan banyak sektor krusial lainnya. Berdasarkan data dari IMF memprediksikan output ekonomi dunia 2021 akan menyusut menjadi 5% atau 2% lebih buruk pada bulan april.¹ Dampak yang paling krusial terjadi pada kehidupan ekonomi sehingga harus segera diatasi secepatnya agar tidak menimbulkan dampak pada peningkatan jumlah kemiskinan.² Berdasarkan data dari BPS 2020 melaporkan, Indonesia memiliki 24,7 juta penduduk miskin, ini diperkirakan akan naik tahun 2021 jika permasalahan Covid-19 tidak segera dicarikan solusi. Menurut Direktur Riset Centre of Reform on Economy (Core) Pieter Abdullah, penyebaran virus corona yang terjadi secara terus-menerus akan berdampak kepada kenaikan angka kemiskinan di Indonesia. Imbasnya adalah angka kemiskinan Indonesia diperkirakan meningkat.³ Kemiskinan memiliki masalah yang sangat kompleks dan bersifat multidimensional, yang berkaitan dengan berbagai aspek antara lain: aspek sosial, ekonomi, budaya, dan aspek lainnya.

Dampak lain dari penyebaran virus corona ini adalah adanya kemungkinan gelombang PHK secara signifikan yang diakibatkan melemahnya kondisi ekonomi. Laporan hasil kajian INDEF menyimpulkan bahwa virus corona dapat mengakibatkan PHK, hal ini disebabkan menurunnya angka pertumbuhan ekonomin 4-4,5 persen. Data dari Organisasi Buruh Internasional(International Labour Organizations/ILO) memperkirakan virus corona akan menghilangkan 24,7 juta pekerjaan di dunia. Skenario rendahnya sebesar 5,3 juta. Adapun skenario pertengahannya sebanyak 13 juta pekerjaan. Dari total jumlah itu, 7,4 juta berada di negara-negara berpenghasilan tinggi.⁴

Selain berdampak pada perekonomian nasional, Covid-19 berdampak juga pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) terkait inovasi dalam pengumpulan dana zakat. Menurut direktur BAZNAS M. Rifin Purwakanta mengatakan, terdapat 3 kampanye yang dikeluarkan anatara lain: kampanye atau ajakan zakat yang masif, pelayanan pembayaran, dan pembukaan kanal donasi.⁵

¹ Retno Karunia Putri,dkk, Efek Pandemi Covid-19: Dampak Lonjakan Angka Phk Terhadap Penurunan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Bismak*, vol. 1, no. 2 (2021): 71

² Nurhidayat, Pendekatan Ekonomi Syariah Dalam Menyelesaikan Masalah Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, vol. 6, no.1 (2020): 18

³ Ibid. Hal.19

⁴ Ibid. Hal.20

⁵ Syareif Oebaidillah, 'BAZNAS Lakukan Inovasi Pengumpulan Zakat Di Masa Pandemi Covid19', <https://mediaindonesia.com/read/detail/320839-baznas-lakukan-inovasi-pengumpulan-zakatdi-masa-pandemi-covid-19>, diakses pada 24 November 2021.

Berdasarkan data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menyatakan, pada Desember 2019 penerima zakat dari *Muzzaki* hanya mencapai Rp 21.347.813.515. jumlah ini diperoleh dari zakat entitas sebesar Rp 569.693.965 dan zakat individu sebesar Rp 20.778.119.450.⁶

Mengantisipasi problem tersebut Yayasan Yatim Mandiri cabang Sidoarjo harus terus berupaya meningkatkan inovasi dan strategi zisco terkait *fundraising*. Terlebih ditengan pemberlakuan PPKM darurat yang membuat masyarakat kesulitan dalam memperoleh pekerjaan. Hal ini, akan berdampak pada menurunnya pendapatan Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo di bidang *fundraising*.

Landasan Teori

1. Strategi *Fundraising*

Menurut Rivai dan Prawironegoro, strategi adalah cara yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan akhir. Organisasi yang luas harus mampu membuat strategi untuk mencapai tujuan yang diharapkan.⁷ Sedangkan *fundraising* adalah produk atau program yang ditawarkan melalui penyampaian gagasan. *Fundraiser* merupakan sebutan untuk pihak yang melakukan kegiatan *fundraising*, baik kegiatan dilakukan secara individu maupun kelompok.⁸ Strategi *fundraising* merupakan suatu alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam memobilisasi sumber dana. Secara lebih sederhana, strategi *fundraising* merupakan sederetan tahapan mulai dari formulasi, implementasi dan evaluasi strategi.⁹ Terdapat beberapa tujuan *fundraising* diantaranya: (1) Mengumpulkan dana. (2) Meningkatkan jumlah muzakki atau donator. (3) Meningkatkan dan melayani kepuasan Muzakki (pembayar zakat). (4) Membangun, mempertahankan serta menjaga citra lembaga LAZ. (5) Menghimpun simpatisan, relasi dan pendukung.¹⁰

2. Analisis *Fundraising*

⁶ Fitri Andriani, Strategi Pengumpulan Dana ZISWAF Di Laz Yatim Mandiri Lamongan Dimasa Pandemi Covid-19 Dalam Prespektif Manajemen Strategi. (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manejemen Zakat Dan Wakaf Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2021), 1

⁷ Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, manajemen strategis, (Jakarta :mitra wacana media,2014), 6.

