

**Analisis Strategi Optimalisasi Penghimpunan
Dana Zakat, Infak, dan Sedekah pada
Lembaga Amil Zakat Solopeduli 2022**

Fitriyah¹, Supawi Pawenang², Raisa Aribatul Hamidah³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

fitriyah53001@gmail.com, pawipawenang@gmail.com, raisaribatul9@gmail.com

ABSTRACT

The realization of zakat collection in Indonesia has experienced quite a large gap compared to the existing zakat potential. This happens because the zakat institution is less than optimal in implementing the strategy of collecting zakat, infaq, and sadaqa. This certainly creates a challenge for zakat institutions or organizations in maximizing their performance to take part in helping the government in efforts to minimize poverty in Indonesia. LAZ Solopeduli as a provincial-level LAZ with the best ZIS collection growth at the 2019 BAZNAS Award, of course, has a strategy and targets for collecting ZIS as an effort to maximize the potential of existing zakat. The purpose of this study was to find out the optimization strategies and constraints involved in compiling ZIS LAZ Solopeduli 2022. A descriptive-qualitative approach with a type of field research was used. Researchers used various data collection techniques including interviews with seven LAZ Solopeduli employees, observation, and documentation. The analysis was carried out in three stages, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing, and verification. The data's credibility was tested using triangulation of data collection techniques. The results showed that the strategy for optimizing ZIS collection was carried out in three stages of strategy formulation, implementation, and evaluation. The formulation is prepared by setting annual targets, determining sources of funds, plotting targets, and formulating strategies. The collection is carried out using two direct and indirect fundraising methods. The strategies used are dialogue fundraising, corporate fundraising, multichannel fundraising, also donor retention and development. The constraints experienced stem from internal problems (limitations of human resources and lack of action) and external problems (government regulations and social issues).

Keywords: Strategy Optimization, Fundraising, ZIS

ABSTRAK

Realisasi penghimpunan zakat di Indonesia mengalami kesenjangan cukup besar dari potensi zakat yang ada. Hal tersebut terjadi karena kurang optimalnya lembaga zakat dalam mengimplementasikan strategi penghimpunan zakat, infak, dan sedekah. Hal tersebut tentu menjadikan tantangan bagi lembaga atau organisasi zakat dalam memaksimalkan kinerja untuk ikut andil membantu pemerintah dalam upaya meminimalisir tingkat kemiskinan di Indonesia. LAZ Solopeduli sebagai LAZ tingkat provinsi dengan pertumbuhan pengumpulan ZIS terbaik pada BAZNAS Award 2019, tentunya memiliki strategi dan target dalam penghimpunan ZIS sebagai upaya memaksimalkan potensi zakat yang ada. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi optimalisasi dan kendala dalam penghimpunan ZIS LAZ Solopeduli 2022. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian *field research*. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dari wawancara kepada tujuh karyawan LAZ Solopeduli, observasi, dan dokumentasi. Analisa dilakukan dengan tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan,

dan verifikasi. Kredibilitas data diuji dengan triangulasi teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi optimalisasi penghimpunan ZIS dilakukan dalam tiga tahapan formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi. Formulasi disusun dengan penentuan target tahunan, penentuan sumber dana, plotting target, dan penyusunan strategi. Penghimpunan dilakukan dengan dua metode *direct* dan *indirect fundraising*. Strategi yang digunakan yaitu *dialogue fundraising*, *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, serta *retention and development* donatur. Kendala yang dialami berasal dari masalah internal (keterbatasan SDM dan minimnya aksi) dan masalah eksternal (peraturan pemerintah dan isu sosial).

Kata Kunci: Strategi Optimalisasi, Penghimpunan Dana, ZIS

PENDAHULUAN

Potensi zakat di Indonesia tahun 2020 sebesar Rp.327 triliun. Pada tahun 2020 penghimpunan zakat di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 42,16% atau sebesar Rp 4.311, 65 milyar dibandingkan dengan penghimpunan tahun 2019. Namun, realisasi penghimpunan zakat di Indonesia mengalami kesenjangan cukup besar dari potensi zakat yang ada dimana realisasi penghimpunan hanya mencapai 12.429,25 triliun atau sebesar 3,8% dari jumlah potensi penghimpunan zakat yang ada. (BAZNAS, 2022). Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya gap menurut penelitian Ascarya dan Yumanita (2018) antara lain permasalahan sistem, permasalahan internal dan permasalahan eksternal. Hambatan sistem yang menjadi penyebab minimnya penghimpunan ZIS yaitu peraturan pemerintah serta *support* atau dorongan pemerintah yang belum memadai. Aspek internal yang menyebabkan rendahnya penghimpunan ZIS disebabkan karena kurang baiknya tata kelola lembaga zakat dan sumber daya manusia yang terbatas baik secara kuantitas maupun kualitas. Aspek eksternal yaitu rendahnya literasi zakat masyarakat Indonesia serta banyaknya masyarakat yang menyalurkan zakat ke lembaga atau organisasi diluar zakat yang menjadikan kurang optimalnya penghimpunan zakat di Indonesia.

Upaya dalam mengoptimalkan penghimpunan ZIS diperlukan sebuah strategi penghimpunan dalam memaksimalkan pertumbuhan jumlah muzakki maupun donatur zakat, infak dan sedekah. Pelaksanaan penghimpunan yang optimal harapannya dapat meminimalisir permasalahan perekonomian dan kesenjangan sosial (Fita Fatimah, 2019). Optimalisasi dalam penghimpunan dana ZIS dinilai sangat penting dikarenakan jika semakin banyak dana yang terhimpun maka semakin banyak skala dampak terhadap program-program, ekonomi, pendidikan, sosial, dakwah serta program kemanusiaan yang dapat disalurkan oleh lembaga zakat. Jika dana yang terhimpun minim maka dana yang akan disalurkan ke program-program tersebut juga terbatas. (BAZNAS, 2022). Hal tersebut tentu menjadikan tantangan bagi lembaga atau organisasi zakat dalam memaksimalkan kinerja untuk ikut andil membantu pemerintah dalam upaya meminimalisir tingkat kemiskinan di Indonesia.

