

Strategi Peningkatan Jumlah Muzakki di Lazis Muhammadiyah Kota Medan

Dessy Rahmadani¹, Yenni Samri Juliati Nasution²

^{1,2}Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara
Email : dessyrahmadani288@gmail.com¹, yenni.samri@uinsu.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Strategi Peningkatan Jumlah Muzakki Di Lazis Muhammadiyah Kota Medan” yang Bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah Muzakki pada lazis Muhammadiyah Kota Medan. Kesimpulan penelitian Salah satu strategi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah muzakki adalah Strategi fundraising. Strategi Fundraising zakat merupakan upaya mengumpulkan zakat dari perorangan atau badan usaha untuk mencapai tujuan zakat. Sumber utama fundraising zakat adalah muzakki. Maka mengingat proses fundraising zakat merupakan hal yang mendasar bagi upaya pengelolaan zakat, pihak-pihak yang telah diberi wewenang untuk mengelola zakat harus mampu meyakinkan masyarakat muslim mengenai pentingnya zakat. Metode penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif, yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Data ini diperoleh dari Studi Pustaka, Wawancara dan observasi untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam meningkatkan Jumlah Muzakki di Lazis Muhammadiyah Kota Medan.

Kata Kunci : Stategi, Peningkatan Muzakki, Lazis Muhammadiyah

Abstract

Research with the title “the strategy increasing a mount Muzakki in Lazis Muhammdiyah of Medan City”. Aims to find out the strategy used to increase the number of muzakki in lazismu of Medan city. is a fundraising strategy. The conclusion of research One of the strategies used is the fundraising strategy. Zakat fundraising strategy is an effort to collect zakat from individuals or business entities to achieve zakat goals. The main sorce of fundraising is muzakki. Then the procces of fundraising zakat is fundamental for zakat management efforts. Parties who have been given the authority to manage zakat must be able to convince the moslem community about the important of zakat. This research method usese qualitative research method, namely in the form of written or oral words from people and actors that can be observed. This data was obtained from literature study, interviews and observed to find out the strategies used in increasing the mount of Muzakki

Keywords : Strategy, Muzakki Improvement, lazis Muhammadiyah

PENDAHULUAN

Problematika perekonomian zakat muncul menjadi instrument pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan didaerah, banyak pemikiran dan teori yang dikemukakan oleh ahli dan pakar ekonomi dalam rangka menanggulangi masalah kemiskinan. Namun, tidak semua teori dapat di praktekkkan dan dapat menanggulangi kemiskinan. Semangat dalam mengentaskan kemiskinan menjadi motivasi bagi pemerintah dalam membangun suatu lembaga pengelola zakat. Diharapkan dengan dibangunnya lembaga pengelolaan zakat dengan cara professional dan pendayagunaan secara produktif mampu memberikan

kontribusi bagi penanggulangan kemiskinan. Banyak pengelola lembaga zakat yang muncul dan memiliki kriteria tersendiri khususnya di daerah Kota Medan.

Badan pengelolaan Indonesia yang diatur berdasarkan undang-undang no.38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat pada bab III pasal 6 dan 7 menegaskan bahwa lembaga pengelola zakat di Indonesia berdiri atas dua macam, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh masyarakat (Andria Soemitra: 2009). Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang nomor 23 tahun 2011 yang menjelaskan tentang pengelolaan zakat, didalamnya dijelaskan yang dimaksud pengelolaan zakat merupakan suatu kegiatan perencanaan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat oleh lembaga-lembaga pengelola zakat (Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23:2011).

Pengelolaan zakat merupakan kegiatan lembaga dalam suatu perencanaan lembaga zakat, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dana dan pendistribusian serta pendayagunaan dana zakat, infaq dan sadaqah. Bagian yang tak terpisahkan dalam pengelolaan dana zakat adalah muzakki dan harta yang dizakati, mustahik, dan amil.¹ Mengumpulkan dana atau sering disebut fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga pengelolaan zakat, apabila kegiatan fundraising tidak dilakukan oleh lembaga pengelola zakat, bisa dipastikan kegiatan tidak akan berjalan dengan lancar. Karena fundraising tidak identik dengan uang semata, melainkan ruang lingkungannya lebih luas dan mendalam. Istilah fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan atau tindakan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya baik dari masyarakat individu/kelompok dan organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik (Rizka Yasin Yusuf: 2018).

