



Model Fundraising LAZ Nurul Fikri dalam Meningkatkan Penghimpunan Zakat di Kalimantan Tengah

Zulkifli¹, Hasnita², Ahmad Rusadi³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

^{1,2,3} Jl. G. Obos, Komplek Islamic Center, No. 24, Palangka Raya, Kode Pos 73112

Email: zulkifli@iain-palangkaraya.ac.id¹, hasnita@iain-palangkaraya.ac.id², ahmadrusadi13@gmail.com³

Abstrak

LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah sebagai pelopor gerakan perzakatan dalam bentuk kelembagaan sampai hari ini masih konsisten untuk melakukan pengeloan zakat di Kalimantan Tengah. Namun, dalam beberapa tahun kebelakang, terjadi penurunan penghimpunan dana ZIS yang mengindikasikan adanya hambatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model *fundraising* LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah, faktor penghambat dan faktor pendukung dalam model *fundraising* tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan jenis deskriptif kualitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini 1) model *fundraising* LAZ Nurul Fikri dilakukan dengan cara *direct fundraising* seperti *zakat campaign*, jemput zakat, tabungan sedekah berkah dan *indirect fundraising* seperti kanal berbagi melalui website, layanan transfer donasi, scan QR Code dan Media Sosial. 2) Faktor yang menjadi penghambat adalah kurangnya sumber daya manusia, adanya khilafiyah fikih zakat, kompetisi dengan LAZ Nasional. Adapun faktor pendukungnya legalitas lembaga, program yang jelas, *local pride*.

Kata Kunci: fundraising model, zakat, LAZ

Abstract

LAZ Nurul Fikri Central Kalimantan as a pioneer of the zakat movement in institutional form is still consistent today in managing zakat in Central Kalimantan. However, in the past few years, there has been a decline in the collection of ZIS funds which indicates obstacles. This study aims to determine the LAZ Nurul Fikri Central Kalimantan fundraising model, the inhibiting factors, and supporting factors in the fundraising model. The research method used was field research using descriptive qualitative types and data collection was carried out by observation, interviews and documentation. The results of this study 1) the LAZ Nurul Fikri fundraising model is carried out by direct fundraising such as zakat campaigns, zakat pick-ups, alms-blessing savings and indirect fundraising such as sharing channels through websites, donation transfer services, scanning QR Codes and Social Media. The inhibiting factors are the lack of human resources, the existence of zakat fiqh khilafiyah, and competition with the National LAZ. The supporting factors are institutional legality, clear programs, local pride

Keywords: fundraising model, zakat, LAZ

PENDAHULUAN

Zakat sebagai salah satu kewajiban bagi umat Islam, yang dapat diartikan sebagai bagian tertentu yang wajib dalam harta tertentu dan diberikan pada kelompok tertentu serta pada waktu tertentu (al Faizin, 2022). Harta yang diambil tersebut zakat karena mampu menambah harta pokoknya serta menjaganya dari berbagai bahaya. Dalam ilmu ekonomi, fungsi zakat dapat dilihat sebagai peran zakat dalam meningkatkan konsumsi dan investasi secara agregat dan fungsi berkelanjutan serta berkeadilan yang dilihat dari peran zakat dalam menurunkan pengangguran dan kemiskinan serta instrument distribusi kekayaan yang mampu menciptakan pemerataan kekayaan. Hal ini tentu bisa tercapai apabila pengelolaan zakat dilakukan dengan cara yang tepat dan optimal (Kasri & Putri, 2018a).

Dalam hal pengelolaan zakat, pemerintah menetapkan UU No. 23 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Zakat. Berdasarkan UU tersebut, Pengelolaan Zakat di Indonesia dilakukan oleh dua lembaga resmi yaitu Badan Amil Zakat Nasional dibantu oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) (Kamal & Shofwa Shafrani, 2022). Dengan hadirnya lembaga yang secara khusus menangani pengelolaan zakat diharapkan potensi zakat di Indonesia yang mencapai 327,6 triliun bisa diperoleh secara maksimal, dan secara khusus potensi zakat yang ada di Provinsi Kalimantan Tengah yang mencapai 61,8 miliar (Hasbi Zaenal et al., 2022).

Potensi zakat di Provinsi Kalimantan Tengah tersebut yang mana jika dikaitkan dengan nilai Indeks Zakat Nasional (IZN), wilayah Provinsi Kalimantan Tengah (Kalteng) masuk dalam kategori cukup baik (0,59). Jika dilihat lebih detailnya pada dimensi penyusunan, dimensi makro di Provinsi Kalimantan Tengah adalah sebesar 0,59 (cukup baik) dan dimensi mikro sebesar 0,36 (kurang baik) (BAZNAS, 2021). Berdasarkan data ini, kegiatan optimalisasi kegiatan pengumpulan zakat (*fundraising*) lembaga pengelola zakat di Kalimantan Tengah memang perlu berbenah, dengan alasan bahwa masih rendahnya IZN yang ada di Provinsi Kalimantan Tengah.

Salah satu aspek penting dalam peningkatan pengelolaan zakat adalah penerapan strategi pengumpulan zakat (*fundraising*) yang tepat sasaran. Strategi *fundraising* merupakan titik tolak dalam menentukan kebutuhan organisasi yang dilakukan untuk meningkatkan kegiatan dalam memenuhi kebutuhan yang terus berkembang. Aktivitas itu sendiri sangat menentukan keberhasilan suatu lembaga atau organisasi. *Fundraising* berperan sangat penting bagi lembaga atau organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dalam kegiatan roda operasional yang telah digariskan. Kegiatan *fundraising* memiliki setidaknya 5 (lima) tujuan pokok yaitu, menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga, (*brand-image*) dan memberikan kepuasan kepada donator (Zulkifli et al., 2022).