Lembaga Amil Zakat Solopedul sebagai badan atau lembaga sosial tingkat provinsi yang menghimpun serta mengelola ZIS, umumnya mengawali program dari fungsi perencanaan dalam pengelolaan dana ZIS. Hal tersebut dapat dipahami antara lain dari adanya perencanaan target penghimpunan dan penyaluran dana ZIS. Target

tersebut disusun sesuai realitas obyektif dengan mevisualisasikan kebutuhan maupun keperluan kaum dhuafa baik berupa bantuan materil *non-materil* maupun berupa pertolongan yang bersumber dari dana ZIS. LAZ Solopeduli sebagai LAZ provinsi yang telah mendapatkan nilai Indeks Zakat Nasional dengan pedikat Sangat Baik pada Mei 2022 dan mendapatkan penghargaan sebagai LAZ tingkat provinsi dengan pertumbuhan pengumpulan ZIS terbaik pada BAZNAS Award 2019, tentunya memiliki strategi dan target dalam penghimpunan ZIS sebagai upaya memaksimalkan potensi zakat yang ada. Strategi yang digunakan dalam optimalisasi penghimpunan LAZ Solopeduli baik *direct-indirect strategy* tentu disesuaikan dengan target penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi serta kendala dalam optimalisasi penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah di LAZ Solopeduli. Penelitian dilakukan dengan menganalisa tahapan strategi yang digunakan LAZ Solopeduli dalam optimalisasi penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah.

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dkk (2018), Thoin dan Andrian (2021), Arisandi dkk (2021), Nopiardo (2017) dan penelitian yang relevan lainnya. Berdasarkan penelitian Nopiardo (2017) strategi dalam penghimpunan dana zakat oleh BAZNAS Kabupaten Tanah Datar dilakukan dalam 2 strategi yaitu strategi langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*in direct fundraising*). Sedangkan berdasarkan penelitian Thoin dan Andrian (2021) strategi yang digunakan LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah dalam upaya peningkatan penghimpunan zakat, infak, dan sedekah yaitu dengan strategi tradisonal dan modern. Strategi tradisonal dilakukan dengan *funding officer* dan datang langsung ke kantor, sedangkan strategi modern dilakukan dengan memanfaatkan *platform online, crowdfunding* dan *marketplace*. Penelitian tersebut juga mengikhtisarkan bahwa kendala yang dialami LAZ Al-Ihsan dalam penghimpunan dana ZIS yaitu minimnya dana pengelola yang digunakan untuk memaksimalkan kegiatan-kegiatan lembaga dikarenakan dana yang digunakan sesuai hak amil yaitu sejumlah 12% untuk zakat dan 20% untuk infak. Kenddala berikutnya adalah sumber daya manusia yang terbatas, sehingga berpengaruh dalam jangkauan terhadap calon muzaki ataupun donatur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini digolongkan pada penelitian lapangan (*field research*) yang mana penelitian dilakukan dengan pengamatan terhadap suatu fenomena atau kejadian dalam suatu keadaan alamiah dengan mengumpulkan data yang mendalam untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Penelitian ini dilakukan di LAZ Solopeduli yang beralamatkan di Jetak, Kelurahan Bolon Kecamatan Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah. Penelitian dilaksanakan selama 3 bulan, sejak bulan 01 Oktober 2022-31 Desember 2022. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh dari hasil wawancara beberapa informan diantaranya direktur utama, direktur *fundraising*, kepala cabang, manajer *fundraising online* dan *offline*, *staff fundraising online* dan *staf customer relationship management*. Data sekunder yang bersumber dari dokumen, berita, annual report, foto, laporan dan jurnal-jurnal berkaitan dengan penghimpunan ZIS dan data-data dari LAZ Solopedul. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, wawancara dan observasi.

Tahapan yang dilakukan penulis dalam menganalisis data, yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) serta *conclusion drawing and verification* (penarikan kesimpulan dan verifikasi). Pemeriksaan terhadap kredibilitas data pada penelitian ini menggunakan uji keabsahan dengan melakukan teknik triangulasi. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik, yang mana pengujian keabsahan suatu data dilakukan dengan melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Pada penelitian ini dilakukan pengecekan data dari data hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara.

Definisi Variabel

1. Strategi Optimalisasi

Strategi merupakan suatu rencana yang tersusun guna mencapai suatu tujuan jangka panjang yang dilakukan oleh suatu individu maupun kelompok. Sedangkan, optimalisasi merupakan proses yang dilaksanakan dalam mencapai target secara efektif dan efisien. Strategi optimalisasi merupakan rencana yang tersusun guna mencapai target atau tujuan jangka panjang yang efektif dan efisien.

2. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana atau *fundraising* merupakan suatu kegiatan menghimpun dana dan/atau sumber daya lainnya dari masyarakat untuk tujuan tertentu yang dilakukan oleh suatu individu maupun kelompok.

3. Zakat, Infak, dan Sedekah

Zakat merupakan perbuatan wajib yang dilakukan umat muslim dengan mengeluarkan sebagian hartanya dengan kadar yang ditentukan sesuai *haul* dan *nishabnya* serta diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima. Jenis zakat yaitu zakat fitrah dan zakat *maal* (harta).

Infak merupakan kegiatan mengeluarkan sebagian harta secara sukarela untuk suatu kepentingan yang diperintahkan Allah dengan tujuan mengharap ridho Allah SWT.

Sedekah merupakan perbuatan memberikan sesuatu kepada orang lain baik materil maupun non-materil secara sukarela dengan tujuan mengharap ridho Allah SWT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, dalam penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah LAZ Solopedul dilakukan manajemen strategi dalam tiga tahapan yaitu formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi. Berikut tahapan

strategi optimalisasi penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli:

1. Formulasi Strategi

Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur utama, direktur *fundraising* dan manajer *fundraising offline* LAZ Solopeduli, formulasi strategi dilakukan pada saat Rapat Kerja Anggaran Tahunan (RKAT). Rapat Kerja Anggaran Tahunan (RKAT) LAZ Solopeduli dilakukan setidaknya satu kali dalam periode akhir tahun yang mana rapat tersebut sifatnya berkelanjutan hingga mendapatkan hasil yang dituju. Berikut tahapan formulasi strategi penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli:

a. Penentuan target penghimpunan satu tahun berikutnya.

Penentuan target dilakukan dengan menentukan jumlah mustahik yang akan diberi kemanfaatan atas dana ZIS diikuti dengan menentukan program yang akan dijalankan untuk mencapai target jumlah mustahik tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan menghitung seluruh kebutuhan biaya program tersebut. Sehingga keseluruhan biaya program tersebut yang akan dijadikan acuan utama dalam penentuan target. Adanya target penghimpunan secara otomatis berpengaruh terhadap tuntutan kenaikan jumlah muzaki ataupun donatur.

b. Penentuan sumber dana atas biaya program.

Setelah ditemukan berapa nominal biaya yang harus disiapkan, dilanjutkan dengan menentukan sumber dana atas biaya program yang dibutuhkan.

c. Ploting target.

Setiap cabang LAZ Solopeduli yang berjumlah 8 akan diberikan plotingan pembagian target per cabang termasuk pada cabang *fundraising* online. Penentuan jumlah target per cabang dilakukan dengan melihat potensi dana ZIS yang ada pada wilayah cabang dan jumlah amil yang terdapat di cabang tersebut.

d. Penyusunan strategi .