⁸ Abdul Ghafur, Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), 83.

⁹ Iqbal Rafiqi, Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di LAZIZNU Dan LAZIZMU Kabupaten Pemekasan. (Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2019), 24

¹⁰ Ibid. Hal. 25

Beberapa langkah perlu dilakukan untuk persiapan rencana strategis mobilisasi dan penggalangan sumber-sumber dana/daya sebuah lembaga. Langkah-langkah tersebut adalah: (1) rencana program jangka panjang atau rencana strategis, (2) anggaran jangka panjang untuk rencana strategis, (3) menetapkan skala prioritas program, (4) membangun scenario penggalangan sumber lembaga, (5) tujuan fundraising, (6) strategi fundraising, (7) identifikasi sumber-sumber dana/daya, (8) membuat tim kerja dan rencana kerja, (9) pemantauan hasil kerja, dan (10) evaluasi dan rencana ke depan.¹¹

3. Sejarah Singkat Yayasan Yatim Mandiri

Yatim Mandiri merupakan Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) milik masyarakat Indonesia yang fokus pada upaya memandirikan anak yatim dhuafa melalui pengelolaan zakat, infaq, sedekah dan wakaf (ZISWAF). Yatim mandiri berdiri pada tanggal 31 Maret 1994 menggunakan nama Yayasan Pembinaan dan Pengembangan Panti Asuhan Islam dan Anak Purna Asuh (YP3IS).

Berdirinya Yatim Mandiri berawal dari kegelisahan beberapa orang aktivis panti asuhan di Surabaya yaitu Sahid Has, Sumarno, Hasan Sadzili, Syarif Mukhodam dan Moch Hasyim yang melihat anak-anak yatim yang lulus SMA dipanti asuhan. Karena tidak semua panti asuhan mampu menyekolahkan para anak binaan sampai ke perguruan tinggi atau mampu mencarikan mereka lapangan pekerjaan, jadi sebagian besar anak-anak yatim dipulangkan kembali kepada orang tuanya yang masih ada. Setelah mereka pulang kembali maka kehidupan mereka akan kembali seperti semula. Melihat kondisi seperti ini, mereka berpikir bagaimana anak-anak ini bisa hidup mandiri tanpa bergantung pada orang lain.

Dalam perjalanannya YP3IS semakin berkembang dengan baik berkat dukungan dana dari masyarakat dan semakin profesional untuk memandirikan anak yatim dhuafa melalui berbagai program. Setelah melalui banyak perubahan baik secara kepengurusan maupun secara manajemen dan untuk memperluas kemanfaatan memandirikan anak yatim maka melalui rapat, diputuskan untuk mengganti nama menjadi Yatim Mandiri. Pada tanggal 22 Juli 2008 Yatim Mandiri terdaftar di Depkumham dengan nomor AHU-2413.AH.01.02.2008. Dengan nama baru Yatim Mandiri diharapkan akan menjadi lembaga lembaga pemberdaya anak yatim yang kuat di negeri ini. Yatim Mandiri juga telah resmi terdaftar sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional berdasarkan SK. Kemenag RI no 185 tahun 2016. Sampai saat ini Yatim Mandiri 6 sudah memiliki 45 kantor

¹¹ Atik Abidah, Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo. Jurnal Kodifikasia, vol. 10, no. 1 (2016), 12

Cabang di 12 Propinsi di Indonesia. Dengan berbagai program kemandirian yang ada, harapannya Yatim Mandiri semakin berkembang lebih baik dan mampu menebar manfaat lebih luas. Untuk memperkuat brand positioning sebagai lembaga yang konsen pada upaya memandirikan anak yatim dan janda dhuafa melalui dana ziswaf, maka pada tahun 2012 ini Yatim Mandiri melakukan perubahan logo. Terinspirasi dari pesawat yang sedang take off. Mengarah kekanan atas, tak hanya menuju kebaikan tapi juga keberkahan. Digabungkan dengan bentuk seorang anak (jingga) yang bergerak meraih mimpi, dan sosok donatur (biru) yang senantiasa memberi dukungan. Yayasan Yatim Mandiri memiliki visi dan misi antara lain:

a. visi

menjadi lembaga terpercaya dalam membangun kemandirian yatim.

b. misi

1. membangun nilai-nilai kemandirian yatim dan dhuafa.
2. meningkatkan partisipasi masyarakat dan dukungan sumber daya untuk kemandirian yatim dan dhuafa.
3. meningkatkan *capacity building* organisasi.

