

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang begitu signifikan di sektor ekonomi Islam menjadi bukti yang semakin memperkuat bahwa Indonesia merupakan satu dari negara di dunia yang memiliki penduduk dengan penganut agama Islam terbesar di dunia dan seiring berjalannya waktu dengan semakin bertambahnya umat Islam di Indonesia semakin meningkat pula sektor ekonomi Islam di Indonesia. Dengan demikian makin bermunculan kegiatan-kegiatan yang mampu menjadi sarana peningkatan perekonomian umat seperti membayar zakat.

Zakat merupakan rukun dalam Islam dan menjadi keharusan bagi umat Islam yang mampu untuk mengeluarkannya. Kehadiran zakat ini cukup berpengaruh dalam kegiatan perekonomian masyarakat. Seluruh umat Islam yang mampu ini memiliki kewajiban untuk mengeluarkan hartanya untuk kegiatan berzakat. Sebagai bentuk ibadah, zakat memiliki dua makna yakni di satu sisi merupakan ibadah dan di sisi lain mempunyai pengaruh sosial. Umat Muslim yang mampu diwajibkan mengeluarkan sedikit hartanya untuk meningkatkan kemampuan orang lain. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 43 sebagai dasar kewajiban berzakat:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan rukuk’lah beserta orang-orang yang rukuk’.” (Q.S. Al-Baqarah: 43).¹

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, menyatakan bahwa menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi setiap umat Muslim yang mampu sesuai dengan syariat Islam.²

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, (Jakarta: Khairul Bayaan, 2005), h. 8.

² Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

Zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan daya guna maka dari itu pengelolaan zakat oleh suatu lembaga yang mengerti ajaran Islam sangat dibutuhkan. Anjuran pengelolaan zakat ini merujuk pada firman Allah SWT dalam Q.S At-Taubah ayat 103 :

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

Artinya: “Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.” (Q.S at-Taubah: 103).

Pada zaman pemerintahan khulafaur rasyidin tepatnya pada saat sahabat Rasulullah Umar Bin Khattab menjabat ia mendirikan sebuah lembaga keuangan yang diberi nama Baitul Maal. Baitul Maal merupakan kelembagaan yang khusus mengurus pengumpulan barang berupa harta yang bersumber dari kalangan mampu pada masa itu, adapun pengumpulan ini berupa zakat fitrah dan zakat mal. Baitul Mal juga memiliki wewenang dalam hal pengelolaan *ghanimah* atau harta benda yang didapatkan setelah berperang.

Pada masa Rasulullah serta khalifah Abu Bakar Baitul Mal ini hanya dijadikan sebagai tempat pendistribusian zakat. Namun, pada masa kepemimpinan Umar bin Khattab, Baitul Mal bertransformasi dan mampu menjadi roda utama dalam menggerakkan perkonomian Islam pada masa khalifah Umar Bin Khattab. Dalam struktur kelembagaan pada masa itu Baitul Mal ada dalam pengawasan lembaga eksekutif pemerintah. Terkait keanggotaan dalam lembaga ini memiliki tugas dalam hal mencatat segala hal yang berkaitan dengan pengadministrasian serta pengelolaan keuangan. Setiap anggota lembaga Baitul

Mal ini berkewajiban dalam membuat sebuah laporan secara berkala kepada lembaga yang menaunginya yaitu lembaga eksekutif.³

Jika melihat dari segi kepemilikan Baitul Mal ini adalah lembaga yang dimiliki oleh masyarakat serta dijadikan sebagai tempat untuk mengumpulkan harta benda. Dalam prosesnya pemerintah serta setiap anggota hanya orang yang dipercaya untuk mengelola harta yang telah terkumpul tersebut. Harta yang terkumpul tersebut ditujukan dari, oleh dan untuk kesejahteraan rakyat. Seluruh rakyat telah dijamin keberlangsungan kehidupannya dan tidak perlu gelisah memikirkan kedepannya karena pemerintah serta pengelola akan memberikan kebutuhan kepada seluruh rakyat disesuaikan dengan porsi kebutuhan serta kondisi keluarga.

Penerapan sistem ini pertama diperkenalkan serta diterapkan pada masa Khulafaur Rasyidin dibawah kepemimpinan Khalifah Umar Bin Khattab. Pada masa pemerintahannya Khalifah Umar mendirikan bidang-bidang ketika proses pendistribusian harta yang terkumpul di Baitul Mal salah satu nya bidang Pelayanan Militer yang secara khusus menyalurkan bantuan kepada orang-orang yang tergabung dalam perang termasuk anggota keluarga dari mereka yang pergi berperang.