Penyusunan strategi dilakukan dengan menggunakan beberapa alat analisa seperti SWOT dan Analisis Bussines Canvas. Analisis dilakukan guna memproyeksikan strategi penghimpunan dana dengan memperhatikan evaluasi strategi di tahun sebelumnya.

Berikut grafik target penghimpunan zakat, infak, dan sedekah LAZ Solopeduli:



Gambar 1 Grafik Target Penghimpunan ZIS

Sumber: Dokumen LAZ Solopeduli

Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya LAZ Solopeduli memiliki target penghimpunan yang terus meningkat. Target penghimpunan ZIS ditingkatkan secara bertahap sehingga lebih logis untuk dapat dicapai. Dalam penetapan jumlah target tahunan tersebut, LAZ Solopeduli mempertimbangkan pencapaian atau hasil penghimpunan zakat dari tahun-tahun sebelumnya dimana keputusan mengenai besarnya peningkatan target akan disesuaikan dengan pencapaian yang telah terealisasi. Pada tahun 2022, LAZ Solopeduli menentukan target penghimpunan sejumlah Rp54.600.000.000. Target tersebut selanjutnya akan dirincikan menjadi target bulanan.

2. Implementasi Strategi

Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur *fundraising* dan kepala cabang Solopeduli penghimpunan ZIS LAZ Solopeduli dilakukan dengan 2 metode yaitu *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Metode tersebut sesuai dengan hasil penelitian dari Nopiardo (2017).

a. Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*)

Metode ini adalah metode yang menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi muzakki ataupun donatur secara langsung. Metode langsung yang digunakan LAZ Solopeduli dalam penghimpunan dana ZIS yaitu jemput dana, retensi, ekspansi, *telefundraising*, dan *dialogue fundraising*.

b. Metode *Fundraising* tidak langsung (*Indirect fundraising*)

Metode ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki ataupun donatur secara langsung. Metode tidak langsung yang digunakan LAZ Solopeduli dalam penghimpunan dana ZIS yaitu *corporate fundraising*, *multichanel fundraising* seperti *digital fundraising* atau *fundraising online*, *crowdfunding*.

Pelaksanaan metode tersebut tentunya berawal dari sebuah strategi. Sebuah strategi *fundraising* akan menunjukkan bagaimana cara terbaik dalam usaha

pencapaian target penghimpunan. Berdasarkan hasil wawancara beberapa peneliti, observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Solopeduli dalam menghimpun dana ZIS yaitu *dialogue fundraising*, *corporate fundraising*, *multichannel fundraising* serta *retention* dan *development* donatur. Strategi tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sargeant (2017) maupun sesuai dengan penelitian Yulianti (2021). Berikut strategi optimalisasi penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah pada LAZ Solopeduli:

a. *Dialogue Fundraising*

Strategi *dialogue fundraising* dilakukan dengan berdialog langsung atau *face to face* (beratap muka) dalam pencarian sumber dana yang dilakukan oleh fundraiser dalam suatu lembaga atau organisasi pengelola ZIS. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala cabang Solopeduli dan direktur *fundraising* berikut strategi *dialogue fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Solopeduli.

1) Jemput dana.

Jemput dana merupakan strategi yang dilaksanakan secara *face to face* antara fundraiser dan donatur, strategi ini termasuk dalam strategi *door to door*. Layanan jemput dana dilakukan dengan mendatangi langsung donatur untuk mengambil dana ZIS. Donatur akan diberi kwitansi, gift berupa majalah serta ucapan terimakasih dan doa oleh fundraiser.

2) Datang langsung ke kantor.

LAZ Solopeduli memiliki 10 kantor diantaranya 1 kantor pusat yang beralamatkan di Bolon Colomadu Karanganyar dan juga 9 kantor cabang yang tersebar di 7 wilayah di Soloraya dan 2 kantor diluar Soloraya. Kantor tersebut berada di wilayah Surakarta, Sukoharjo, Karanganyar, Sragen, Klaten, Wonogiri, Boyolali, Salatiga, dan Wonosobo. Salah satu tujuan didirikannya kantor adalah sebagai tempat yang digunakan para donatur menyalurkan donasinya. Donasi melalui kantor akan dilayani langsung oleh amil yang bertugas biasanya adalah admin ataupun petugas *front office*. Petugas akan menerima donasi kemudian akan menghitung jumlah donasi didepan donatur setelahnya kan dibuatkan kwitansi dan juga majalah gratis berupa majalah Hadila atau Smarteen, selanjutnya akan dibacakan doa.

3) Ekspansi.

Ekspansi merupakan kegiatan memperkenalkan produk *knowledge* atau program yang dimiliki LAZ Solopeduli, strategi ini termasuk dalam strategi *door to door*. Tujuannya untuk menarik seseorang atau sekelompok orang untuk menjadi donatur atau berdonasi ke program yang diperkenalkan Solopeduli. Ekspansi dilakukan dengan silaturahmi, presentasi, maupun pengajuan proposal program. Kegiatan ekspansi menggunakan beberapa alat penunjang seperti brosur, *directmail* maupun proposal program. Tools yang digunakan tentunya diberikan sesuai dengan segmen donatur yang akan dituju, untuk usaha ritel atau perseorangan biasanya menggunakan brosur atau *directmail*. Sedangkan untuk perusahaan, instansi pemerintahan ,

maupun UMKM. Seorang *fundraiser* harus memahami secara detail berkaitan dengan zakat, infak, dan sedekah serta program yang ditawarkan.

4) *Prospecting*

Strategi *Prospecting* dilakukan Solopeduli adalah dengan mencari informasi berkaitan dengan referensi calon donatur terutama kepada donatur tetap Solopeduli. Kegiatan *prospecting* dilakukan ketika melakukan ekspansi, retensi maupun jemput dana serta kegiatan lain yang berkaitan dengan penambahan *database* calon donatur. *Database* tersebut kemudian akan ditindaklanjuti melalui *telefundraising*, ekspansi maupun *direct mail*.

5) *Private site fundraising*

Private site fundraising dilakukan dengan menggalang dana di tempat keramaian seperti pusat perbelanjaan, festival dan sejenisnya. Pada tahun 2022 ini, LAZ Solopeduli mengimplementasikan strategi *Private site fundraising* dengan mendirikan *booth* dalam beberapa agenda diantaranya pameran dalam rangka Milad Fakultas MAZAWA di UIN Raden Mas Said, penggalangan di *Car Free Day* Solo, mendirikan *booth* donasi di Telkom Solo, dan mendirikan *booth* di beberapa pusat perbelanjaan di Soloraya seperti *Paragon Mall* dan *Luwes Gading*.