Program-program Yayasan Yatim Mandiri meliputi: Peminaan Lulus Ujian Sekolah (PLUS), Bestari, Alat Sekolah (ASA), Mandiri *Entrepreneur Center* (MEC), STAINIM, ICMBS, Sanggar Genius, Duta Guru, Rumah Kemandirian, *Supercamp*, Klinik Rumah Mandiri (RSM), Super Gizi Kurban, Gizi, Kesling, Bantuan Langsung Mustahiq (BLM), Bantuan Bencana Alam, BISA, Ramadhan..

Metodologi Penelitian

a. Metode Observasi

Metode Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi. Dalam hal ini, penulis mengamati kegiatan para karyawan Yatim Mandiri Sidoarjo selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL).

b. Metode wawancara

Metode wawancara merupakan metode pertemuan antara dua orang yang melakukan interaksi untuk bertukar informasi. Dalam hal ini, penulis mewawancarai kepala cabang Yatim Mandiri Sidoarjo

c. Metode Kepustakaan/studi pustaka

Metode kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan cara menggunakan buku atau referensi yang berkaitan dengan topik laporan PKL ini. Dalam hal ini, penulis menggunakan beberapa referensi seperti website, makalah, dll.

Hasil Dan Pembahasan

a. Proses Marketing

Sebagai lembaga sosial yang bergerak dalam bidang jasa, lembaga tersebut sangat mengedepankan proses pelayanan pelanggan. Pelayanan pelanggan dilakukan oleh lembaga tersebut bertujuan untuk mempertahankan kepuasan terhadap pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan bisa terjaga. Pelayanan itu dilakukan dengan cara pejemput donasi kepada konsumen ditempat yang telah disepakati dan konsumen juga dapat konsultasi masalah zakat, infaq, sedekah, dan wakaf pada ZIS consultant lembaga tersebut. Jam pelayanan pada lembaga tersebut disesuaikan dengan jam kerja kantor dan tidak tertutup kemungkinan adanya pelayanan diluar jam kerja kantor.

Produk-produk lembaga tersebut selalu dipaparkan secara rinci oleh ZIS Consultant mulai dari alasan produk ini di bentuk hingga manfaat dari produk hingga keunggulan produk tersebut. ZIS Consultant juga dituntut untuk jujur dalam penyampaian produk tersebut sebagai rasa cintanya lembaga tersebut kepada konsumen. Ketika produk sudah tersampaikan, maka ZIS Consultant harus memenuhi janji terhadap konsumen, misalkan perjanjian penjemputan donasi tepat waktu sesuai dengan kesepakatan, memberikan dokumentasi penyaluran donasi melalui majalah, rutin, dan sebagainya.

Selain proses penghimpunan donasi melalui pelayanan penjemputan donasi, strategi proses pada Laznas Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo juga melakukan proses penyaluran donasi. Proses penyaluran donasi ini dilakukan dengan menyalurkan dana-dana tersebut untuk melaksanakan program-program di Laznas Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo. Dengan adanya dana tersebut, program-program di Laznas Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo dapat terlaksana setiap bulannya

Hasil Pengamatan

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, banyak metode dan teknik yang dapat dilakukan. Adapun yang dimaksud metode disini adalah suatu bentuk kegiatan yang khas yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect*).

a) Metode Fundraising Langsung (*Direct Fundraising*)

Yang dimaksud dengan metode ini adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika (langsung) dilakukan.

2. Metode Fundraising Tidak Langsung (*Indirect fundraising*)

Metode ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *advertorial*, *image campaign* dan penyelenggaraan *Event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh, dll.

Prosedur yang digunakan

Penerimaan Zakat, Infaq, dan Shodaqoh bermula dari penjemputan donasi ke rumah atau ke instansi-instansi yang dilakukan oleh bagian staf luar atau yang biasa disebut dengan ZISCO (konsultan zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf) yang kemudian di setorkan ke perbankan untuk penyetoran ke rekening yayasan pusat, hal ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya risiko yang mungkin bisa terjadi kapan saja dengan cara membatasi jumlah kas kecil yang ada di cabang,

kemudian setelah penerimaan bukti transfer ke rekening yayasan pusat, ZISCO akan mencatat di lembar bukti penerimaan kas (BKM) yang di laporkan di bagian keuangan cabang sebagai bukti bahwa zakat, infaq, shodaqohdan wakaf telah di setor ke perbankan.