LAZ Nurul Fikri sebagai salah satu lembaga amil zakat yang berdiri sejak tahun 2013 terus aktif berkontribusi dalam pengelolaan zakat di Kalimantan Tengah, bahkan tidak

berlebihan jika LAZ Nurul Fikri menjadi LAZ yang pertama di Kalimantan Tengah melakukan kegiatan penghimpunan dana zakat melalui kelembagaan resmi dalam bentuk lembaga amil zakat. Dalam menjaga eksistensi lembaga, LAZ Nurul Fikri terus melakukan inovasi dalam berbagai bidang pengelolaan zakat termasuk dalam hal kegiatan penghimpunan dana (*fundraising*). Secara aktif dan konsisten LAZ Nurul Fikri menjalankan fungsi *fundraising* zakat tersebut di Kalimantan Tengah, data empat tahun kebelakang (2021-2018) bahwa LAZ Nurul Fikri telah menghimpun dana zakat sebesar Rp. 9.140.151.689 (E. Elyas, 2022).

Tabel 1.

Dana Zakat LAZ Nurul Fikri

No	Tahun	Total Penghimpunan
1	2018	Rp. 3.504.812.835
2	2019	Rp. 2.672.026.301
3	2020	Rp. 1.634.079.066
4	2021	Rp. 1.392.233.473

Data: *diolah peneliti*

Diantara metode yang dilakukan LAZ Nurul Fikri dalam mengoptimalkan kegiatan *fundraising* adalah melakukan pendekatan langsung kepada masyarakat dengan melakukan sosialisasi serta edukasi juga memperkuat sinergis antara komponen masyarakat dengan *fundraisingnya*. Lembaga pengelolaan zakat dalam menjalankan tugasnya, terutama dalam hal pengumpulan dana zakat harus menggunakan strategi *fundraising* yang tepat dan efektif agar dana dapat terserap secara optimal. Selain itu, strategi *fundraising* yang tepat tidak hanya akan meningkatkan jumlah dana yang terserap oleh lembaga, namun juga dapat meningkatkan kesadaran muzakki. Sehingga dengan adanya penggalangan dana yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat diharapkan muzakki tergugah hatinya untuk memberi (E. Elyas, personal communication, 2022).

Namun berdasarkan data tersebut diatas juga kita bisa melihat bahwa terjadi penurunan jumlah penghimpunan dari tahun 2018-2021. Penurunan penghimpunan tersebut mengindikasikan adanya hambatan dalam menjalankan model *fundraising* LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah yang menurut penulis harus dicari akar masalah serta cara penyelesaiannya. Dengan fenomena ini, maka tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang model *fundraising* LAZ Nurul Fikri dan menemukan faktor penghambat dan pendukung dalam model *fundraising* yang dijalankan.

KAJIAN TEORITIS

Model merupakan representasi dari sesuatu yang di design. Dalam hal ini model yang dimaksud adalah kegiatan yang dilakukan pada pengumpulan zakat, infaq dan sedekah.

Aktifitas *fundraising* dapat dilihat sebagai kegiatan sistematis yang ditujukan untuk mengumpulkan sumber daya keuangan untuk kegiatan organisasi atau individu (Hommerová & Severová, 2018). Pada dasarnya aktifitas *fundraising* merupakan bentuk dari kepedulian dan partisipasi masyarakat. Terdapat beberapa model dan teknik yang dapat dilakukan dalam melakukan aktifitas *fundraising* yaitu model langsung (*Direct fundraising*) dan model tidak langsung (*Indirect fundraising*). Model *fundraising* secara langsung merupakan metode yang menggunakan teknik pengumpulan dana dengan cara melibatkan partisipasi dari muzakki secara langsung dengan cara seperti ini maka *fundraiser* dapat berinteraksi langsung dengan muzakki hal ini membuat muzakki akan lebih mudah mendapatkan informasi karena informasi yang diperlukan oleh muzakki untuk melakukan donasi sudah tersedia. Contoh dari model *fundraising* secara langsung adalah *direct email*, *telefundraising* dan presentasi langsung. Model *fundraising* secara tidak langsung merupakan metode yang menggunakan teknik pengumpulan dana tidak melibatkan partisipasi dari muzakki secara langsung, yaitu pengumpulan dana dilakukan dengan tidak memberikan respon seketika terhadap muzakki. Contoh dari model *fundraising* secara tidak langsung adalah *image campaign* dan penyelenggara event yang melalui perantara. (Kasri & Putri, 2018b)

Terdapat beberapa hal yang menjadi tujuan dari aktifitas *fundraising* diantara lain adalah menghimpun dana, menghimpun donator, menghimpun simpatisan dan pendukung, membangun citra Lembaga dan tujuan yang kelima adalah menjaga loyalitas muzakki. Organisasi pengelola zakat yang baik adalah organisasi yang setiap hari mendapatkan tambahan muzakki dan donator (Iskandar Fatkhurohman & Khilmia, 2021). Yang dimana jika muzakki dan donator bertambah maka sumbangan dana juga akan bertambah. Membangun citra Lembaga juga menjadi salah satu tujuan utama dari aktifitas *fundraising*. Organisasi pengelola zakat dalam melakukan aktifitas *fundraising* baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk cara organisasinya sendiri dan akan menumbuhkan citra rasa yang positif maupun negatif. Jika citra yang dirasakan oleh muzakki dan donator positif terhadap organisasi pengelola zakat, maka masyarakat akan bersimpati dan hatinya akan terpenggil untuk memberikan sumbangan. Namun sebaliknya jika citra negatif yang tertanam dalam anggota masyarakat terhadap organisasi pengelola zakat, maka kemungkinan besar masyarakat akan menghindari dan mencegah orang untuk memberikan sumbangan kepada lembaga (Putra, 2021).