Menggalang dana bagi lembaga pengelolaan zakat bukanlah suatu pekerjaan yang mudah untuk dilaksanakan dalam penggalangan dana dibutuhkan kemampuan yang tepat diantaranya kejelian, kecermatan, persiapan matang dan cara yang profesional. Selain kemampuan yang dibutuhkan adapun berbagai macam tantangan yang harus dihadapi dalam menggalang dana diantaranya tantangan akan perkembangan fundraising itu sendiri. Sebagai langkah awal berjalannya lembaga pengelolaan zakat pengumpulan dana menjadi tantangan yang sangat diperhatikan dan diutamakan bagi lembaga (Hanifah Hikmawati:2015). Adapun tantangan yang harus dihadapi dalam menggalang dana adalah mencari inovasi dan solusi (Aan Zainul Anwar Dkk:2019) dalam menentukan dan mencari sebuah inovasi serta solusi bukanlah hal yang mudah, dibutuhkan strategi yang matang dan persiapan yang sangat tepat untuk menentukannya, maka sangat dibutuhkan strategi fundraising dalam lembaga pengelolaan zakat yang merupakan proses utama dalam berjalannya suatu lembaga guna memberikan arahan khususnya kepada muzakki agar mau menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga zakat, strategi fundraising tersebut dimiliki berbagai lembaga amil zakat untuk menarik donatur sehingga menyalurkan dananya (Uswatun hasanah:2015). Dalam setiap daerah berbagai lembaga zakat dibangun dengan berbagai tantangan yang akan dihadapi oleh masing-masing lembaga tak terkecuali LAZISMU kota Medan yang menjadi obyek dari penelitian ini akan manajemen strategi fundraising yang diterapkan oleh lembaga pengelola zakat dalam mendapatkan muzakki dan munfaqin.

Persoalan yang menjadi problematika tentang zakat dikalangan masyarakat Medan adalah tingkat pengetahuan masyarakat serta adat kebiasaan masyarakat mengenai pengelolaan zakat banyak yang beranggapan bahwa zakat hanya dibebankan dan dikhususkan terhadap orang-orang tertentu saja. Bahkan, yang belum tahu jelas tentang nisab atau haul bagi zakat itu sendiri. Diharapkan dengan hadirnya lembaga pengelolaan zakat disetiap daerah diarahkan untuk mempermudah dalam pengelolaan zakat dalam masyarakat melalui lembaga zakat serta memberitahukan dan menarik perhatian

masyarakat untuk menyalurkan dananya melalui lembaga pengelola zakat (Wildatus Sufiyah:2019).

Pengelolaan zakat yang profesional memang masih menjadi pekerjaan rumah yang harus segera diselesaikan untuk pengoptimalan zakat. Dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat (Tim Penyusun LAZISMU Banyumas:2012). Dalam catatan sejarah, ketika zaman Rasulullah SAW dan khulafaur-rasyidin pun selalu mempunyai petugas khusus yang mengatur masalah zakat, baik pengambilan maupun pendistribusiannya. Diambilnya zakat dari pada muzakki (orang yang mempunyai kewajiban berzakat) melalui amil zakat untuk kemudian disalurkan kepada mustahik, jelas Abdurahman Qadir, adalah untuk menunjukkan bahwa kewajiban zakat itu bukanlah semata-mata bersifat amal karikatif (kedermawanan), tetapi juga ia suatu kewajiban yang juga bersifat otoritatif (Didin Hafidhuddin:2002).

Hal tersebut menggambarkan adanya keniscayaan pengelolaan zakat yang jujur dan bertanggung jawab, penarikan dan pengumpulan zakat pada dasarnya harus bersifat proaktif. Perintah penarikan pengambilan zakat pada ayat 103 surat at-Taubah dan instruksi Nabi kepada Mu'adz bin Jabal atau kepada Al-Walid supaya mengambil zakat penduduk menunjukkan asas proaktif tersebut (Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementrian Agama Republik Indonesia:2009).

Alasan peneliti memilih Lazismu Kota Medan sebagai obyek penelitian dikarenakan dilihat dari latar belakang dari Lazismu yang identic dengan Muhammadiyah sedangkan di Kota Medan khususnya masyarakat nya adalah Al-washliyah dan Nahdhatul Ulama dan juga masih kental dengan kebudayaan adat masing-masing daerah, maka dari itu merupakan tantangan tersendiri bagi Lazismu dalam melakukan penghimpunan Dana atau Fundraising karena selain Lazismu Kota Medan memiliki lembaga pengelolaan zakat seperti Baznas dan lainnya.