Analisis Sistem yang digunakan

Paling tidak ada lima proses yang digunakan dibidang fundraising, yaitu:

a. Menghimpun dana adalah tujuan fundresing yang paling dasar., yang dimaksud dana sendiri yaitu harta yang dimiliki muzaki berupa uang untk disisihkan kepada ZISCO yang kemudian di salurkan kepada Mutahik. dalam penghimpunan dana sendiri tidak hanya berupa uang namun juga berupa Emas, hasil pertanian, dan benda yang dimana memiliki nilai manfaat untuk diberikan kepada mustahiq. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan kepada mustahik. pada akhirnya apabila fundraising tidak menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya dihasilkan. Apabila sumber daya sudah tidak ada, maka lembaga akan kehilangan kemampuan untuk terus menjaga kelangsungannya, sehingga pada akhirnya akan mati.

b. Menghimpun donatur Lembaga yang melakukan fundraising harus terus menambah jumlah donaturnya. Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur pada saat setiap donatur mendonasikan dana yang tetap sama. Diantara kedua pilihan tersebut, maka menambah donatur adalah cara yang relatif lebih mudah dari pada menaikkan jumlah donasi dari setiap donatur. Dengan alasan ini maka mau tidak mau fundraising dari waktu ke waktu juga harus berorientasi untuk terus menambah jumlah donatur.

c. Menghimpun simpatisan dan pendukung Seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas fundraising yang dilakukan oleh sebuah LSM, mereka kemudian terkesan, menilai positif dan bersimpati. Akan tetapi pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu (misal: dana) sebagai donasi karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok ini akan menjadi promotor atau informan positif tentang lembaga

kepada orang lain dan juga sebagai pemberi kabar informal kepada setiap orang yang membutuhkan. Dengan adanya kelompok ini, maka kita memiliki jaringan informasi informal yang sangat menguntungkan.

Strategi Untuk Meningkatkan Pendapatan Fundraising Ditengah Pandemi Covid-19.

Dalam kondisi pandemi Covid-19, Yayasan Yatim Mandiri cabang Sidoarjo harus mengembangkan layanan strategi *fundraising digital*. Strategi tersebut meliputi:

- a) *internal platform*, Dengan strategi ini Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo dapat mengembangkan layanan donasi via situs internet dan android.
- b) *eksternal platform*, Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo dapat menjalin kerjasama dengan provider penyedia platform toko online dan bisnis digital. social media platform dengan mengembangkan program donasi via media sosial (line, whatsapp dan facebook).
- c) *artificial intelligence platform* artinya Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo menciptakan mesin cerdas yang bertujuan untuk mempermudah dan memperkuat layanan fundraising dengan membuat sebuah aplikasi yang dapat diunduh melalui *playstore*.
- d) *innovation platform*, melalui strategi ini Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo mengembangkan inovasi fundraising digital yang sesuai dengan tuntutan, kebutuhan dan adaptasi teknologi.

dalam melakukan fundraising Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo menerapkan dua metode fundraising yaitu direct fundraising (langsung) dan indirect fundraising (tidak langsung). Metode fundraising langsung (direct fundraising), Metode fundraising yang dilakukan Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo yaitu menggunakan metode fundraising langsung yaitu metode fundraising yang menggunakan teknik- teknik atau cara- cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung dalam mengumpulkan dana, bentuk- bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung) dilakukan Diantara metode fundraising langsung tersebut yaitu:

- Layanan membayar zakat, infaq dan shadaqah dikantor Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo, bagi para muzakki yang akan menyalurkan zakat, infaq atau

shadaqahnya secara langsung bisa mendatangi kantor Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo yang berlokasi di Pondok Mutiara No.15A, Jati, Sidoarjo Kota, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. kantor dibuka setiap hari senin- sabtu dari jam 08.00- 16.00 WIB. Dengan adanya layanan ini diharapkan bagi para muzakki dapat bertanya secara langsung kepada pengurus Yayasan Yatim Mandiri seputar pengelolaan dana zakat, infaq dan shadaqah serta program yang sudah dilaksanakan , sehingga muzakki percaya dengan kinerja Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo dalam pendayagunaan dana zakat, infaq dan shadaqah. Layanan jemput zakat yaitu layanan yang diadakan oleh Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo dimana pihak Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo (amil) bersedia menjemput dana zakat, infaq dan shadaqah ke tempat dimana calon muzakki tinggal namun sebelumnya calon muzakki tersebut telah menghubungi pihak Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo. Membagikan proposal produk ke perusahaan yang akan menjadi mitra donatur Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo.