Pengelolaan zakat pada masa Khalifah Umar bin Khattab ini banyak ditemukan persamaan dengan penerapan pengelolaan zakat dimasa sekarang namun ada beberapa hal yang menjadi pembeda dengan masa sekarang yang terletak pada jenis penyaluran dana zakat. Pada zaman Khalifah Umar pendistribusian terfokus pada dana disalurkan untuk menunjang perluasan wilayah penyiaran ajaran Islam yang mana satu-satunya pilihan perluasan wilayah pada masa itu hanya dengan berperang. Hal ini tidak bisa lagi dilakukan karena sudah tidak ada lagi visi atau rencana perluasan wilayah lagi karena setiap negara memiliki batas-batas tertentu yang sudah di sepakati oleh seluruh Negara

³ DompertDhuafa.org diakses pada 8 April 2021

serta kebebasan beragama dan memeluk suatu agama yang sudah diakui menjadi hak bagi setiap orang diseluruh dunia.

Adapun persamaan yang selaras terkait pengelolaan zakat pada masa Khalifah Umar dengan masa sekarang adalah pemebentukan struktur organisasi yang bertindak menjadi pengurus dan pengelola dana zakat serta pembuatan program yang bertujuan untuk memberdayakan umat Islam agar hidup sejahtera dan berkecukupan. Hal ini selaras dengan hadirnya BAZNAS Kota Bandung yang mengusung banyak program dalam hal pemberdayaan umat. Dan membuat pengelolaan agar dana zakat yang diberikan tidak hanya diberikan untuk seluruh delapan golongan ashnaf, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk kegiatan sosial, pendidikan, ekonomi, dan kesehatan.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang mempunyai tugas dan fungsi menghimpun dan mendistribusikan zakat, infaq, shodaqoh (ZIS) di tingkat nasional.⁴ Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat semakin memperkuat peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang mengelola zakat secara nasional. Dalam Undang-Undang tersebut BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah non struktural yang bersifat independen dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Dengan demikian, BAZNAS bersama pemerintah bertanggung jawab untuk mengawasi pengelolaan zakat yang didasarkan pada syariat Islam, kredibilitas, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.⁵

Hal yang harus dilakukan BAZNAS untuk mengoptimalkan zakat adalah dengan mensosialisasikan dan menyebarkan informasi tentang zakat kepada seluruh pegawai Muslim dan mendorong pegawai Muslim di lingkungan

⁴ KEPRES No. 8 Tahun 2001 tentang Badan Amil Zakat

⁵ Baznaskotabandung.org diakses pada 2 Februari 2021

kelembagaan untuk memberikan kemudahan bagi umat Islam dalam membayar zakat kepada BAZNAS.

Tabel 1. 1 Jumlah Penerimaan Dana ZIS BAZNAS Kota Bandung

No.	Bulan	Jumlah Penerimaan		
		Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
1.	Januari	Rp 1,615,113,281	Rp 2,264,074,486	Rp 2,788,458,445
2.	Februari	Rp 1,667,388,485	Rp 1,964,104,076	Rp 938,627,512
3.	Maret	Rp 2,351,175,142	Rp 2,115,035,911	Rp 3,175,525,335
4.	April	Rp 2,126,727,838	Rp 2,225,806,626	Rp 2,053,104,630
5.	Mei	Rp 1,885,740,876	Rp 2,422,529,043	Rp 2,660,782,391
6.	Juni	Rp 1,718,739,511	Rp 2,453,687,848	Rp 1,924,953,335
7.	Juli	Rp 2,175,702,852	Rp 3,147,718,226	Rp 1,854,521,489
8.	Agustus	Rp 2,240,748,740	Rp 2,180,992,207	Rp 2,469,907,493
9.	September	Rp 2,108,713,608	Rp 1,996,741,331	Rp 1,704,630,728
10.	Oktober	Rp 1,731,302,618	Rp 2,164,098,014	Rp 1,697,386,672
11.	November	Rp 1,672,869,353	Rp 1,222,972,387	Rp 1,729,319,271
12.	Desember	Rp 1,930,087,798	Rp 1,912,273,112	Rp 1,731,866,923
Jumlah		Rp 23,224,310,102	Rp 26,070,033,267	Rp 24,729,084,224