Tujuan yang lain dari aktifitas *fundraising* adalah loyalitas muzakki. Kepuasan muzakki menjadi hal yang sangat penting karena jika muzakki puas maka kemungkinan akan loyal memberikan sumbangan terhadap Lembaga dan akan menceritakan hal yang baik kepada orang lain. Secara tidak langsung maka muzaki yang merasa puas akan menjadi tenaga *fundraiser* secara alami. Namun berlaku sebaliknya jika muzaki tidak merasa puas maka muzaki tidak akan memberikan donasi lagi dan akan mencerikan hal negatif kepada orang

lain. Dalam melakukan aktifitas *fundraising* juga harus menghimpun simpatisan dan pendukung dari masyarakat. Terkadang seorang individu maupun kelompok yang telah berinteraksi dengan *fundraiser* dan memiliki rasa simpati namun pada waktu itu belum memiliki kemampuan untuk memberikan donasi. Maka masyarakat seperti ini akan menjadi simpatisan dan pendukung lembaga walaupun tidak menjadi donator, namun akan berusaha mendukung lembaga dengan cara menjadi promotor dan informan yang positif tentang lembaga kepada orang lain. Dengan adanya simpatisan pendukung seperti ini, maka lembaga akan memiliki jaringan yang luas dan pastinya hal seperti ini akan sangat menguntungkan Lembaga (Mulyono et al., 2022)

Aktifitas *fundraising* memiliki prinsip yang harus diterapkan yaitu prinsip *fundraising* harus meminta, berhubungan dengan orang lain, menjual, kepercayaan dan hubungan masyarakat dan mengucapkan terima kasih. Prinsip pertama adalah harus meminta arti dari prinsip ini adalah dalam menjalankan aktifitas *fundraising* harus meminta karena donator akan memberikan sumbangan dana ketika diminta. Bagi donator, mereka akan meyakini dirinya dan percaya bahwa dengan melakukan donasi dapat meningkatkan taraf hidup dalam masyarakat tertentu dan donator akan merasakan sesuatu yang sangat berharga dapat membantu masyarakat yang membutuhkan. Namun ada juga donator yang memberikan sumbangan karena butuh penghargaan dari orang lain karena sudah memberikan sumbangan. Prinsip yang kedua adalah prinsip *fundraising* berhubungan dengan orang lain, artinya semakin banyak interaksi dengan orang lain maka kemungkinan besar donator akan bertambah banyak. Seseorang yang menjadi donator pada lembaga dengan tujuan agar dapat meolong orang lain. Tugas lembaga adalah bagaimana caranya agar lembaga dapat berperan penting dalam memenuhi keinginan masyarakat. Prinsip ketiga adalah prinsip *fundraising* yang berarti menjual. Aktifitas *fundraising* terdiri dari dua tahap yaitu menunjukkan dan meyakinkan calon muzaki bahwa melalui kegiatan lembaga terdapat kebutuhan penting yang dapat lembaga tawarkan kepada muzakki. Tahap kedua yaitu dapat mengabdikan diri kepada masyarakat dan menunjukkan kepada masyarakat bahwa lembaga sangat membutuhkan dukungan dari mereka karena dengan adanya dukungan dari mereka akan membuahkan hasil yang sangat baik. Prinsip keempat adalah prinsip kepercayaan dan hubungan masyarakat. Terkadang muzakki akan memberikan sumbangan kepada lembaga dalam suatu kegiatan yang mereka kenal, karena merasa percaya. Hal ini berarti kepercayaan dan hubungan masyarakat yang baik menjadi hal yang sangat penting. Prinsip kelima adalah prinsip mengucapkan terima kasih. Mengucapkan terima kasih menjadi hal yang sangat penting dilakukan dalam aktifitas *fundraising* sebagai penghargaan terhadap muzakki karena telah memberikan donasi. Dengan mengucapkan terima kasih kepada muzakki maka muzakki akan merasa sangat dihargai dan kemungkinan akan memberikan donasi secara kontinue Dita (Hommerová & Severová, 2019).

Aktifitas *fundraising* tidak hanya mengumpulkan dana berupa uang namun termasuk dalamnya berupa barang dan jasa. Oleh karena itu untuk memahami ruang lingkup dari aktifitas *fundraising* maka harus memahami substansi dari *fundraising* tersebut. Terdapat 3 hal substansi dasar yang harus dipahami yaitu motivasi donator, program dan strategi *fundraising*. Motivasi donator dilakukan dengan cara memberikan pengetahuan dan mendorong donator untuk memberikan sumbangan Sebagian dari hartanya. Dengan pengetahuan yang luas, nilai-nilai serta promosi tentang lembaga maka dapat menciptakan kesadaran donator untuk memberikan sumbangan sesuai dengan ajaran Islam. Substansi kedua adalah program yang merupakan kegiatan menyampaikan visi dan misi Lembaga dengan tujuan agar donator terdorong untuk memberikan sumbangan. Organisasi pengelola zakat harus membuat suatu rancangan program yang bernilai unggul dalam memberdayakan masyarakat luas. Substansi dasar yang ketiga adalah strategi yang merupakan bentuk atau pola yang digunakan dalam menghimpun dana pada sebuah lembaga. Strategi yang digunakan dalam menghimpun dana harus memberikan nilai kepercayaan, kemudahan dan manfaat bagi donator (Susilawati, 2018).