b) Metode fundraising tidak langsung (indirect fundraising), metode fundraising tidak langsung yaitu metode fundarising yang menggunakan teknik- teknik atau cara- cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, bentuk- bentuk fundraising dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika diantara metode tersebut yaitu:

- Sosialisasi lewat media sosial, selain melakukan sosialisasi melalui beberapa kegiatan, Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo juga melakukan sosialisasi melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dll. selain itu juga menyebarkan informasi seputar Yayasan Yatim Mandiri bisa diakses melalui website di alamat: www.yatimmandiri.org

Inovasi Yang Harus Dilakukan Untuk Meningkatkan Kinerja Zisco

Kinerja bagi para zisco, dalam satu hari berkunjung ke rumah donatur untuk mengedukasi masyarakat agar berzakat, infak dan sedekah minimal sebanyak 10 orang. Zisco akan diberikan form kunjungan yang harus ditulis ketika hadir dirumah donatur. Dan form tersebut akan diperiksa pada musyawarah mingguan untuk dilakukan croscheck serta pencapaian target yang telah ditentukan oleh masing-masing zisco.

a. Fasilitas Penunjang Kinerja

Salah satu bentuk fasilitas yang harus dimiliki oleh seorang zisco adalah kendaraan. Karena keberadaan kendaraan tersebut akan sangat menunjang keberhasilan. Karena memang tupoksi bagi para ZISCO dalam bekerja adalah 10% di kantor dan 90% di lapangan. Fasilitas yang diberikan lembaga Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo untuk bagian fundraising (zisco) yakni berupa biaya transportasi.

- b. Penghargaan (Reward) dan Hukuman (Punishment) Reward atau penghargaan di Yatim Mandiri diterapkan untuk menunjang semangat kerja para karyawan. ada dua kategori reward yaitu Reward yang berasal dari pusat dan cabang. Reward yang diberikan dari pusat ialah umroh gratis. Umroh gratis ini dilaksanakan dalam satu tahun sekali untuk karyawan terbaik yang dipilih diseluruh cabang yatim Mandiri di Indonesia. Penghargaan lainnya yakni yang berasal dari cabang. Contohnya adalah penghargaan untuk karyawan terbaik akan diberikan penghargaan berupa piagam, plakat ataupun penghargaan dalam bentuk nominal uang. Punishment di Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo yakni berupa teguran/surat peringatan (SP). Surat peringatan akan dilayangkan kepada karyawan yang tidak mentaati peraturan di Yatim Mandiri. Peringatan pertama berupa teguran. Surat peringatan dikeluarkan atas rekomendasi kepala cabang dan di acc oleh pusat. Bentuk surat peringatan yakni SP 1, Sp 2 dan SP 3. Jika kesalahan sudah sangat fatal maka akan langsung dikenakan surat peringatan ke tiga.

Karyawan Yatim Mandiri mengetahui bahwa yang menerima zakat ada delapan asnaf yang mana telah dijelaskan di QS At Taubah ayat 60, dan yatim itu tidak masuk dalam kategori tersebut. Namun dana zakat yang telah terkumpul di Yatim Mandiri ini disalurkan kepada yatim yang fakir atau miskin sehingganya Yatim Mandiri beranggapan nilai keberkahan yang mereka dapat berlipat. Yang pertama mendapat keberkahan dari nilai zakatnya, kemudian ditambah dengan bisa membantu dan membahagiakan para yatim yang ada di Indonesia khususnya sidoarjo. Telah di ketahui bahwasannya karyawan di Yatim Mandiri memiliki latar belakang yang berbeda-beda, maka dari itu agar tujuan organisasi atau lembaga dapat tercapai dengan baik maka dibentuklah budaya organisasi yakni TRUST/FAST. Menurut Hasibuan menerangkan aspek-aspek kinerja ada tujuh yakni kesetiaan, prestasi kerja, kedisiplinan, kreatifitas, kerjasama, kecakapan dan tanggung jawab.

a. Korelasi antara True (Benar) / Sidiq (Benar) dengan Prestasi Kerja dan Tanggung Jawab.