Sumber: BAZNAS Kota Bandung

Tabel 1. 2 Jumlah Muzakki dan Munfiq BAZNAS Kota Bandung

No.	Muzakki / Munfiq	2018	2019	2020
1.	Muzakki ASN	8.370	7.424	7.305
2.	Muzakki Individu	55	81	59
3.	Muzakki Lembaga	1	2	5
4.	Munfiq	8	1515	1392

Sumber: BAZNAS Kota Bandung

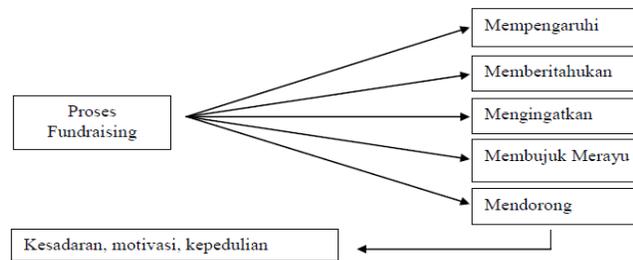
Dalam pembahasan terkait potensi zakat pada Badan Amil Zakat terfokus pada kegiatan fundraising dari lembaga terkait. Dalam upaya pengoptimalan manfaat saat menghimpun dana zakat yang tentunya dana hasil tersebut akan disalurkan kembali kepada yang berhak menerimanya. Fundraising menjadi kunci serta tumpuan keberhasilan dan tercapainya tujuan dari kelembagaan terkait.⁶ Selain itu, fundraising ini menjadi faktor pendorong bagi setiap lembaga dalam menciptakan perencanaan pendanaan serta dalam menghimpun dana untuk

⁶ Iqbal Setyarso, *Manajemen Zakat Berbasis Korporat Lembaga Pengelola Zakat Pulau Sumatera*, (Jakarta: Khoirul Bayan, 2008), h. 72.

kegiatan operasional kelembagaan. Fundraising tidak sama dengan uang, tetapi cakupannya lebih luas dan mendalam. Karena dampak fundraising sangat penting bagi keberadaan sebuah lembaga pengelola zakat.⁷

Dalam fundraising sangat erat kaitannya dengan kegiatan aktivitas menginformasikan, mengingatkan, serta penguatan (stressing), jika hal tersebut memungkinkan atau diperbolehkan.⁸ Hal tersebut yang memicu manajemen fundraising mampu menjadi pendorong keberhasilan pengelolaan dana zakat, infak dan shodaqoh dengan efisien. Adapun metode fundraising dana ZIS yang bisa diterapkan terdiri dari dua acara, yaitu metode secara langsung dan tidak langsung.⁹ Metode tersebut tentunya memiliki karakteristik serta kelebihan dan kekurangan ketika diterapkan dalam kegiatan fundraising. Maka dari itu, lembaga pengelola ZIS dituntut untuk dapat menerapkan strategi agar mampu menemukan calon muzakki guna menghimpun dana ZIS.

Gambar 1. 1 Proses Fundraising



Sumber: Junal Anil Islam Vol. 10 No.2, Desember: 285-316

Hadirnya badan amil untuk mengurus masalah zakat, infak dan shodaqoh harus menjadi modal bagi mereka orang-orang yang membutuhkan dana serta membantu individu tersebut untuk keluar dari kemiskinan serta pengangguran. Dalam prosesnya setiap lembaga tersebut harus memiliki rencana serta strategi yang mampu meningkatkan kepercayaan bagi para donatur untuk menyisihkan harta mereka dan diberikan kepada para mustahik. Strategi tersebut bisa berupa

⁷ H.M D Jamal Doa, *Pengelolaan Zakat Oleh Negara Untuk Memerangi Kemiskinan*, (Jakarta:KORPUS, 2004), h. 78.

⁸ Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat*, Cet 1, (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015), h. 36.

⁹ Furqon, *Manajemen...*, h. 42.

dengan menjemput secara langsung maupun tidak langsung dalam mengumpulkan dana dari para muzakki.

Kelembagaan yang bertugas dalam pengelolaan dana zakat, infak serta shadaqah ini diharapkan dalam mempersiapkan rencana yang mampu meningkatkan pengelolaan dana zakat, infak serta shadaqah.¹⁰ Strategi merupakan bagian dari kegiatan fundraising dalam menarik calon muzakki untuk menyisihkan hartanya di lembaga-lembaga tersebut. Penetapan strategi fundraising dana yang tepat akan mampu menciptakan kepercayaan bagi masyarakat sehingga makin banyak masyarakat yang ikut berpartisipasi dan terdorong untuk menjadi donatur serta memberikan amanah untuk menyalurkan dana dengan bantuan BAZNAS.