6) *Workplace Fundraising*

LAZ Solopeduli melakukan penghimpunan dana dengan mengajak karyawan atau pekerja dalam suatu instansi seperti sekolah. Kegiatan penggalangan dana biasanya berupa silaturahmi, sosialisasi, dan presentasi kepada karyawan atau pekerja di instansi tersebut dengan tujuan mengedukasi tentang pentingnya berzakat, infak dan sedekah serta memperkenalkan program *knowledge* Solopeduli.

b. *Corporate Fundraising*

Jika BAZNAS memiliki UPZ (Unit Pengumpul Zakat), LAZ Solopeduli memiliki kelompok yang sama seperti UPZ yang dikenal dengan nama MKZ atau Mitra Kepanitiaan Zakat. Kemitraan tersebut dibentuk dengan tujuan menjalin kerjasama dengan memberikan perlindungan kepada lembaga penghimpun ZIS yang belum berbadan hukum. Karena saat ini, arahan dari pemerintah sebuah lembaga penghimpun dana ZIS harus aman 3 hal yaitu legalitas, aman syariah dan aman NKRI. Sehingga, LAZ Solopeduli menaungi lembaga-lembaga tersebut agar dapat melakukan penghimpunan dana secara legal. LAZ Solopeduli dengan MKZ bersinergi berkaitan penghimpunan dana berbagi program seperti program pendidikan, sosial kemanusiaan, kesehatan dan lainnya. Mekanisme dan aturan kerjasama diatur dalam MoU (*Memorandum of Understanding*). LAZ Solopeduli juga memberikan fasilitas berupa pertemuan dengan seluruh MKZ. Pada tahun 2022, LAZ Solopeduli telah melakukan 3 kali pertemuan dengan MKZ. Pembahasan pada pertemuan tersebut berupa perencanaan strategis, penyusunan renstra, penandatanganan MoU, dan pelatihan *fundraising*. Saat ini LAZ Solopeduli memiliki 23 MKZ di beberapa wilayah Jawa Tengah.

Selain MKZ sebagai mitra resmi, LAZ Solopeduli juga dipercaya sebagai mitra

kemaslahatan umat wilayah Jawa Tengah oleh BPKH RI (Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia) sejak tahun 2022.

c. *Multichannel Fundraising*

Strategi *multichannel fundraising* strategi akuisisi merupakan strategi penggalangan dana yang menggabungkan berbagai alat maupun media komunikasi yang beragam. Perkembangan teknologi menjadikan LAZ Solopeduli berbenah dan berinovasi dalam strategi pengimpunan ZIS. Berbagai jenis strategi *multichannel fundraising* dilakukan dan terfokus pada media komunikasi digital. Berikut strategi *multichannel fundraising* yang diterapkan LAZ Solopeduli dalam penghimpunan dana ZIS.

1) *Telemarketing* atau *telefundraising*.

LAZ Solopeduli melakukan strategi *telemarketing* melalui aplikasi Whatsapp, email marketing, telepon, dan SMS. Sumber daya manusia yang bertindak dalam strategi ini selain fundraiser yaitu CRM atau *Customer Relationship Management*. Beberapa aktivitas yang dilakukan CRM dalam implementasi strategi *telemarketing* adalah menjalin komunikasi dengan donatur, melakukan ekspansi, mengingatkan untuk berdonasi, *maintenance* donatur lama, memberikan informasi program yang telah berjalan dan memberikan pelaporan donasi. Hal tersebut dinilai efektif karena mampu menjangkau donatur secara personal sehingga apa yang disampaikan lebih mudah diterima.

2) *Fundraising online* atau *digital fundraising*

Perkembangan dunia digital membuat LAZ Solopeduli tergerak untuk melakukan penghimpunan melalui *digital fundraising* dengan tujuan memberikan informasi yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat namun tetap akurat, terpercaya, dan dapat dipertanggungjawabkan. Berbagai kanal baik internal maupun eksternal digunakan mulai dari media sosial, *website*, *fintech*, *whatsapp marketing*, *email marketing*, *payment*, *banking channel* dan *crowdfunding*. Jenis media yang digunakan yaitu organik dan *paid promote* atau promosi berbayar. Sosial media dan email marketing merupakan jenis yang organik atau gratis artinya tidak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk beriklan sedangkan yang berbayar yaitu melalui *platform* Facebook Ads, Instagram Ads, Tiktok Ads dan SMS Ads. Berikut penjelasan mengenai media digital yang digunakan:

a) *Website*

Website LAZ Solopeduli yang beralamatkan di www.solopeduli.com, memiliki berbagai fungsi yaitu memberikan informasi terkait profil lembaga, akses layanan donasi, memberikan informasi program dan campaign, media laporan serta pemberitaan. Masyarakat dapat secara mudah melakukan donasi melalui *website*, karena dalam web tersebut terdapat akses layanan donasi yang beragam. Akses layanan tersebut yaitu menu donasi sekarang, *campaign*, dan ikon *whatsapp*.

b) Sosial media

Saat ini LAZ Solopeduli mengelola 3 akun sosial media yaitu instagram, facebook dan tiktok yang dikhususkan sebagai media kampanye *fundraising*. Sosial media membantu lembaga dalam menjangkau masyarakat secara lebih luas serta memudahkan masyarakat dalam berinteraksi dengan lembaga. Informasi yang diposting di sosial media beragam, seperti literasi tentang zakat, *quotes* keislaman, ajakan berdonasi, *campaign*, berita, aktivitas lembaga, dan dokumentasi penyaluran. Sosial media LAZ Solopeduli dikelola langsung oleh tim *fundraising onlinedibantu* oleh tim konten, humas dan staff pendayagunaan dalam pembuatan konten. Tim *fundraising online* memiliki target memposting minimal 2 konten dalam sehari.

c) *Paid promote* atau iklan berbayar

Media iklan berbayar yang digunakan LAZ Solopeduli yaitu melalui *platform* Facebook Ads, Instagram Ads, Tiktok Ads dan SMS Ads. Program yang diiklankan biasanya berupa ajakan berzakat dan berkorban .

d) *Fintech* atau *Financial Technology*

Jenis *fintech* yang digunakan LAZ Solopeduli dalam penghimpunan dana ZIS adalah *digital payment* berupa transfer via *banking channel* dan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Saat ini LAZ Solopeduli memiliki 11 rekening bank yang digunakan sebagai *banking channel* pembayaran ZIS. Penghimpunan dana dengan metode QRIS LAZ Solopeduli bisa diakses melalui beberapa produk *financial payment* seperti Dana, Ovo, Gopay, LinkAja, OCTO Mobile, Simobi+, Sakuku, Permata Mobile, M2U, Mega Mobile, JakOne Mobile, GoMobile, Dwallet, NOBU Epay, dan aplikasi lain yang melayani pembayaran QRIS. QRIS LAZ Solopeduli diterbitkan oleh Bank Mandiri Syariah dengan *National Merchant ID* (NMID) ID202003545425.