- 1) True (benar) / sidiq (benar), dengan Kesetiaan Yatim Mandiri merupakan lembaga sosial penghimpun dana umat yang memiliki jargon “Yatim Mandiri, Berkarya Peduli, Sukses Mulia, Allahu Akbar” ini secara tidak langsung jargon tersebut membangun nilai-nilai yang menguatkan kesetiaan atau keyakinan untuk bertindak oleh setiap karyawannya. Kata “Yatim Mandiri” disini ditanamkan nilai kebanggaan setiap karyawan akan lembaga yang dijunjungnya. Kata “Berkarya Peduli” menanamkan rasa kebanggaan kepada setiap diri karyawannya bahwasannya usia selama hidupnya selalu ia gunakan untuk kebaikan menolong sesama. Kata “sukses mulia” disini memabangun keyakinan bahwasannya pekerjaannya adalah pekerjaan mulia, yakni menolong anak-anak yatim dhuafa yang mana telah Allah janjikan balasanbalasan kebaikan kepada siapa saja yang menolong serta memuliakan anak yatim. Kata “Allhu Akbar” yakni bukti ke Esaan Allah yang telah menciptakan manusia dengan segala kemampuannya, yang tidak ada Tuhan yang waj disembah selain Dia.
- 2) True (benar)/ sidiq (benar), dengan prestasi yang diperoleh Yayasan Yatim Mandiri cabang Sidoarjo merupakan pengumpulan dana umat yang mana sangat membutuhkan kejujuran serta tanggung jawab karyawannya. Budaya true/sidiq dapat membuat prestasi kerja, nilai tersebut muncul karena sikap jujur akan selalu menjadi sikap pertama yang harus dimiliki oleh setiap individu. Kejujuran akan selalu melahirkan kebaikan-kebaikan/keuntungan.
- 3) True (Benar) / sidiq (Benar) dengan Tanggung Jawab True/shidiq berarti benar. Yakni nilai yang ditanamkan kepada seluruh karyawan Yatim Mandiri bukan hanya perkataannya yang benar, tapi juga perbuatannya benar, sejalan dengan ucapannya. Dan tiadalah yang diucapkan itu kebaikan- kebaikan menurut kemauan hawa nafsunya. Dari budaya True/Shidiq dapat dilihat bahwasannya maksud dari dibentuknya budaya tersebut yakni untuk membangun nilai kejujuran (fairness) para karyawan dimana Yatim Mandiri merupakan lembaga sosial yang menghimpun dana/uang umat, maka kejujuran adalah modal utama yang harus dimiliki

oleh para karyawannya. Seperti halnya dengan semisal ketika para donatur meminta kepada zisco untuk dihitung besarnya zakat yang harus dikeluarkan oleh donatur tersebut, maka seorang zisco harus mampu menghitungnya dengan benar karena aturan pengeluaran untuk zakat sudah ada perhitungannya sendiri maka dari sini akan muncul rasa tanggung jawab dalam memberikan perhitungan besarnya zakat yang harus dikeluarkan. tanggung jawab ini baik dihadapan manusia maupun dihadapan Allah.

b. Korelasi antara Responsibility (Tanggung jawab) /Trust (Kepercayaan) /Amanah (Dapat dipercaya) dengan Prestasi Kerja, Kedisiplinan dan Tanggung Jawab.

1) Responsibility (tanggung jawab) /Trust (kepercayaan) /Amanah (dapat dipercaya) dengan Prestasi Kerja Responsibility/Trust/Amanah yang berarti bertanggung jawab/dapat dipercaya yakni sebuah nilai budaya yang dibangun yang memiliki hubungan penting dengan prestasi kerja. Jika seseorang telah diberi suatu tugas atau pekerjaan dan mereka bisa melaksanakan dan bertanggung jawab dengan baik apa yang telah ditugaskan/amanahkan tersebut maka secara tidak langsung mereka akan melaksanakan tugas itu dengan sebaik-baiknya. Nilai budaya Responsibility/Trust/Amanah ini berorientasi pada hasil (result oriented). Maksudnya, di Yatim Mandiri setiap karyawan mempunyai targetan pengumpulan donasi masing-masing sesuai dengan besar pengumpulan di bulan-bulan sebelumnya. Maka disini secara tidak langsung terbangunlah nilai result oriented dalam diri karyawan untuk mencapai target tersebut. Budaya responsibility/trust/amanah adalah budaya yang dibangun yang mampu melahirkan prestasi kerja, yakni penanganan yang cepat dan tepat akan mendukung karyawan/lembaga dalam pencapaian prestasi kinerja.

2) Responsibility (tanggung jawab) /Trust (kepercayaan) /Amanah (dapat dipercaya) dengan Kedisiplinan Responsibility/Trust/Amanah akan membangun nilai kedisiplinan yakni ketika seseorang diberi tugas, kemudian dapat menjalankannya dengan sebaik mungkin, secara tidak langsung dalam penyelesaian tugas tersebut seseorang tersebut mempunyai

perencanaan yang matang atau bisa disebut memiliki targetan-targetan yang sudah direncanakan untuk pencapaian penyelesaian tuganya tersebut.