Lazis Muhammadiyah Kota Medan adalah lembaga zakat yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat. Proses pendayagunaan dilakukan secara produktif dari dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya seperti perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Didirikan oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002. Selanjutnya Lazismu Kota Medan diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dengan telah berlakunya Undang-undang Zakat nomor 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan Keputusan Mentri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015. LAZISMU sebagai lembaga amil zakat nasional telah dikukuhkan kembali melalui SK Mentri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016.

Latar belakang berdirinya Lazismu terdiri dari dua faktor. Pertama, fakta Indonesia yang berselimut dengan kemiskinan yang masih luas, kebodohan, dan indeks pembangunan manusia sangat rendah. Hal tersebut disebabkan karena tatanan keadilan sosial yang lemah. Kedua, zakat diyakini mampu bersumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan

WF Glueck dan LR Jauch dalam buku "Manajemen strategis dan kebijakan perusahaan". mendefinisikan strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Perusahaan disini bisa diidentikan dengan lembaga amil zakat (Chaniago, Siti Aminah:2014).

Sedangkan Menurut Glueck William F. dan Lawrence R. Strategik adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategik perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi

Syaiful Bahri dan Aswan Zain mengemukakan pengertian strategi secara umum merupakan “suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan” (Djamarah, Syaiful Bahri dan Zain, A. :2006)

Managemen strategi meliputi suatu perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian keputusan serta tindakan yang sesuai dengan strategi perusahaan (John A. Pearce, Richard B. Robinson:2014). Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang “Pengelolaan zakat pada bab I Ketentuan Umum pasal 1 menentukan bahwa: “Pengelolaan zakat adalah suatu kegiatan dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dana dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat”. Pengelolaan zakat itu hendaknya dengan manajemen startegi modern (Amirullah, Sri Budi Cantika:2008). meliputi empat elemen pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian (David Hunger Dan Thomas L. Wheelen:2003). Adapun dalam Managemen fungsional unsur-unsur yang kerap ditekankan diantaranya perencanaan (planning), pengorganisasian (Organizing), pelaksanaan (executing) dan pengawasan (controlling) yang baik.

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang atau jangka pendek yang hendak dipakai. Tujuan jangka panjang dapat diartikan sebagai hasil-hasil spesifik yang ingin diraih oleh suatu perusahaan terkait dengan visi dan misi yang ada, tujuan harus ditetapkan untuk seluruh perusahaan terutama untuk tiap divisi-divisi. Tujuan sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan harus terukur, konsisten, masuk akal serta jelas guna kelancaran operasional perusahaan (Fred R. David, Manajemen Strategis Konsep:2009).

Dalam melaksanakan strategi pasti adanya perencanaan, Perencanaan memiliki beberapa langkah yang harus direncanakan diantaranya yaitu menetapkan tugas dan tujuan, mengobservasi dan menganalisa, mengatakan tentang kemungkinan-kemungkinan, membuat sintesa dan menyusun. Dilakukannya penyusunan perencanaan akan mengarah pada program yang akan dilaksanakan, baik program jangka pendek, menengah ataupun jangka panjang setelah visi, misi dan tujuan ditetapkan. Rencana yang disusun perlu disesuaikan dengan keperluan khusus di lembaga. Proses perencanaan dilakukan dengan cara pengumpulan zakat infaq dan shadaqah, yaitu dengan cara adanya program-program LAZISMU atau program-program lain seperti gerakan orang tua asuh, peduli guru, bina mandiri wirausaha, youth entrepreneurship, kampung qurban untuk negeri dan lain sebagainya (Wardani, Rama:).

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata peningkatan adalah proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dsb). Jadi peningkatan adalah lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan, peningkatan berarti kemajuan, penambahanketerampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Peningkatan juga merupakan proses, cara, atau perbuatan untuk menaikkan suatu usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu ke suatu arah yang lebih baik lagi dari pada sebelumnya.

Sedangkan peningkatan menurut penelitian ini memiliki arti yaitu usaha untuk meningkatkan wajib zakat atau muzakki dari sebelumnya. Salah satu cara untuk meningkatkan Muzakki tersebut adalah dengan menerapkan berbagai strategi yang telah ditetapkan.

Pengertian Muzakki

Zakat, berarti suci, tumbuh, bertambah, dan berkah. Dengan demikian, zakat itu membersihkan (menyucikan) diri seseorang dan hartanya, pahala berambah, harta tumbuh (berkembang), dan membawa berkat. Sesudah mengeluarkan zakat seseorang telah suci (bersih) drinya dari penyakit kikir dan tamak. Hartanya juga telah bersih, karena tidak ada lagi hak orang lain pada hartanya itu.