3) *Crowdfunding*

Model penghimpunan dana *crowdfunding* dilakukan oleh banyak pihak dengan berbagai tujuan menggunakan *platform* digital. *Crowdfunding* berjalan dalam waktu yang terbatas dan berusaha untuk memenuhi target penggalangan dana sebelum batas akhir waktu. *Platform* yang digunakan LAZ Solopeduli antara lain kitabisa.com, digizakat, amal sholeh, zakatin, dan aksiberbagi.com. Tidak semua konten maupun *campaign* diiklan melalui *crowdfunding*, biasanya konten yang diiklankan berupa ajakan berdonasi yang berkaitan dengan kejadian insidental seperti donasi korban gempa bumi/banjir, donasi biaya pengobatan/operasi dan lain sebagainya.

4) *Community fundraising*

LAZ Solopeduli tidak berjalan sendiri dalam penghimpunan dana ZIS melainkan dibantu oleh berbagai pihak salah satunya komunitas. Saat ini tidak ada komunitas resmi yang digandeng oleh Solopeduli namun dalam berbagai aksi kebaikan seperti penggalangan dana untuk korban bencana,

LAZ Solopeduli menggandeng beberapa komunitas. Komunitas tersebut hadir dari berbagai kalangan masyarakat baik mahasiswa, guru, pelajar, dan masyarakat umum. Pada tahun 2022, tepatnya pada momen bencana di Cianjur, banyak komunitas yang berkolaborasi dengan Solopeduli dalam penggalangan dana. Alur kerjasamanya berasal dari 2 arah, baik dari pihak LAZ Solopeduli yang mengajak atau sebaliknya. Pola kerjasamanya, suatu komunitas misalnya UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) suatu perguruan tinggi melakukan aksi galang dana di jalan ataupun melalui media digital, kemudian hasil galang dana tersebut akan disalurkan melalui LAZ Solopeduli. Apresiasi yang diberikan LAZ Solopeduli berupa sertifikat donasi, pemasangan logo dalam *tools* penyaluran dan pembuatan konten digital.

Selain dari komunitas tersebut, LAZ Solopeduli setidaknya memiliki 1.347 duta peduli. Duta Peduli merupakan suatu perkumpulan yang dibentuk oleh LAZ Solopeduli, duta peduli merupakan relawan yang ikut andil dalam menghimpun dana ZIS Solopeduli dengan mengajak minimal 10 orang untuk menjadi donatur di terutama di program Surga Dhuafa. Program Surga Dhufa sendiri merupakan program dengan minimal donasi sejumlah Rp 15.000, dengan nominal tersebut donatur sudah berpartisipasi dalam 10 program sosial LAZ Solopeduli yaitu pesantren gratis, dakah fii sabilillah, benah rumah ibadah, santunan yatim dan dhuafa, sekolah gratis, layanan ambulan gratis, siaga bencana, santunan kesehatan, dan klinik gratis. Tanggungjawab seorang Duta Peduli yaitu mengkoordinir 10 donatur yang dinaunginya, mengkoordinir yang dimaksud adalah membantu pengambilan donasi atau transaksi donasi oleh donatur naungannya. Kemudian seluruh donasi dari donatur-donatur tersebut akan diserahkan ke LAZ Solopeduli melalui Duta. LAZ Solopeduli memberikan berbagai fasilitas untuk donatur seperti pertemuan rutin, keikutsertaan dalam penyaluran donasi, jas hujan berlogo Solopeduli, dan agenda temu duta. Agenda temu duta sendiri biasanya dilaksanakan setiap tahun sekali, di tahun 2022 LAZ Solopeduli mengadakan agenda temu duta di tiga tempat sekaligus yaitu di Hotel Sala View, Hotel Megaland, Hotel Brothers yang dilaksanakan pada bulan Maret. Agenda temu duta diisi dengan laporan *Annual Report*, tausiah, *sharing*, *talkshow* penerima manfaat (mustahik), dan apresiasi terhadap kinerja duta. Saat ini terdapat seorang duta yang memiliki 198 donatur, beliau adalah ibu Khikmiyati yang berasal dari Solo. Duta peduli dinilai sangat membantu LAZ Solopeduli dalam hal penghimpunan, pasalnya duta peduli merupakan relawan suka rela sehingga tidak membutuhkan biaya untuk menggaji dan membantu meminimalisir sumber daya manusia.

d. Retention and Development Donatur

Retention and Development Donatur atau strategi mempertahankan dan mengembangkan loyalitas donatur. Kunci loyalitas donatur sendiri ada pada kualitas pelayanan dan kepercayaan donatur, sehingga keduanya cukup

diperhatikan LAZ Solopeduli. Saat ini jumlah donatur LAZ Solopeduli adalah 27.665, angka tersebut bukanlah angka yang sedikit. Namun, angka tersebut juga bisa berkurang, karena tidak sedikit donatur pula memutuskan berhenti untuk menjadi donatur dengan berbagai alasan. Maka dari itu, perlu adanya pemeliharaan yang tepat terhadap donatur baik donatur tetap maupun donatur insidental. Harapannya untuk donatur tetap bisa ikut berdonasi di program lainnya. Terdapat 2 hal yang menjadi fokus LAZ Solopeduli dalam mempertahankan dan mengembangkan donatur yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan serta menjaga kepercayaan dan komitmen lembaga kepada donatur.

1) *Trust and commitment* donatur (kepercayaan dan komitmen lembaga kepada donatur).

Beberapa hal yang dilakukan oleh LAZ Solopeduli dalam meningkatkan kepercayaan dan komitmen lembaga kepada donatur adalah sebagai berikut:

- a) Memperbarui legalitas lembaga, tata kelola lembaga, dan sertifikasi lembaga.
- b) Mengikuti berbagai nominasi award, harapannya mendapatkan award tersebut sehingga dapat membangun kepercayaan donatur.
- c) Melakukan sertifikasi sumber daya manusia sebagai bentuk keprofesionalitasan karyawan, yang menjadi fokus adalah sertifikasi amil dasar bagi karyawan manajemen lembaga dan fundraiser. Saat ini terdapat 24 karyawan yang sudah tersertifikasi amil dasar.
- d) Melakukan pelaporan baik laporan keuangan yang teraudit, laporan penerima manfaat, rilis penyaluran, dokumentasi penyaluran, bukti donasi berupa kwitansi, laporan donasi, sertifikat donasi, dan laporan lainnya. Media yang digunakan dalam pelaporan berupa media digital dan cetak. Media digital yang digunakan seperti konten postingan di sosial media (Whatsapp, Instagram, Facebook), biasanya berupa kalkulasi penerima manfaat dalam suatu program dan dalam kurung waktu tertentu. Pelaporan melalui website, biasanya berupa laporan keuangan tahunan yang teraudit dan annual report. Laporan yang menggunakan media cetak biasanya berupa nota donasi, sertifikat donasi, dan laporan Kurban.
- e) Menyalurkan donasi sesuai akadnya.