Seseorang muslim melakukan pembayaran zakat, infak dan sedekah. Zakat secara harfiah berarti berkah, suci, baik dan berkembang. Menurut Fiqh Encyclopaedia, zakat dapat dipahami sebagai hak atas barang-barang tertentu dari aset/harta, dalam persentase tertentu, setiap tahun, dan dalam pemenuhan kondisi atau nisab tertentu (Kasri, et. Al 2018). Dalam hal administrasi zakat, mayoritas mufassir setuju Lembaga negara Islam memiliki hak tertinggi untuk mengumpulkan dan mendistribusikan zakat di negara Muslim. Selain itu, bahkan jika negara Muslim mengumpulkan dan mendistribusikan zakat, dikatakan bahwa pembayar zakat (muzakki) dapat membayar sebagian dan mendistribusikan zakat secara mandiri, agar bermanfaat bagi masyarakat sepenuhnya dan seperti yang dipraktikkan pada zaman sejarah oleh Khalifah Utsman bin Affan (Widarwati et al., 2016). Masyarakat sipil dan lembaga swasta atas nama masyarakat Islam secara keseluruhan juga dapat melakukan administrasi Zakat, selama mereka dapat mendistribusikan hasilnya secara efektif kepada penerima manfaat yang sesuai. Perlu dicatat juga bahwa semua organisasi zakat berorientasi Lembaga pengelola zakat mengumpulkan dana komersial, mereka berfungsi untuk mengumpulkan dana keagamaan yang harus didistribusikan kepada penerima yang ditetapkan. Terdapat dua model pengelolaan zakat di negara-negara muslim kontemporer, yaitu model wajib dan model sukarela. Yang pertama, pengumpulan dan pengeluaran zakat dilakukan oleh pemerintah (Muslim) atas dasar wajib sebagaimana ditegakkan oleh hukum. Negara-negara yang menganut sistem ini antara lain Pakistan, Arab Saudi, dan Yaman. Sebaliknya, untuk model kedua yang dilakukan secara sukarela membayar zakat melalui badan pemerintah atau badan hukum lainnya, berdasarkan penilaian sendiri (Wibisono, 2015).

Tujuan dari menunaikan zakat adalah membersihkan harta dan jiwa, oleh karena itu dapat diartikan bahwa seseorang yang menunaikan zakat berarti ia telah membersihkan harta dan jiwanya dari segala dosa. Harta adalah milik Allah, harta adalah titipan Allah oleh karena itu sebagai seorang muslim menganggap bahwa zakat adalah lambang syukur atas karunia Allah. Zakat terdiri atas dua jenis yaitu zakat fitrah dan zakat mal. Zakat fitrah merupakan zakat jiwa yang diwajibkan oleh seorang muslim yang disalurkan pada bulan Ramadhan sedangkan zakat mal merupakan harta yang dikeluarkan oleh muzakki melalui Lembaga pengelola zakat untuk diserahkan kepada masyarakat penerima zakat (mustahik). Syarat wajib zakat adalah merdeka, muslim, Aqil (berakal sehat) dan baligh, dan tidak mempunyai hutang yang dapat mengurangi objek zakat (Hommerová & Severová, 2019).

Mustahiq zakat adalah 1. seorang Fakir yaitu seseorang yang tidak mempunyai penghasilan, 2. Miskin yaitu orang yang mempunyai penghasilan namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, 3. Amil yaitu seseorang yang melakukan pengumpulan dan pembagian zakat, 4. Muallaf yaitu golongan orang yang dihaerapkan keyakinannya bertambah terhadap islam atau orang yang baru masuk islam, 5. Riqab yaitu golongan orang yang termasuk abid yang artinya golongan yang di perbudak oleh orang lain, 6. Gharim yaitu golongan orang yang terlilit hutang, 7. Filsabilillah yaitu golongan orang yang memperjuangkan agama islam. Dan yang terakhir adalah Ibnu Sabil yaitu golongan orang yang sementara dalam perjalanan dan bekal yang disediakan tidak cukup (Purwanti, 2020).

Infaq adalah mengeluarkan harta baik untuk kepentingan pribadi, keluarga ataupun orang lain bisa bersifat zakat maupun non zakat. Infaq tidak mengenal jumlah harta yang harus di keluarkan atau tidak harus sesuai dengan hukum. Infaq tidak selamanya dibeikan kepada mustahiq tertentu, namun diberikan kepada siapapun misalnya kepada anak yatim, orang tua, tuna Netra, kerabat atau orang yang dalam perjalanan. Sedangkan sedekah adalah segala bentuk yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan jalan Allah SWT. Sedekah berbeda dengan zakat, dimana sedekah tidak dibatasi dengan ketentuan yang bersifat wajib. Sedekah berasal dari kata shadaqa yang artinya benar. Jadi dapat diartikan bahwa seseorang yang membagi sedekah kepada orang lain adalah orang yang benar pengakuan imamanya. Sedekah hukumnya sunnah bukan wajib (Arifin, 2016).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan jenis deskriptif kualitatif dengan tujuan agar peneliti dapat melakukan pengamatan secara langsung dilapangan dan dapat mengetahui secara detail model yang digunakan oleh LAZ Nurul Fikri dalam melakukan aktifitas *fundraising*. Dengan menggunakan jenis penelitian ini maka di harapkan bahwa semua yang dikumpulkan akan