3) Responsibility (tanggung jawab) /Trust (kepercayaan) /Amanah (dapat dipercaya) dengan Tanggung Jawab Responsibility yang berarti bertanggung jawab, Trust yang artinya benar dan Amanah yang artinya benar-benar bisa dipercaya. Maksudnya Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Dari budaya yang ditetapkan ini adalah suatu nilai yang dibangun untuk membentuk akuntabilitas seorang karyawan, yang artinya berfungsinya seluruh penggerak jalannya kegiatan lembaga sesuai tugas dan kewenangannya masing-masing.

c. Korelasi antara Upgradable (Peningkatan kapasitas) / Fathanah (Cerdas) dengan Prestasi Kerja, Kedisiplinan, Kreatifitas, Kerjasama dan Kecakapan.

1) Upgradable (Peningkatan kapasitas) / Fathanah (Cerdas) dengan Prestasi Kerja Upgradable/Fathanah merupakan nilai yang harus dimiliki oleh seorang karyawan. Fathanah yang berarti cerdas sangat dibutuhkan oleh lembaga. Kecerdasan para karyawan akan menjadikan karyawan-karyawan mampu bersaing didunia kerja, dan dari kecerdasan ini salah satunya akan terwujudnya prestasi kerja. Dari keseluruhan nilai-nilai budaya yang dibangun di Yatim Mandiri tentunya memiliki passion (keinginan besar) untuk mewujudkan visinya yang mana bisa dilihat dari kinerja dan semangat para karyawannya dalam menjalankan tugasnya masing-masing dan passion (keinginan besar) ini dapat mendukung karyawan untuk menyelesaikan tugasnya dengan hasil sebaik mungkin.

2) Upgradable (Peningkatan kapasitas) / Fathanah (Cerdas) dengan Kedisiplinan Upgradable/Fathanah dapat membentuk nilai kedisiplinan. Hal ini terjadi karena Yatim Mandiri mewajibkan kepada seluruh sumber daya manusi (SDM) Yatim Mandiri untuk mengikuti kegiatan ta'lim setiap paginya. Secara tidak langsung dari budaya ini dapat memberikan dampak besar untuk membangun dan melatih kedisiplinan para karyawannya. Karyawan yang tidak mengikuti agenda ta'lim akan mendapatkan teguran, maka secara tidak langsung setiap karyawan akan

selalu berusaha datang tepat waktu dan akan selalu membudayakan konfirmasi jika belum bisa mengikuti agenda ta'lim tersebut.

3) Upgradable (Peningkatan kapasitas) / Fathanah (Cerdas) dengan Kreativitas Kreativitas seorang karyawan bisa terbentuk karena tuntutan perubahan zaman, yang mana setiap karyawan akan diberikan pelatihan dan pembinaan. Semakin bertambah banyaknya lembaga-lembaga sosial di Lampung maka diperlukan kreativitas-kreativitas dari para karyawan agar Yatim Mandiri tetap mampu bersaing dan dikenal oleh seluruh masyarakat. Upgradable/fathanah adalah tindakan mengganti sebuah produk dengan versi yang lebih baru, dan sering lebih maju dari produk sejenis. Nilai budaya tersebut dibangun yakni untuk membangun inovasi (inovation) para karyawan agar lembaga yang sedang mereka junjung akan selalu terdepan dan dikenal oleh seluruh masyarakat. Nilai lain yang terkandung dari budaya upgradable/fathanah adalah responsif terhadap perubahan (change responsive). Yakni kemampuan menyesuaikan perubahan internal pada kekuatan eksternal perubahan, seperti kompetisi dan teknologi yang selalu berkembang. Maksud dari kompetisi dan teknologi yang selalu berkembang yakni banyak lembaga-lembaga sosial di Sidoarjo yang telah dikenal masyarakat, artinya dari keadaan tersebut bagaimana usaha dari seluruh karyawan Yatim Mandiri untuk tetap mengenalkan Yatim Mandiri sebagai lembaga sosial agar masyarakat tetap dan mau berdonasi di Yatim Mandiri. Hal ini bisa dilakukan melalui peran zisco yang turun kelapangan untuk mengudakasi masyarakat agar faham ZISWAF. Secara tidak langsung, zisco telah memasarkan Yatim Mandiri kepada masyarakat agar mau berdonasi atau menjadi donatur ke Yatim Mandiri. Pengenalan lain juga bisa dilakukan melalui media seperti facebook, instagram, website, melalui baner-baner yang dipasang dipinggir-pinggir jalan, brosur, majalah dan aksi turun kemasyarakat untuk melakukan pengenalan program-program dari Yatim Mandiri contohnya seperti melakukan aksi tarhib ramadhan, qurban dll.