2) *Service quality* (kualitas pelayanan).

Selain menyediakan SDM yang kompeten dalam meningkatkan kualitas pelayanan, LAZ Solopeduli melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan donatur. LAZ Solopeduli menerapkan beberapa SOP (Standar Operasional Prosedur) maupun instruksi kerja dalam menjalin komunikasi dengan donatur, seperti bersilaturahmi dan menyapa donatur. Bentuk komunikasi yang dilakukan tidak hanya dengan mengirimkan promosi program, laporan

bulanan, maupun konfirmasi donasi namun juga komunikasi personal bisa dengan membalas ketika donatur memubuat status di sosial media, memberikan ucapan dan hadiah ketika milad, dan komunikasi personal lainnya.

- b) Memastikan lembaga bergerak di dua arah percakapan, maksudnya lembaga melibatkan donatur dalam berbagai kegiatan, seperti penyaluran donasi.
- c) Memberikan gift pada setiap donatur yang berdonasi. Jadi, LAZ Solopeduli memberikan hadiah berupa majalah gratis yaitu Hadila dan Smarten. Majalah tersebut diberikan setiap donatur melakukan donasi, untuk donatur tetap tentu di setiap bulannya akan dikirimkan majalah tersebut. Kemudian setiap pergantian tahun, LAZ Solopeduli akan memberikan kalender terbaru.

3. Evaluasi Strategi

Kegiatan evaluasi strategi optimalisasi penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli dilakukan dalam berbagai bentuk rapat yang diadakan secara berkala, baik mingguan, bulanan, tri semester, semester dan tahunan. Aspek pertama yang dilihat dalam evaluasi strategi penghimpunan adalah capaian penghimpunan dana ZIS serta kenaikan jumlah donatur. Capaian penghimpunan dana akan dikomparasikan dengan target penghimpunan. Jika capaian penghimpunan belum sesuai dengan target akan dievaluasi apa yang menjadi penyebabnya, bisa dari segi eksternal, internal, maupun sistem lembaga. Berikut evaluasi strategi optimalisasi penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli:

- a. Ditinjau dari capaian penghimpunan.



Gambar 2 Grafik Capaian Penghimpunan ZIS 2022

Sumber: Dokumen LAZ Solopeduli

Berdasarkan grafik di atas capaian penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli tahun 2022 dalam kondisi tidak tetap atau fluktuatif. Capaian tertinggi yaitu pada bulan Juli sejumlah Rp6.204.126.208,56397 yang mana bulan Juli merupakan momentum Idul Adha atau Kurban. Nominal capaian kurban senilai Rp 3.290.211.927 atau menyumbang 53% dari total penghimpunan bulan Juli.

Capaian tertinggi berikutnya yaitu pada bulan April sejumlah Rp 4.204.516.057,49042 yang mana bulan April merupakan momentum Ramadhan dan Idul Fitri dimana pada momen tersebut merupakan waktu umat muslim melaksanakan zakat. Perolehan pengumpulan zakat fitrah senilai Rp 268.806.634 sedangkan penghimpunan ramadhan senilai Rp 605.471.755 sehingga jumlahnya Rp 874.278.389 atau 20,7% dari total penghimpunan bulan April. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Hasbullah dkk (2022) bahwa pada bulan Ramadhan jumlah penghimpunan meningkat secara signifikan dari bulan-bulan sebelumnya, kemudian pada bulan berikutnya jumlah penghimpunan terjadi penurunan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa capaian penghimpunan tertinggi terjadi pada momentum *peak season* atau puncak.



Gambar 3 Komparasi Target dan Capaian Penghimpunan

Sumber: Dokumen LAZ Solopeduli

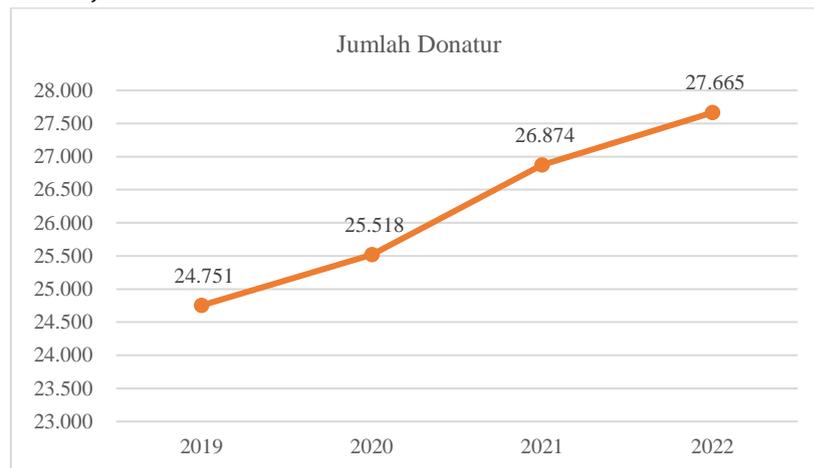
Berdasarkan tabel komparasi target dan capaian penghimpunan ZIS LAZ Solopeduli tahun 2019-2022 tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan belum optimal. Hal ini disebabkan adanya kesenjangan atau gap antara target penghimpunan dengan capaian penghimpunan pada setiap tahunnya. Namun jika dilihat berdasarkan capaian penghimpunan dari tahun 2019-2022 mengalami peningkatan. Pada dasarnya peningkatan terjadi pada setiap tahunnya, pada tahun 2022 penghimpunan meningkat sebesar 0,018% dari jumlah penghimpunan tahun 2021.



Gambar 4 Grafik Capaian Penghimpunan ZIS

Sumber: Dokumen LAZ Solopeduli

b. Ditinjau dari jumlah donatur.



Gambar 5 Grafik Jumlah Donatur

Sumber: Dokumen LAZ Solopeduli

Berdasarkan grafik jumlah donatur diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah donatur mengalami kenaikan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2022, jumlah donatur mengalami peningkatan sebesar 0,3% dari tahun 2021.