Secara bahasa, zakat berarti tumbuh (numuwu) dan bertambah (ziyadah). Jika diucapkan, zaka al-zar’, artinya adalah tanaman itu tumbuh dan bertambah. Kata zakka sering dikemukakan untuk makna thaharah (suci). Adapun zakat menurut syara’, berarti hak

yang wajib (dikeluarkan) dari harta. Mazhab Maliki medefinisikannya dengan, "Mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nishab (batas kuantitas yang mewajibkan zakat) kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mushahiqq)-nya. Dengan catatan, kepemilikan itu penuh dan mencapai hawl (setahun) buka barang tambang dan bukan pertanian." Mazhab Hanafi mendefinisikan zakat dengan, "Menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syari'at karena Allah swt (Al-Zuhayly, Wahbah: 1997).

Sedangkan Muzakki adalah kewajiban bagi orang-orang tertentu untuk mengeluarkan sebagian hartanya (orang yang berkewajiban mengeluarkan zakat). Jumhur ulama menyatakan bahwa orang yang disepakati wajib mengeluarkan zakat adalah merdeka, telah sampai umur, berakal dan nishabyang sempurna. Sedangkan harta yang wajib dikeluarkan zakatnya yang disepakati mayoritas ulama adalah emas, perak, dan binatang ternak dan penuh setahun dimiliki oleh Muzakki. Hal itu, sudah banyak dijelaskan ulama fiqh pada umumnya (Muhammad Ibrahim Jannati: 2007).

Penghimpunan dana zakat (fundraising) bisa dikatakan selalu menjadi tema besar dalam organisasi amal zakat. Pengaturan dalam penghimpunan dana zakat begitu sederhana dan tidak memerlukan pengetahuan khusus. Pelaksanaan penghimpunan dana zakat secara semestinya, secara ekonomi dapat menghapus tingkat perbedaan kekayaan yang mencolok, serta sebaliknya dapat menciptakan redistribusi yang merata (Fahrur Rozi: 2018). Fundraising diartikan sebagai suatu kegiatan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik (Fahrur Rozi:2018). Kegiatan fundraising memiliki setidaknya lima tujuan pokok, yaitu menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, serta membangun citra lembaga (brand image), dan memberikan kepuasan pada donatur, yang tak terpisahkan dari pengelolaan zakat adalah muzakki dan harta yang dizakati, mustahik, dan amal (Andria Soemitra:2009).

Fundraising adalah cara menyampaikan gagasan melalui produk yang ditawarkan atau lazim disebut dengan program. Pihak yang melalukan kegiatan fundraising disebut dengan fundraiser, baik itu individu maupun kelompok. Dalam hal fundraising zakat infaq shadaqah, fundraising merupakan proses mempengaruhi masyarakat, khususnya muzakki agar mau menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqahnya. Dalam kegiatan fundraising, lembaga harus terus melakukan suatu edukasi, serta sosialisasi, baik berupa promosi, atau transfer informasi sehingga dapat menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donator, dalam melakukan kegiatan program. Untuk bisa mendapatkan hasil yang maksimal dari fundraising, maka suatu lembaga membutuhkan strategi dan pendekatan yang tepat serta dapat menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan dalam langkah berikutnya. Namun, tanpa adanya suatu strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka dapat dikatakan tidak akan maksimal dalam memperoleh dana (Iqbal Rafiqi:2019).

Lazis Muhammadiyah Kota Medan adalah lembaga zakat yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat. Proses pendayagunaan dilakukan secara produktif dari dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya seperti perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Didirikan oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002. Selanjutnya Lazismu Kota Medan diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dengan telah berlakunya Undang-undang Zakat nomor 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan Keputusan Mentri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015. LAZISMU sebagai lembaga amil zakat nasional telah dikukuhkan kembali melalui SK Mentri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016.

Latar belakang berdirinya Lazismu terdiri dari dua faktor. Pertama, fakta Indonesia yang berselimut dengan kemiskinan yang masih luas, kebodohan, dan indeks pembangunan manusia sangat rendah. Hal tersebut disebabkan karena tatanan keadilan sosial yang

lemah. Kedua, zakat diyakini mampu bersumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan.