Hal ini selaras dengan kegiatan yang dilakukan BAZNAS Kota Bandung, lembaga tersebut membutuhkan manajemen fundraising untuk keberlangsungan program dan menjalankan program yang telah dirancang dengan sukses. Dari hasil fundraising itulah BAZNAS Kota Bandung dapat bermanfaat untuk membantu masyarakat miskin baik dalam bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan dan sebagainya. Lembaga berupaya mengantarkan zakat sebagai bagian dari penyelesaian masalah (problem solver) atas kondisi sosial yang terus berkembang.

Berdasarkan latar belakang diatas, pembahasan diarahkan pada persoalan bagaimana BAZNAS Kota Bandung melakukan strategi fundraising yang tepat untuk meningkatkan pengumpulan dana ZIS dan meningkatkan jumlah muzakki di Kota Bandung. Dengan penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING BAZNAS KOTA BANDUNG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MUZAKKI DI KOTA BANDUNG”**

¹⁰ Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV. Pustaka Setia), 2014, h. 2.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi fundraising BAZNAS Kota Bandung dalam meningkatkan jumlah muzakki?
2. Bagaimana implementasi fundraising pada BAZNAS Kota Bandung?
3. Bagaimana hasil pencapaian strategi fundraising yang diterapkan BAZNAS Kota Bandung dalam meningkatkan jumlah muzakki?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, judul dan penelitian diatas, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja strategi fundraising BAZNAS Kota Bandung dalam meningkatkan jumlah muzakki.
2. Untuk mengetahui implementasi fundraising pada BAZNAS Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui hasil pencapaian dari strategi fundraising yang diterapkan BAZNAS Kota Bandung dalam meningkatkan jumlah muzakki.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya BAZNAS Kota Bandung dalam alokasi penerapan strategi manajemen fundraising.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pengetahuan manajemen implementasi fundraising sebagai strategi peningkatkan pengelolaan dana zakat, infak dan shodaqoh.
- b. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji persoalan model strategi fundraising

2. Manfaat Praktis

Secara praktik penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang model strategi fundraising.

b. Bagi BAZNAS Kota Bandung

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola BAZNAS Kota Bandung untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi perannya dalam pengelolaan zakat, khususnya dalam meningkatkan strategi fundraising yang belum tercapai secara maksimal.

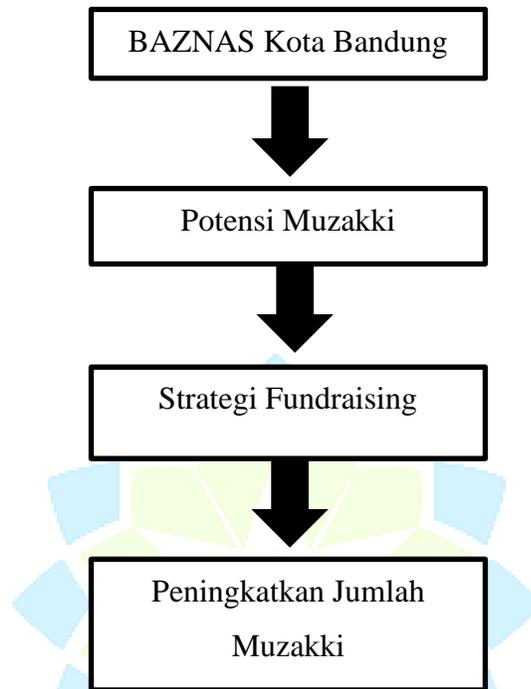
c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada masyarakat tentang perkembangan strategi fundraising.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Kerangka berpikir juga merupakan model konseptual tentang bagaimana teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini, dengan adanya model strategi fundraising yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Bandung, maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah muzakki di Kota Bandung guna untuk mensejahterakan masyarakat yang kurang mampu. Mengacu pada konsep dasar dan teori serta hasil analisis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka secara ilustratif akan digambarkan dalam bentuk skema alur berpikir berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya.

Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir



Dari kerangka berpikir diatas dapat dilihat bahwa potensi muzakki yang ada di BAZNAS Kota Bandung merupakan hal yang cukup penting dalam merumuskan suatu strategi fundraising yang akan dilakukan oleh BAZNAS Kota Bandung. Strategi fundraising yang tepat akan menciptakan peningkatan jumlah muzakki pada BAZNAS Kota Bandung.

F. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai strategi fundraising. Strategi fundraising berpengaruh kepada eksistensi lembaga pengelola zakat itu sendiri serta menarik minat para muzakki untuk menitipkan dana zakat, infak dan shadaqoh juga didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu.

Beberapa hasil penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut:

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Tarsani (2016)	Strategi Komunikasi Pemasaran Dompot	Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran yang	Persamaan dari penelitian ini adalah topik yang dibahas terkait

		Dhuafa dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki	dilakukan oleh Dompot Dhuafa dan aplikasinya telah berhasil meningkatkan kepercayaan muzakki. Strategi yang diterapkan tim Pemasaran Dompot Dhuafa juga sesuai dengan teori-teori komunikasi pemasaran dari Philip Kotler. Komunikasi yang diutamakan adalah publikasi program dan sistem jemput bola dalam aktifitas fundraising-nya dibanding membiayai iklan secara khusus.	dengan strategi <i>fundraising</i> . Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini lebih memfokuskan terkait dampak dari strategi fundraising.
2.	Siti Rohmawati (2018)	Analisis Manajemen <i>Fundraising</i> Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAZIS) Baiturrahman Semarang	Manajemen fundraising zakat infaq shodaqoh LAZIS Baiturrahman Semarang telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen dan menjalankan langkah-langkah manajemen fundraising dengan baik, diantaranya: <i>Pertama</i> , fungsi perencanaan. <i>Kedua</i> , fungsi pengorganisasian <i>Ketiga</i> , fungsi kepemimpinannya.	Persamaan dari penelitian ini adalah topik yang dibahas mengenai fundraising. Perbedaannya adalah pada penelitian ini tidak dibahas mengenai fungsi dari manajemen fundraising dan perbedaan tempat penelitian.

			<i>Keempat, fungsi pengendalian</i>	
3.	Ronald Reagen (2018)	Dampak Penerapan Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana Zakat (Studi Pada Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta)	Hasil Penelitian ini adalah strategi fundraising yang ditetapkan oleh Dompot Dhuafa adalah kampanye zakat, iklan kampanye zakat, iklan respon direct mail, telemarketing, jemput zakat serta konter, dan indirect fundraising. Strategi ini dapat mempertahankan eksistensi Dompot Dhuafa sebagai lembaga amil zakat yang ada di Indonesia. Dengan strategi yang digunakan oleh Dompot Dhuafa mengakibatkan jumlah dana yang dikelola mengalami peningkatan drastik, yaitu pada 2016 mendapatkan penerimaan dana sebesar Rp 3.853.105.114,- meningkat pada 2017 sebesar Rp 4.676.396,10,-	Persamaan dalam penelitian ini adalah topik yang dibahas terkait strategi fundraising. Perbedaannya adalah pada penelitian ini membahas tentang peningkatan pengelolaan zakat dan perbedaan dari sampel yang diambil yaitu Baznas Kota Bandung.
4.	Yusfi Sultoni (2018)	Implementasi Manajemen Fundraising dalam Meningkatkan	Pelaksanaan fundraising zakat pada BAZNAS Kabupaten Banyuwangi dalam	Persamaan dari penelitian ini adalah topik yang dibahas mengenai manajemen

		Jumlah Muzakki Pada Baznas Kabupaten Banyuwangi	memperoleh muzakki atau donatur menggunakan metode <i>direct fundraising dan indirect fundraising</i> . BAZNAS Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan perencanaan pengumpulan zakat selalu mengingatkan kepada muzakki atau donatur mengenai target dan juga visi dan misi yang dimiliki BAZNAS Kabupaten Banyuwangi.	fundraising dalam meningkatkan jumlah muzakki. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini dibahas mengenai dampak dari strategi fundraising tersebut dan perbedaan tempat penelitian.
5.	Indah Nafisatun Nisa (2018)	Analisis Keberhasilan Dalam Pencapaian Target Fundraising di LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Puwokerto	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk keberhasilan fundraising LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto merupakan keberhasilan penghimpunan dana dan keberhasilan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya ZIS-Waf	Persamaan dengan penelitian ini adalah samasama membahas mengenai fundraising pada suatu lembaga amil zakat. Dan perbedaannya adalah mengenai tempat penelitian.