Berdasarkan grafik capaian penghimpunan dan peningkatan jumlah donatur, strategi penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli belum optimal. Pasalnya walaupun jumlah donatur terus meningkat, tetapi capaian penghimpunan masih belum sesuai target. Meskipun capaian dari tahun 2019-2022 terus mengalami peningkatan. Adanya fenomena gap antara target penghimpunan dengan capaian penghimpunan disebabkan oleh beberapa faktor.

a. Faktor internal

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sidik Anshori, S.Sos.I selaku direktur utama dan Bapak Harjito Saputra, S.Pd.I selaku direktur *fundraising*

LAZ Solopeduli. Terdapat 2 masalah internal yang menyebabkan kurang optimalnya penghimpunan ZIS LAZ Solopeduli yaitu kurang maksimalnya aksi dan keterbatasan SDM. Tentu, dua hal tersebut saling berkaitan. Dengan berbagai macam strategi salah satu yang belum berjalan optimal adalah *fundraising* digital, disampaikan oleh Bapak Sidik Anshori, S.Sos.I bahwa penghimpunan *fundraising* digital masih diangka 8-12%. Hal ini disebabkan karena keterbatasan SDM terlebih SDM yang kompeten dibidangnya. Salah satu yang menjadi fenomena dalam rekrutmen SDM LAZ Solopeduli adalah minimnya minat para pelamar kerja di bidang IT. Padahal lembaga membutuhkan SDM yang berkompeten dibidang tersebut sebagai upaya pengoptimalan penghimpunan *fundraising* digital. Penyebab kedua adalah minimnya aksi atau eksekusi, dengan berbagai strategi dan metode yang diterapkan membuat lembaga membutuhkan banyak aksi atau eksekusi terhadap strategi tersebut. Faktanya, keterbatasan SDM tetap menjadi salah satu penyebab minimnya aksi strategi. Masalah tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ascarya, dan Yumanita, D (2018), bahwa masalah utama dalam aspek internal salah satunya adalah terkait SDM yang menjadi fokus permasalahan adalah rendahnya kualitas SDM, diikuti oleh rendahnya profesionalitas SDM, rendahnya penghargaan SDM, rendahnya minat menjadi amil (13,5%), dan *ghirah* (semangat) SDM.

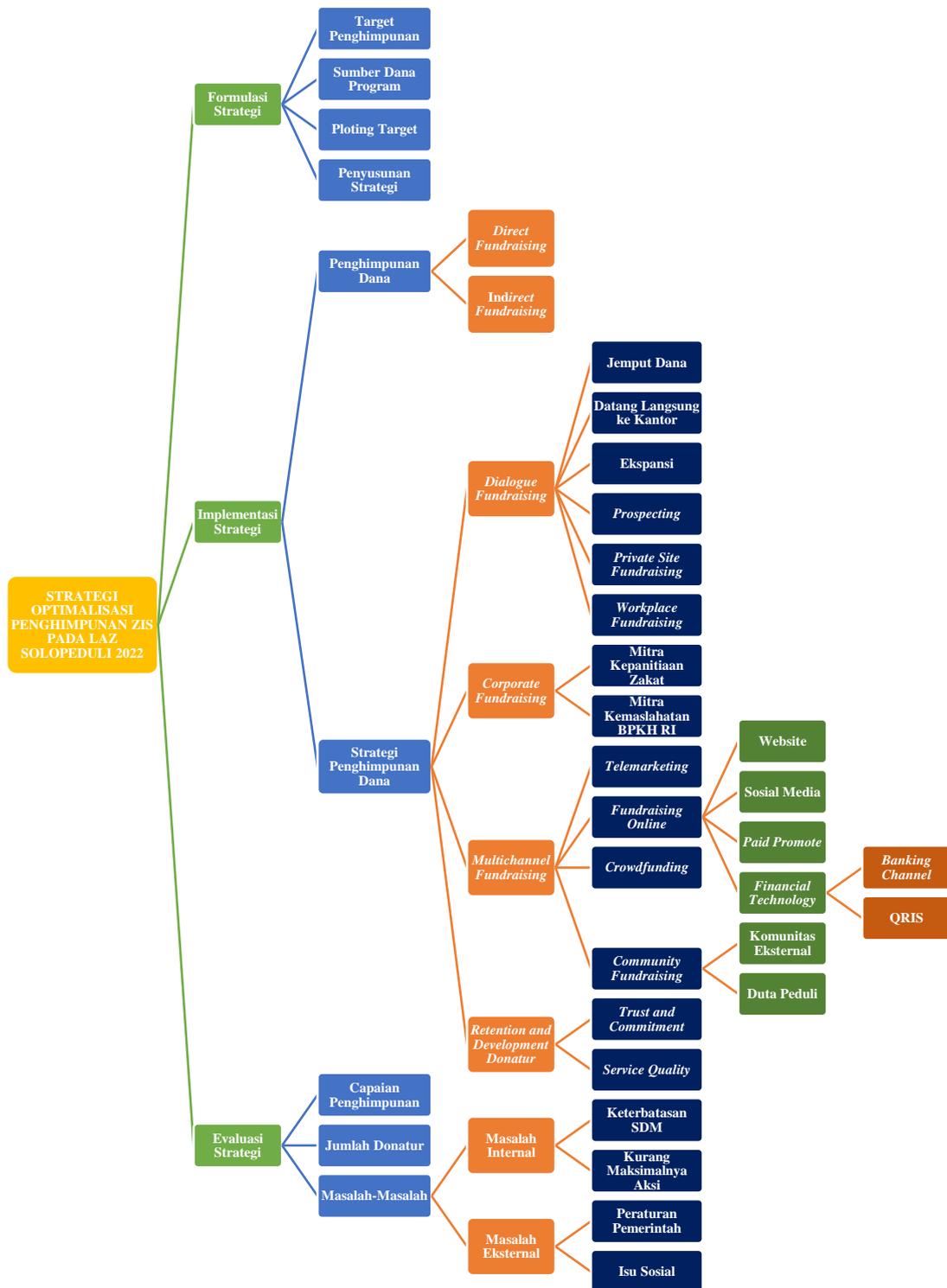
b. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang menjadi kendala dalam penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli adalah kebijakan pemerintah dan isu sosial. Kebijakan pemerintah yang menjadi penghambat adalah munculnya aturan bahwa ASN (Aparatur Sipil Negara) wajib membayar zakat melalui BAZNAS yang mana zakat tersebut akan dipotong langsung dari penghasilan para ASN disetiap bulannya. Pemungutan zakat pada Asn memiliki cukup legalitas dalam hukum negara, yaitu UU Nomer 23 Tahun 2011, serta dari Inpres Nomer 3 Tahun 2014 tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat di Kementrian/Lembaga, Sekertariat Jenderal, Komisi Negasa, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, , Badan Usaha Milik Daerah melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Sehingga, LAZ Solopeduli tidak dapat melakukan penghimpunan zakat profesi pada ASN, padahal ASN merupakan salah satu segmen muzaki potensial. Kendala berikutnya yaitu adanya isu sosial yang mengurangi kepercayaan donatur. Salah satu isu sosial yang memberikan pengaruh cukup besar dalam lingkup filantropi adalah kasus penyelewengan dana kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap (ACT). Walaupun ACT bukan termasuk lembaga pengelola zakat tetapi sebagai lembaga sosial kemanusiaan, hal tersebut tetap menjadi polemik dimasyarakat. Hal tersebut sesuai artikel yang ditulis pada kanal berita liputan6.com bahwa beberapa pengurus sejumlah filantropi di Kota Bekasi Jawa Barat mengungkapkan kasus Act sedikit banyak telah mempengaruhi kepercayaan publik terhadap lembaga mereka (Sinulingga, 2022). Masalah tersebut

sesuai dengan hasil penelitian Ascarya, dan Yumanita, D (2018), bahwa masalah utama dalam aspek eksternal salah satunya adalah terkait rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap organisasi pengelola zakat.