menjadi kunci terhadap hasil penelitian (sugiyono, 2014) dan subjek pada penelitian ini adalah Direktur Operasional dan Manager Keuangan LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi (Manik, 2015). Dalam hal observasi, objek yang akan diamati oleh peneliti adalah model *fundraising* zakat yang diterapkan oleh LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah dan kendala dari model *fundraising* zakat yang diterapkan oleh LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah. Adapun teknik wawancara yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara semi terstruktur dan terbuka yaitu setiap responden mendapatkan pertanyaan yang sama (Yusuf, 2017). Dengan menggunakan teknik wawancara maka peneliti akan mendapatkan data tentang model *fundraising* zakat yang diterapkan oleh LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah. Sementara untuk dokumentasi, peneliti akan mendapatkan laporan keuangan LAZ Nurul Fikri serta *tools* marketing seperti brosur/pamflet program, layanan donasi, dan lain sebagainya.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, 1) reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan yang paling penting, membuat kategori dan menemukan tema dan polanya, 2) penyajian data berarti mengorganisasikan, menyusun data dalam pola hubungan tertentu agar lebih mudah dipahami sehingga peneliti dapat memahami arti dari data yang telah diperoleh dan 3) verifikasi data yang berarti menemukan bukti – bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Yusuf, 2017).

Terakhir, teknik pengabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *triangulasi* yaitu teknik yang digunakan oleh peneliti dalam membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari informan penelitian dengan informan yang lainnya untuk mendapatkan kebenaran informasi yang diperoleh. Selain itu peneliti juga melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga tingkat kepercayaan data bersifat valid (Hommerová & Severová, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model *Fundraising* LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah

Berdasarkan hasil wawancara bersama Elis Elyas selaku Direktur Operasional LAZ Nurul Fikri, model *fundraising* dana zakat yang diterapkan LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah secara garis besar dilakukan dengan dua model. Pertama, (*direct fundraising*) dan kedua, model tidak langsung (*indirect fundraising*). Tercapainya tujuan *fundraising* bagi LAZ Nurul Fikri Kalimantan dalam pengelolaan zakat sangatlah penting. Tanpanya keberlangsungan kegiatan, program, dan operasional lembaga akan terhambat. Ini sejalan

dengan teori yang digunakan yaitu teori *fundraising*. berikut penjabaran terkaitan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah:

a. Direct Fundrising

1. *Zakat Campaign*

Kampanye zakat dilakukan dengan berbagai kegiatan yang fungsinya memberikan informasi secara langsung dan mengajak sasaran untuk berdonasi. Kampanye ini dilakukan dengan komunikasi promosi dengan media *out door*, CFD, pameran, kunjungan, brosur, spanduk, dan lain-lain. Kegiatan ini dapat memberikan pengalaman berdonasi kepada seseorang yang akan mendorong keputusan berdonasi dikesempatan berikutnya. Berdasarkan pernyataan Elis Elyas, dalam menjalankan strateginya mereka melakukan langsung ke calon muzakinya yaitu dengan cara sosialisasi langsung ke kantor-kantor, mesjid, pusat perbelanjaan (mall atau pasar) dan pameran.

2. Jemput Zakat

Layanan jemput zakat adalah layanan yang dimiliki oleh Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri Kalimantan Tengah yang memudahkan para calon muzakki dalam menyalurkan kewajibannya sebagai seorang muslim. Fenomena kehidupan zaman sekarang menunjukkan bahwa masyarakat kini semakin sibuk untuk menyelesaikan urusan pekerjaan, rumah tangga, pendidikan dan seterusnya, sehingga sering sekali mereka lupa dengan kewajiban membayar zakat dari harta yang mereka miliki, dengan fasilitas jemput zakat LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah berharap muzakki merasa dimudahkan dalam urusan membayar zakat. Layanan Jemput Zakat dilakukan dengan cara muzaki langsung menghubungi amil melalui telepon atau pesan langsung untuk meminta dijemput donasinya dengan waktu dan tempat yang diinginkan oleh muzaki

3. Tabungan Sedekah Berkah (TSB)

Tabungan Sedekah Berkah (TSB) ini merupakan celengan sedekah yang biasa digunakan untuk menyimpan uang. Tak berbeda dengan celengan pada umumnya. Celengan TSB memiliki fungsi yang sama, hanya saja penggunaan uangnya yang berbeda. Uang yang terkumpul nantinya akan disalurkan untuk membantu orang lain. Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh Elis Elyas dan Lya Agustina, dapat diketahui bahwa Melalui TSB LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah memberikan ruang untuk para calon donaturnya untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang bertujuan untuk meringankan beban hidup orang lain. LAZ Nurul Fikri melakukan penawaran kerjasama TSB secara *door to door* kepada berbagai lapisan masyarakat, mulai dari pedagang, pegawai kantor, ibu rumah tangga, bahkan juga lembaga pendidikan mulai tingkat SD s.d SMA.

b. Indirect Fundraising

1. Kanal berbagi melalui website

Dalam memaksimalkan penghimpunan secara tidak langsung, LAZ Nurul Fikri juga memanfaatkan platform website <https://www.laznurulfikri.org/>. Website tersebut mencakup semua portofolio dimana di website tersebut para calon muzaki dapat melihat profil lembaga, laporan keuangan lembaga, kegiatan lembaga, menghitung berapa persen zakat yang dikeluarkan dari harta yang dimiliki calon muzaki. Dalam menu program, diberikan layanan untuk para calon muzaki memilih secara langsung program mana yang ingin dipilih.