Dengan budaya kerja yang amanah, professional dan transparan, Lazismu berusaha mengembangkan diri menjadi zakat terpercaya. Seiring berjalannya waktu, kepercayaan publik semakin menguat. Dengan spirit kreatifitas dan inovasi, Lazismu senantiasa memproduksi program-program pendayagunaan yang mampu menjawab tantangan perubahan dan problem sosial masyarakat. Dengan operasional programnya, Lazismu didukung oleh Jaringan Multi Lini. Sebuah jaringan konsolidasi lembaga zakat yang tersebar di seluruh provinsi (berbasis kabupaten/kota). Dengan demikian, Lazismu menjadikan program-program pendayagunaan mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia secara cepat. Terfokus dan tepat sasaran.

Visi dan Misi Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah Kota Medan Visi dari Lazismu adalah "Menjadi Lembaga Amil Zakat Terpercaya". Misi: Optimalisasi pengelolaan ZIS yang amanah, profesional dan transparan, Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif, dan produktif, Optimalisasi pelayanan donatur.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif merupakan metode yang terfokus dalam meneliti suatu obyek, sekelompok manusia, atau suatu kondisi (Moh. Nazir:2003), dan suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Sedangkan kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang dan perilaku yang diamati (Lexy Moloeng:2002).

Jadi pendekatan Deskriptif Kualitatif adalah suatu pendekatan yang menggambarkan keadaan suatu status fenomena yang terjadi dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk mendapatkan kesimpulan. Sedangkan Soerjono Soekanto berpendapat bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah prosedur pemecahan masalah yang selalu diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan suatu subjek atau objek panel (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) kemudian pada saat sekarang berdasarkan fakta yang tampak sebagai objek (Soerjono soekanto:1999).

Adapun sumber data yang diperoleh memiliki 2 sumber data, Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian lapangan dengan metode wawancara dari pihak-pihak yang terlibat dan observasi (pengamatan) lapangan. Serta dengan menggunakan data sekunder

Diperoleh dari SOP, Majalah-majalah, edisi program Lazismu, dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan strategi peningkatan Muzakki di Lazismu Kota Medan dan juga lampiran-lampiran dokumentasi lainnya sebagai penguat sumber data yang diperlukan.

Bahan referensi merupakan adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. sebagai contoh, data hasil wawancara pendukung dengan adanya rekaman wawancara. Alat-alat bantu rekam dalam melakukan penelitian kualitatif seperti alat rekam suara, kamera, dan alat tulis yang sangat diperlukan untuk mendukung kredibilitas data yang ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik sehingga menjadi lebih dipercaya (Nusa Putra dan Santi Lisnawati:2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Managemen Strategi Lazismu Kota Medan

Strategi merupakan istilah umum dalam membentuk sistematika yang perlu diciptakan dalam suatu pengelolaan organisasi. Organisasi zakat yang disebut Amil zakat perlu menciptakan strategi agar ada rumusan sebagai acuan dalam pengelolaannya. Strategi terbentuk dari visi misi yang didasari atas landasan ajaran islam sesuai dengan perintah Allah yang tertera didalam Al-quran dan sunnah.

Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dilapangan bahwa manajemen strategi yang diterapkan oleh Lazismu Kota Medan telah sesuai dengan anjuran dan aspek-aspek manajemen strategi yang telah memenuhi prosedur dan ketentuan-ketentuan dari pihak berwenang dan masyarakat sekitar, baik dari segi operasional lembaga maupun program-program yang direncanakan oleh lembaga.

Lazismu juga telah menerapkan berbagai strategi dasar dalam manajemen pada dasarnya seperti pembentukan struktur kerja, target jangka panjang, target jangka pendek serta memiliki visi dan misi perusahaan dan lain sebagainya. Dan telah menerapkan sembilan tugas penting dalam manajemen strategi, yaitu :

1. Merumuskan misi perusahaan, maksud, filosofi, serta sasaran perusahaan
2. Melakukan analisis kondisi kapabilitas internal perusahaan
3. Menilai lingkungan eksternal, dan faktor persaingan
4. Menganalisis sumber daya perusahaan
5. Mengidentifikasi pilihan yang menguntungkan dan mengevaluasinya berdasarkan misi perusahaan
6. Menentukan tujuan jangka panjang dan strategi utama
7. Mengembangkan tujuan tahunan
8. Mengimplementasikan strategi dengan manajemen seluruh sumber daya perusahaan
9. Mengevaluasi keberhasilan proses

Dapat dilihat bahwa Lazismu kota lebih efisien dari pada lembaga yang lain dalam menerapkan sistem manajemen strateginya.