Hal-hal tersebut yang menjadi kendala LAZ Solopeduli dalam pengoptimalan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah. Namun dengan adanya masalah-masalah tersebut tidak menjadikan LAZ Solopeduli terpuruk justru LAZ Solopeduli semakin berbenah memperbaiki tata kelola lembaga, SOP, Instruksi kerja, dan hal-hal lain yang mampu menjadi solusi dalam mengatasi kendala-kendala yang ada. Terbukti LAZ Solopeduli mampu memenangkan beberapa penghargaan dibidang *fundraising*. Berikut penghargaanannya: BAZNAS Award “Pertumbuhan Pengumpulan ZIS Terbaik” pada tahun 2019, Indonesia *Fundraising Award* “*Fundraising* Kesehatan Terbaik” pada tahun 2021, Indonesia *Fundraising Award* “*Fundraising* Terbaik LAZ Provinsi” pada tahun 2022.

Hasil Penelitian



Gambar 6 Bagan Hasil Penelitian

Sumber: Dokumen Peneliti

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi optimalisasi penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah pada LAZ Solopeduli dilakukan dengan tiga tahapan strategi yaitu formulasi, implementasi dan evaluasi strategi. Formulasi strategi dilakukan dengan penentuan target penghimpunan disetiap tahunnya, kemudian akan dilakukan analisa dengan berbagai alat analisis seperti SWOT dan *Bussines Canvas* hingga mencapai formulasi strategi yang tepat. Implementasi strategi penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli dilakukan dalam dua metode yaitu metode langsung (*direct*) dan metode tidak langsung (*indirect*). Strategi optimalisasi penghimpunan dana ZIS LAZ Solopeduli yaitu *dialogue fundraising, corporate fundraising, multichannel fundraising* serta *retention and development donatur*. Strategi *dialogue* yang dilakukan adalah jemput dana, datang langsung ke kantor, ekspansi, *prospecting, private site fundraising, dan workplace fundraising*. Strategi *corporate fundraising* dilaksanakan dengan adanya pembentukan MKZ (Mitra Kepanitian Zakat) serta LAZ Solopeduli menjadi mitra kemaslahatan BPKH RI (Badan Pengelola Keuangan Haji). Strategi *multichannel fundraising* diimplementasikan dengan berbagai strategi seperti *telemarketing, fundraising online, crowdfunding, dan community fundraisng*. Strategi *retention and development donatur* (strategi mempertahankan dan membangun loyalitas dnatur) dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan dan komitmen lembaga terhadap donatur serta meningkatkan kualitas pelayanan. Evaluasi strategi dilihat dari segi capaian penghimpunan dana ZIS serta kenaikan jumlah donatur. Jika dilihat dari capaian penghimpunan ditahun 2019-2022 terus mengalami peningkatan, pada tahun 2022 meningkat sebesar 0,018% dari tahun 2021. Jika dilihat dari kenaikan jumlah donatur juga mengalami peningkatan, pada tahun 2022 0,3% dari tahun 2021. Namun jika dilihat berdasarkan komparasi target dan capaian penghimpunan, strategi LAZ Solopeduli belum berjalan secara optimal dikarekan masih adanya gap antara target dan capaian penghimpunan. Beberapa hal yang menjadi penyebabnya berasal dari masalah internal maupun masalah eksternal lembaga. Masalah internal meliputi kurang maksimalnya aksi penghimpunan dan keterbatasan SDM. Sedangkan masalah eksternal muncul dari peraturan pemerintahan dan isu sosial yang menyebar di masyarakat.

Saran

LAZ Solopeduli diharapkan mampu meningkatkan tata kelola, kinerja dan profesionalisme SDM dalam mengimplementasikan strategi yang dibentuk yang mana harapannya strategi tersebut dapat berjalan secara optimal. LAZ Solopeduli diharapkan lebih aktif dalam memberikan edukasi terhadap masyarakat berkaitan dengan Lembaga Amil Zakat profesional, guna mengurangi rasa ragu masyarakat terhadap keprofesionalitasan lembaga yang disebabkan karena isu sosial. LAZ Solopeduli diharapkan mampu mengambil potensi dana ZIS lainnya selain zakat profesi dari ASN, misalnya dengan melakukan *funding* dalam program santunan, kurban dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya, dan Yumanita, D. (2018). Analisis Rendahnya Pengumpulan Zakat Di Indonesia Dan Alternatif Solusinya. *Bank Sentral Indonesia*, 9, 21.
- BAZNAS, P. (2022). Outlook Zakat Indonesia 2022. In *News.Ge*.
- Fita Fatimah. (2019). *Efektifitas Penghimpunan Dana Zakat, Infak dan Sedekah Melalui Layanan Jemput Bola Bagi Kepuasan dan Kepercayaan Muzakki di Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Majelis Wakil Cabang (MWC) Kecamatan Jombang*. IAIN Tulung Agung.
- Hasbullah, A. K., dan Fikriyah, K. (2022). Implikasi Program Agen Kebaikan Terhadap Penghimpunan Dana ZIS LAZ IZI Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (Embiss)*, 2(2), 178–190.
- Muhammad Abdul Aziz, Achmad Hasyim Masruri, Abdi Arisandi, M. D. F. S. (2021). *Efektivitas Penerapan Strategi Penghimpunan Dana Zakat Dan Wakaf*. 1(2), 155–163.
- Nopiardo, W. (2017). Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar Strategies Of Zakat Fundraising At Baznas Tanah Datar Regency. *Jurnal Imara*, 1, 58–71.
<https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/view/991>
- Nur, I. Y. (2021). *Zakat infaq sedekah di badan amil zakat nasional (baznas) kabupaten cilacap pada masa pandemi*.
- Sargeant. (2017). *Fundraising Principal and Practices* (2 ed.). John Wiley & Sons, Inc.
<https://doi.org/10.9783/9781512818543-001>
- Setiawan, R. A., Mubyarto, N., Pangiuk, A., Sulthan, U., dan Saifuddin, T. (2018). Strategi Optimalisasi Fundraising Dana Zakat di Lembaga Amil Zakat OPSEZI (tahun 2011-2015). *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 43–61. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Sinulingga, B. (2022). Dampak Kasus ACT Terhadap Kelangsungan Lembaga Filantropi di Bekasi. *liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/news/read/5030455/dampak-kasus-act-terhadap-kelangsungan-lembaga-filantropi-di-bekasi> diakses pada 18 Januari 2023 pukul 17.55 WIB
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thoin, M., dan Andrian, R. (2021). Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1689–1695. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3659>