2. Layanan Transfer Donasi

Layanan Transfer Donasi merupakan salah satu *digital fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah dalam meningkatkan penghimpunan zakat di Kalimantan Tengah. Adapun layanan tersebut melalui beberapa rekening bank yang mencakup Bank BNI, Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA, Bank Kalteng, Bank BSI, Bank Muamalat, Bank C IMB NIAGA. Apalagi saat ini kita telah berada pada zaman yang hampir seluruh kegiatan dilakukan dengan menggunakan teknologi. Mau tidak mau kita harus mengikuti perkembangan zaman tersebut, supaya tidak tergerus dengan perkembangan zaman itu sendiri. Dan hampir semua kegiatan kita dipermudah dengan adanya teknologi tersebut salah satunya yaitu dengan adanya *digital fundraising*. Digital fundraising merupakan kegiatan penghimpunan dana dengan memanfaatkan media digital misalnya seperti QRIS dan rekening bank. Oleh sebab itu, layanan ini akan sangat mempermudah para calon muzaki untuk membayar zakat.. Dengan hadirnya *digital fundraising* ini diharapkan bisa mengurangi kesulitan masyarakat dalam membayar zakat maupun menghimpun zakat. Dengan itu juga dengan canggihnya teknologi pada saat ini, kemudahan para muzakki adalah tidak perlu susah payah lagi mendatangi lembaga atau kantor zakat, cukup dengan menjalankan aplikasi yang ada di smartphone.

3. Scan QR Code

Kemudahan *cashless* di era digital pun semakin merambah ke ranah pembayaran zakat yang notabene kewajiban umat Islam. Zakat merupakan kewajiban umat Islam sesuai dengan rukun islam ke tiga. Tidak sedikit lembaga zakat menggunakan metode pembayaran zakat melalui QR ini salah satunya adalah LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah. ini merupakan salah satu strategi Fundraising yang dilakukan lembaga amil zakat Nurul Fikri Kalimantan Tengah dalam melakukan penghimpunan dana zakat secara digital. Praktik pembayaran zakat dengan metode QR Code pun mudah, pertama, buka salah satu aplikasi support di ponsel. Kedua, scan atau pindah gambar bercode. Ketiga, masukan nominal pembayaran zakat. Keempat, pilih konfirmasi dan bayar.

Kelima, masukan pin pembayaran. Keenam, pastikan mendapatkan pemberitahuan bahwa status transaksi berhasil.

4. Optimalisasi Media Sosial

Menurut pernyataan Elis Elyas dan Lya Agustina, dengan adanya media sosial juga merupakan salah satu faktor pendukung strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah muzaki. Faktor pendukung yang dilakukan LAZ Nurul Fikri sejauh ini sangat membantu kegiatan sosial filantropis yang dilaksanakan oleh lembaga zakat sebagai lembaga non profit. Media sosial memiliki karakteristik, keunggulan dan pasarnya tersendiri. Media sosial facebook yang dulu sangat trend di era 2009 sampai sekarang masih digunakan, walaupun intagram memiliki keunggulan dan karakteristik tersendiri. LAZ Nurul Fikri mempunyai media sosial resmi mulai dari facebook, Instagram dan juga akun youtube. Terkhusus untuk instagram, LAZ Nurul Fikri telah memiliki *followers* yang cukup banyak.

Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Model *Fundraising* LAZ Nurul Fikri

LAZ Nurul Fikri sebagai sebuah lembaga yang masih terus berproses ke arah yang lebih baik tidak terlepas dari berbagai macam hambatan, termasuk juga dalam hal pelaksanaan model *fundraising* yang sedang dijalankan. Meskipun begitu, LAZ Nurul Fikri juga mempunyai beberapa faktor pendukung yang menjadikannya tetap eksis sampai hari ini di Provinsi Kalimantan Tengah. Berikut hasil wawancara dengan Direktur Operasional LAZ Nurul Fikri tentang poin-poin pendukung dan penghambat dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*:

a. Faktor Pendukung

1. Legalitas Lembaga

Dalam pengelolaan dana sosial seperti zakat hal yang paling utama adalah memastikan legalitasnya. Artinya, dengan adanya legalitas ini akan membangun citra lembaga menjadi lebih baik dan dapat dipercaya oleh masyarakat. LAZ Nurul Fikri sebagai LAZ yang berskala provinsi telah memenuhi syarat-syarat untuk mendapatkan legalitas tersebut. Diantara legalitas yang sudah didapatkan adalah Izin Operasional SK DIRJEN BIMAS Islam Kemenag RI No. 941 Tahun 2017, Rekomendasi BAZNASNo:482/HAVE/SDP/BAZNAS/X/2017, Terdaftar di KESBANGPOL Provinsi Kalimantan Tengah, No. 00-11-00/7/III/2016, Surat izin operasional di dinas sosial kota Palangka Raya, No. 396/PDS-02/Sos/V/2017 dan Izin operasional di MENKUMHAM No. AHU/0000115.AH.01.05.TAHUN 2017.