Tujuan Manajemen strategi Lazismu

Tujuan manajemen strategi bagi Lazismu merupakan keberhasilan lazismu yang harus terukur, konsisten, masuk akal serta jelas demi kelancaran operasional lembaga. Menggambarkan salah satu langkah yang ingin dicapai untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi Lazismu tersendiri. Bagi Lazismu tujuan manajemen strategi merupakan pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan Lembaga.

Seperti halnya strategi fundraising Lazismu sebagai lembaga pengelolaan zakat maka strategi fundraising sangat diutamakan dalam menjalani lembaga pengelolaan zakat tanpa adanya fundraising lembaga pengelolaan zakat tidak akan berjalan dengan semestinya.

Metode Strategi Manajemen peningkatan Muzakki di LazisMU

Metode yang digunakan dalam Lazismu adalah metode Fundraising. Maka dari itu, Lazismu telah merancang dengan baik mengenai apa yang harus dilakukan terkait dengan pelaksanaan penghimpunan ZIS. Sehingga pelaksanaan penghimpunan ini berjalan secara terstruktur dan sistematis. Dimulai dari pengenalan institusi, strategi komunikasi, pemetaan muzakki hingga hal-hal yang teknis sudah dirancang demikian rupa agar mendapatkan hasil yang optimal. Dalam pemetaan muzakki di Lazismu dapat digolongkan menjadi 2 golongan besar. Golongan yang pertama adalah muzakki perorangan dan yang kedua adalah muzakki corporate atau institusi. Untuk menjangkau para muzakki perorangan Lazismu sangat cekatan dalam melakukan komunikasi pemasaran dengan pemanfaatan kemajuan teknologi seperti media online dan media elektronik.

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana ZIS serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan

perusahaan yang akan disalurkan dan didaya gunakan untuk mustahik. Kegiatan fundraising memiliki beberapa tujuan pokok. diantaranya menghimpunan dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, pembangun citra (brand image), dan memberikan kepuasan pada donatur.

Analisis akan teori mengenai startegi fundraising diatas terhadap strategi fundraising yang diterapkan oleh lazismu kota Medan telah sesuai dengan teori yang dimuat sebagai bahan peneliti mengenai strategi peningkatan Muzakki di Lazismu dalam melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran masyarakat dan kebutuhan calon donatur untuk melakukan kegiatan program untuk mendapat hasil yang maksimal, karena bagi lazismu sumber utama yang sangat diperhatikan adalah donatur tanpa adanya donatur strategi fundraising tak berguna.

Menurut lazismu Kota Medan, sukses fundraising bukan karena bakat alami, namun bagaimana menyikapi, melaksanakan, mengevaluasi, dan tentunya terus tumbuh dan menumbuhkan penghimpunan dana. Kesabaran, kegigihan, percaya diri, berserah diri, serta menyerahkan semua urusan-urusan kepada sang maha kuasa yang menjadi moda pegang teguh pendirian seorang fundraiser.

Adapun model fundraising yang diterapkan lazismu dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Direct fundraising (penghimpunan secara langsung).

Yang dimaksud dengan metode ini adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk fundraising dimana proses interaksi terhadap respon muzakki bisa langsung dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri muzakki muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari fundraiser lembaga, maka segera dapat melakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi telah tersedia.

2. Indirect Fundraising (penghimpunan secara tidak langsung)

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

Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua etode fundraising ini (langsung atau tidak langsung). Karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri-sendiri. Metode fundraising langsung diperlukan karena tanpa metode langsung, muzakki akan kesulitan untuk mendonasikan dananya. Sedangkan jika semua bentuk fundraising dilakukan secara langsung maka tampak akan menjadi kaku, terbatas daya tembus lingkungan calon muzakki dan berpotensi menciptakan kejenuhan. Kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus pandai mengkombinasikan kedua metode tersebut.

Tujuan Strategi Fundraising diLazismu

Tujuan strategi lazismu merupakan upaya dalam mengumpulkan dana zakat dan berusaha menjalin kerjasama atau bermitra dengan lembaga-lembaga lain untuk mengumpulkan dana zakat. Tujuan dari pada kemitraan adalah masyarakat dapat mendapatkan akses seluas-luasnya untuk menyalurkan dana zakat, ifaq, sedekah dan wakaf. Lazismu dalam praktiknya merupakan lembaga menerapkan kebijakan dan startegi fundraising yang baik, salah satunya dengan tetap menjalankan tali silaturrahi dengan masyarakat kota medan pun menjalin mitra bersama lembaga yang lain.