4) Upgradable (Peningkatan kapasitas) / Fathanah (Cerdas) dengan Kerjasama Upgradable/Fathanah dapat membentuk nilai kerjasama karena

di Yatim Mandiri dari setiap diri karyawannya dalam pencapai target masing-masing seorang zisco tidak menganggap itu adalah persaingan. Mereka menganggap bahwasannya hasil pekerjaannya tersebut adalah hasil dari kerja keras masing-masing yang dimana ketika salah satu karyawan memiliki target pencapaian yang tinggi berarti memang karyawan tersebut memiliki kualitas yang bagus baik dari kecakapan dalam bersosialisasi dengan masyarakat maupun hubungan baik dengan Allah (habbluminallah). Dari inilah muncul nilai kerjasama yakni setiap karyawan saling bertukar pengalaman dan saling mendoakan.

5) Upgradable (Peningkatan kapasitas) / Fathanah (Cerdas) dengan Kecakapan Budaya upgradable/fathonah seperti pada bab sebelumnya telah dijelaskan salah satunya yakni untuk pembinaan para karyawannya, maka dari itu dibentuklah kebiasaan ta'lim. Kebiasaan ta'lim ini dibuat dan dikembangkan dapat memberikan dampak besar bagi kinerja karyawan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo. Ta'lim selain sangat memberikan dampak besar bagi perbaikan akhlak karyawannya, selain meng upgrade iman dan ilmu kebiasaan ini juga secara tidak langsung membangun diri untuk disiplin. Karena jika setiap karyawan tidak mengikuti agenda tersebut kecuali tanpa alasan syar'i akan diberi peringatan langsung dari kepala cabang. Ta'lim juga membangun nilai-nilai kejujuran, inovasi serta membangun pelayanan prima kepada para donatur. Hal ini terjadi karena dalam agenda ta'lim akan diselipkan agenda evaluasi. Evaluasi dilakukan satu kali dalam satu bulan dan tepatnya pada akhir bulan. Pada saat evaluasi, setiap individu melaporkan kejadiankejadian yang telah dialaminya tanpa ada yang ditutup-tutupi. Maka dari sinilah terbentuk nilai-nilai kejujuran pada diri setiap karyawan. setelah setiap individu menyampaikan peristiwa yang telah terjadi maka dicarilah solusi terbaik. Dalam proses tersebutlah terbangun inovasi dari para karyawan untuk kebaikan Yayasan Yatim Mandiri kedepan. Dalam membangun kecakapan karyawan tidak hanya dengan ta'lim saja, namun ada pelatihan-pelatihan yang harus diikuti oleh karyawan baik yang diadakan oleh lembaga maupun dari kantor pusat.

Kesimpulan

Dalam kondisi pandemi covid-19 Yayasan Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo harus mengembangkan layanan strategi fundraising digital untuk meningkatkan pendapatan dibidang fundraising. Penerapan kedua metode fundraising diharapkan bisa mengoptimalkan dalam meningkatkan mitra donatur.

Budaya organisasi yang terbentuk di Yatim Mandiri Cabang Sidoarjo yaitu pertama T singkatan dari True/Sidiq yang berarti Benar. Kedua R singkatan dari Responsibility/Trust/Amanah. Ketiga U singkatan Upgradeble/Fathanah Bahwa Yatim Mandiri konsen pada pengembangan dan pembinaan pada karyawan. Keempat S singkatan dari Servise excellent/Tabliq yakni yayasan yatim Mandiri berusaha melayani secara prima baik pada donatur maupun rekan lembaga

References

- Retno Karunia Putri,dkk, Efek Pandemi Covid-19: Dampak Lonjakan Angka Phk Terhadap Penurunan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Bismak*, vol. 1, no. 2 (2021): 71
- Nurhidayat, Pendekatan Ekonomi Syariah Dalam Menyelesaikan Masalah Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, vol. 6, no.1 (2020): 18
- Syareif Oebaidillah, ,BAZNAS Lakukan Inovasi Pengumpulan Zakat Di Masa Pandemi Covid19', <https://mediaindonesia.com/read/detail/320839-baznas-lakukan-inovasi-pengumpulan-zakatdi-masa-pandemi-covid-19,diakses pada 24 November 2021>.
- ¹ Fitri Andriani, Strategi Pengumpulan Dana ZISWAF Di Laz Yatim Mandiri Lamongan Dimasa Pandemi Covid-19 Dalam Prespektif Manajemen Strategi. (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manejemen Zakat Dan Wakaf Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2021), 1
- ¹ Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, manajemen strategis , (Jakarta :mitra wacana media,2014), 6.
- ¹ Abdul Ghafur, Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), 83.

¹ Iqbal Rafiqi, *Strategi Fundraising Zakat Infaq Shadaqah Di LAZIZNU Dan LAZIZMU Kabupaten Pamekasan*. (Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2019), 24

Atik Abidah, *Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo*. *Jurnal Kodifikasia*, vol. 10, no. 1 (2016), 12