2. Mempunyai Program Unggulan

LAZ Nurul Fikri sebagai lembaga filantropi resmi yang mengelola dana ZIS melalui program-program kemanusiaan dan pemberdayaan memiliki 5 bidang program utama yaitu bidang pendidikan, bidang ekonomi, bidang keagamaan, bidang kesehatan dan bidang sosial kemanusiaan. Mempunyai program unggulan artinya LAZ memberikan penawaran terbaik kepada calon muzaki sebagai wasilan atau perantara untuk melaksanakan suatu ibadah. Diantara program unggulan tersebut adalah Rumah Quran Nurul Fikri (RQ-NF), Beasiswa Yatim Dhuafa, Beasiswa Santri Penghafal Qur'an, Ekonomi Mustahik Berdaya, Semangat 45, Medical Mobile Service, Gerakan Indonesia Sehat dan Peduli Sosial Kemanusiaan.

3. Full Time Amil

Salah satu yang sering menjadi kendala dalam pengelolaan zakat adalah soal profesionalitas. Dalam hal ini pekerjaan amil hanya dijadikan sebagai pekerjaan sampingan sehingga berdampak pada kinerja dalam melaksanakan berbagai program baik pendistribusian atau *fundraising*. Namun berbeda dengan LAZ Nurul Fikri yang mempunyai SDM sebagai amil puranawaktu atau *full time*. Hal ini sangat berdampak positif dalam pengelolaan zakat di LAZ Nurul Fikri. Para amil bisa memaksimalkan berbagai potensi untuk mengembangkan lembaga menjadi lebih baik.

4. Local Pride

Istilah "*local pride*" sebagai bentuk optimisme kepada LAZ Nurul Fikri yang menjadi pelopor gerakan zakat dalam bentuk kelembagaan di Kalimantan Tengah. Hal ini menjadi salah satu keunggulan tersendiri bagi LAZ Nurul Fikri yang menjadi lembaga pengelola zakat asli Kalimantan Tengah. Dengan keunggulan ini, LAZ Nurul Fikri dapat melakukan pendekatan personal kepada calon muzaki dengan strategi bahwa LAZ Nurul Fikri adalah lembaga 'original' Kalimantan Tengah. Dengan begitu, harapannya para calon muzaki mempunyai kedekatan emosional dengan LAZ Nurul Fikri karena mempunyai kesamaan dalam hal lokalitasnya.

b. Faktor Penghambat

1. Kurangnya SDM

Permasalahan sumber daya manusia (SDM) memang menjadi salah satu momok dalam setiap lembaga zakat. Bahkan, termasuk kategori masalah prioritas yang harus diselesaikan (Huda et al., 2014). Masalah kurangnya SDM ini juga terjadi pada LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah. Meskipun lembaga ini berskala provinsi, secara SDM masih sangat kurang memadai. Kurangnya SDM menyebabkan amil akan merangkap tugas/*double job* seperti Direktur Operasional yang juga sebagai *Manager Fundraising*. Dampak yang muncul para amil akan mendapatkan beban kerja yang

berlebih dan focus pada tupoksi masing-masing bidang khususnya *fundraising* sendiri akan berkurang.

2. Khilafiyah Fikih Zakat

Tidak dipungkiri bahwa dalam pembahasan zakat kontemporer banyak terdapat perbedaan pendapat (khilafiyah) diantara para ahli fikih. Sebagai contoh pembahasan tentang zakat profesi yang menuai pro kontra, sebagian ulama mendukung adanya zakat profesi sebagian lain tidak mendukung dengan menganggap zakat profesi ini hal yang *bid'ah* dalam agama. Hal ini secara tidak langsung berdampak pada penghimpunan zakat, karena pemahaman masyarakat yang mengikuti pendapat yang kontra zakat profesi tentu tidak akan menerima penawaran untuk mengeluarkan zakat profesi di sebuah lembaga zakat. Problem perbedaan pendapat soal zakat ini akhirnya akan menghambat model *fundraising* yang juga dijalankan oleh LAZ Nurul Fikri, bagi lembaga harus bisa menyesuaikan model *fundraising* yang tepat untuk dijalankan kepada segmen masyarakat yang secara khusus tidak mendukung adanya zakat profesi.

3. Kompetisi dengan LAZ Nasional

Saat ini di Provinsi Kalimantan Tengah sudah mulai bermunculan lembaga zakat yang berskala nasional. Sebutlah, Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa, LAZISMU, Griya Yatim & Dhuafa, Wahdah Inspirasi Zakat, LAZNAS Yakesma, LAZNAS BMH. Banyaknya lembaga zakat tersebut akan berdampak meningkatnya tensi kompetisi untuk mengimpun dana zakat dari masyarakat. Persaingan tersebut mengharuskan LAZ Nurul Fikri untuk selalu melakukan inovasi dan kreatif dalam menjalankan model *fundraising* dana zakat. Sebaliknya kalau LAZ Nurul Fikri tidak melakukan inovasi, maka akan tertinggal dengan LAZNAS lain yang sudah mempunyai model *fundraising* yang mapan.

KESIMPULAN

Model *Fundraising* yang digunakan LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah dalam meningkatkan zakat di Kalimantan Tengah dilakukan dengan dua model yaitu model langsung (*direct fundraising*) dan model tidak langsung (*indirect fundraising*). **Pertama**, Model *direct fundraising* terdiri dari 3 program, 1) melakukan *Zakat Campaign* seperti event zakat, membuka counter zakat di tempat-tempat ramai seperti mall, pasar atau CFD. 2) Layanan Jemput Zakat, yang memberikan kemudahan pada muzaki untuk membayar zakat. Dengan cara ini diharapkan muzaki merasa nyaman dengan berbagai kemudahan yang diberikan oleh LAZ Nurul Fikri. 3) Tabungan Sedekah Berkah atau celengan sedakah yang difungsikan sebagai media praktis untuk memudahkan muzaki atau donator melakukan donasi pada berbagai program yang ditawarkan oleh LAZ Nurul Fikri. **Kedua**, model *indirect fundraising*

JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management, Volume 3, No 2 Tahun 2022
<http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JISFIM>

terdiri dari 4 program, 1) Kanal berbagi melalui website <https://www.laznurulfikri.org/> yang menjadi media bagi muzaki atau donator untuk membayar ZIS secara online, dengan melihat langsung semua portofolio program yang tersedia di LAZ Nurul Fikri. 2) Layanan Transfer Donasi melalui nomor rekening resmi LAZ Nurul Fikri dengan menyediakan jenis rekening dari berbagai bank. 3) Scan QR Kode. Seiring dengan perkembangan teknologi, scan QR Kode menjadi salah satu alternative pembayaran yang hari ini populer di Indonesia. Dengan layanan ini, akan semakin mempermudah calon muzaki untuk membayar ZIS tanpa batas ruang dan waktu. 4) Optimalisasi Media Sosial. LAZ Nurul Fikri Kalimantan Tengah dalam menjalankan model *fundraising* tersebut tidak terlepas dari hambatan diantaranya kurang sumber daya manusia, adanya khilafiyah persoalan fikih zakat kontemporer dan kompetisi dengan LAZ skala nasional yang semakin banyak di Kalimantan Tengah. Namun demikian, LAZ Nurul Fikri masih mempunyai beberapa faktor pendukung yang bisa dioptimalkan dalam menjalankan model *fundraising* untuk meningkatkan penghimpunan zakat di Kalimantan Tengah. Diantara faktor pendukung tersebut adalah adanya legalitas lembaga, mempunyai program unggulan yang bervariasi, amil yang bekerja *full time* dan eksistensi LAZ Nurul Fikri yang berbasis lokalistas (*Local Pride*).

DAFTAR PUSTAKA

- al Faizin, A. W. (2022). *Pengantar Lengkap Zakat Kontemporer Fikih Empat Madzhab, Pengelolaan, dan Kajian Sosial Ekonomi* (1st ed.). ANP Books.
- Arifin, G. (2016). *Kutamaan Zakat, Infaq dan Sedekah*. Elex Media Komputindo.
- BAZNAS, P. (2021). *Outlook Zakat Indonesia 2021*. Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Elyas, E. (2022). *Penghimpunan Dana Zakat LAZ Nurul Fikri 2018-2021* [Personal communication].
- Hasbi Zaenal, M., Choirin, M., Hartono, N., Farchatunnisa, H., & Rarasocta, A. V. (2022). *Potensi Zakat BAZNAS Provinsi*. Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Hommerová, D., & Severová, L. (2018). Fundraising of Nonprofit Organizations: Specifics and New Possibilities. *Journal of Social Service Research*, 45, 1–12. <https://doi.org/10.1080/01488376.2018.1479678>
- Hommerová, D., & Severová, L. (2019). Fundraising of Nonprofit Organizations: Specifics and New Possibilities. *Journal of Social Service Research*, 45(2), 181–192. <https://doi.org/10.1080/01488376.2018.1479678>
- Huda, N., Anggraini, D., Ali, K. M., Mardoni, Y., & Rini, N. (2014). Prioritas solusi permasalahan pengelolaan zakat dengan metode AHP (studi di Banten dan Kalimantan Selatan). *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Iskandar Fatkhurohman, F., & Khilmia, A. (2021). Strategi Fundraising Zakat Profesi (Studi Kasus Baitul Maal Hidayatullah Ponorogo). *Islamic Economics Journal*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.21111/iej.v7i1.6075>

- Kamal, I. M., & Shofwa Shafrani, Y. (2022). Fundraising Strategi Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Banyumas. *Social Science Studies*, 2(2), 087–109. <https://doi.org/10.47153/sss22.3532022>
- Kasri, R. A., & Putri, N. I. S. (2018a). Fundraising strategies to optimize zakat potential in Indonesia: An exploratory qualitative study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 10(1), 1–24.
- Kasri, R. A., & Putri, N. I. S. (2018b). Fundraising Strategies to Optimize Zakat Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i1.6191>
- Manik. (2015). *Metode Kualitatif*. Zifatama Publisher. https://books.google.co.id/books?id=TP_ADwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
- Mulyono, S. H., Ayuniyyah, Q., & Ibdalsyah, I. (2022). Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 67. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4346>
- Purwanti, D. (2020). Pengaruh Zakat, Infak, dan Sedekah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 101. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.896>
- Putra, T. W. (2021). Fundraising Strategies In The National Board Of Zakat (BAZNAS) Tana Toraja Regency. *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF*, 8(2), 168. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v8i2.11786>
- Susilawati, N. (2018). ANALISIS MODEL FUNDRAISING ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH DI LEMBAGA ZAKAT. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.29300/aij.v4i1.1204>
- Wibisono, Y. (2015). *Mengelola zakat Indonesia: Diskursus pengelolaan zakat nasional dari rezim Undang-Undang no. 38 Tahun 1999 ke rezim Undang-Undang no. 23 tahun 2011* (Edisi pertama). Kencana.
- Widarwati, E., Afif, N. C., & Zazim, M. (2016). Strategic Approach for Optimizing of Zakah Institution Performance: Customer Relationship Management. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.4010>
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Pertama). Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Zulkifli, Z., Mubarok, A., & Ravieq, F. R. A. (2022). STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT PADA LAZ NURUL FIKRI KALIMANTAN TENGAH. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.52490/attijarah.v4i1.431>