Lazismu memiliki beberapa program untuk mengoptimalkan penghimpunannya, yaitu program infaq jumat, kotak infak retail, kotak infak masjid, CSR donatur tetap atau Muzakki, filantropi cilik dan filantropi keluarga.

1. Infak jumat siswa setiap bulannya

Program ini bekerja sama dengan sekolah-sekolah Muhammadiyah yang ada di kota medan. Lazismu berkewajiban merealisasikan program penyalurannya di sekolah terkait. Program infaq jumat ini mendapatkan respon baik dari pihak sekolah

2. Kotak infak masjid

Muhammadiyah memiliki lebih kurang 100 Masjid di kota medan, jumlah ini belum termasuk dengan Mushala. Masjid tersebut akan diletakkan kotak infak zismu tersendiri. Program kotak infak merupakan program dengan resiko yang lumayan tinggi

3. Kotak infaq Retail

Kotak infak retail terealisasikan pada tahun 2018. Lazismu membutuhkan waktu yang cukup lama merealisasikan program ini dikarenakan program penghimpunan yang banyak dengan SDM yang minim sehingga Lazismu harus melakukan setup program penghimpunannya secara bertahap.

4. Filantropi Cilik

Program ini bekerjasama dengan sekolah-sekolah dasar Muhammadiyah di kota Medan. Lazismu merealisasikan program penyaluran di lingkungan sekolah terkait dimana pembagian uang infaq tersebut 50% untuk penyaluran yang akan disalurkan oleh Lazismu dan 50% untuk sekolah.

5. Filantropi keluarga

Program ini bekerjasama dengan ibu-ibu Aisiyah dari tingkat cabang sampai tingkat ranting dari sisa uang belanja para ibu-ibu aisiyah yang diharapkan akan memasukkan uangnya kedalam celengan filantropi keluarga tersebut

6. Program Donatur atau Muzakki

Merupakan infaq atau zakat yang dikutip dari para donatur atau muzakki, infaq atau zakat yang dikutip rutin setiap bulan. Lazismu menawarkan berbagai macam program yang dimilikinya dengan tujuan membuat para calon donatur bersedia menjadi donatur tetap di lazismu (Aswin Fahmi D: 2019).

Lazismu juga berfokus pada 4 sektor dalam penyaluran dana ZIS, yaitu pada sektor ekonomi, pendidikan, keagamaan, dan sosial. Dimana realisasi dari pendayagunaan ZIS tersebut dilakukan dalam bentuk program beasiswa mentari dan sang surya. Taawun kesehatan, Ambulance Gratis (Medan Mobile Clinic), Elderly Care (peduli lansia), Bina Ekonomi Keluarga Amanah (BIEKA), Santunan Anak Yatim dan Dhuafa, Indonesia Siaga (kebencanaan), Tebar dan Taburi Kurbanmu, Pengembangan Amil Profesional dan Dakwah fi sabilillah.

Sistem pengelolaan di Lazismu kota Medan menggunakan manajemen strategi guna menyesuaikan strategi fundraising yang tepat untuk di eksekusi. Digital fundraising fokus pengembangan strategi fundraising di lazismu kota medan adalah pada masyarakat untuk mendonasikan dananya secara digital agar mudah dalam melakukan penyaluran dana. Dengan menggunakan rekening dikarenakan dengan perkembangan zaman sebagian donatur di Lazismu kota melakukan penyaluran dananya melalui transfer. Pemanfaatan media juga menjadi acuan Lazismu dalam mempromosikan lembaganya secara digital. Selain lebih mudah cara seperti ini juga efektif dan juga efisien karena mengingatnya masyarakat sekarang yang lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bersosial media. Strategi yang digunakan dalam digital fundraising, juga memanfaatkan sosial Media seperti Instagram, youtube, whatsapp, Website dan Facebook.

Selain itu juga ada majalah yang diterbitkan oleh Lazismu, Majalah Mata Hati yang merupakan isi seputar perkembangan dan kegiatan Lazismu Kota Medan serta tentang program-program, informasi mengenai dana yang sudah terkumpul dan penyalurannya . Tujuan dari diterbitkannya Majalah ini agar para donatur dapat mengetahui informasi perkembangan dan kegiatan di Lazismu Kota Medan ini.

Program-program terbaru akan disajikan di Majalah Mata Hati agar donatur semakin tertarik dengan berbagai macam program yang telah ditawarkan. Selain itu juga,

majalah ini akan diberikan kepada donatur untuk memberikan informasi tentang seputar lembaga dan dana yang sudah disalurkan. Majalah Mata Hati dibuat sebagai strategi Lazismu untuk menjalin silaturahmi kepada para donatur setiap dua bulan sekali akan terbit dan siap memberikan informasi kepada donatur agar kepercayaan para donatur ke Lazismu tidak sia-sia setelah memberikan dananya ke Lazismu Kota Medan.

Prinsip-prinsip Fundraising

1. Memberikan edukasi kepada calon donatur
2. Bersikap etis dan konsisten
3. Bekerja secara profesionalitas, kredibilitas, dan akuntabilitas
4. Membudayakan budaya malu
5. Menjaga hak orang-orang yang lemah
6. Memberikan kemudahan berdonasi
7. Menciptakan loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan penulis tentang strategi fundraising LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki, yang telah diuraikan di bab sebelumnya, maka penulis dapat simpulkan, sebagai berikut:

Secara garis besar strategi fundraising LAZISMU Ajibarang dalam mendapatkan muzakki, dikelompokkan menjadi dua bagian: yakni strategi fundraising langsung (direct fundraising) dan strategi fundraising tidak langsung (indirect fundraising). Dalam ranah aplikatif di lapangan LAZIMU kota Medan telah menjalankan 7 strategi langsung :

1. Direct mail
2. Presentasi langsung
3. Bayar langsung
4. Jemput Zakat ke pihak donatur
5. Counter atau gerai
6. Pematangan gaji karyawan
7. Kerja sama pemanfaatan atau penyaluran dana zakat.

Sementara itu, strategi fundraising tidak langsung (indirect fundraising). dalam pelaksanaannya LAZISMU kota Medan telah melaksanakan beberapa strategi secara tidak langsung yaitu :

1. Membuat brosur atau poster untuk media komunikasi dan informasi, membuat aksesoris seperti bolpoint, sticker, dan sebagainya
2. Mengadakan event, baik yang diadakan mandiri atau bekerja sama dengan lembaga lain
3. Sponsorship sebagai salah satu bentuk kerja sama dengan lembaga atau elemen masyarakat di samping sebagai eksistensi lembaga zakat (LAZISMU kota medan).

Perbedaan Lazismu dengan yang lainnya Lazismu berkayinan tinggi bahwa dengan jumlah SDM yang mereka miliki mampu untuk lebih maju dari pada lembaga lainnya dan dapat apresiasi yang tinggi dari masyarakat karena kegigihan dan ketekunan dalam melaksanakan tugas. Kelebihan strategi penghimpunan dan penyaluran dana yang diterapkan Lazismu disebabkan karena Lazismu merupakan bagian dari Muhammadiyah dimana Lazismu telah mendapatkan Fasilitas Bangunan, Database Muzakki dan Mustahik, kekurangannya lazismu belum sepenuhnya memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh Muhammadiyah secara optimal. Sarannya agar Lazismu memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh Muhammadiyah secara optimal dan terus meningkatkan kualitas manajemen pengelolaan dana ZIS untuk mencapai lembaga yang profesional.

Penulis menyadari bahwa banyaknya kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu diharapkan bagi peneliti lainnya agar melengkapi dan memenuhi kekurangan dalam penulisan serta penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Zainul Anwar Dkk, Strategi Fundraising Zakat Profesi pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dikabupaten Jepara, Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (CIMAE) Proceeding, Vol.2,2019, 124
- Al-Zuhayly, Wahbah. (1997). Zakat Kajian Berbagai Mazhab, judul asli: Al-Fiqh Allslami Adillatuh, Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Amirullah, Sri Budi Cantika, manajemen Strategik, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal 4.
- Andria Soemitra, Bank Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta : Prenada Media, 2009) hal.422
- Andria Soemitra, Bank Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Prenada Media, 2009), hal 412.
- Aswin Fahmi D, Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Shodaqoh pada Lembaga Amil zakat Infaq dan Shodaqah (LAZISMU) kota Medan hal 17
- Chaniago, Siti Aminah, Jurnal Hukum Islam, Volume 12, Nomor 1, Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat, Pekalongan: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan, 2014.
- David Hunger Dan Thomas L. Wheelen, Manajemen Strategis, (Yogyakarta: Perpustakaan Nasional, 2003), 9-10
- Didin Hafidhuiddin, Zakat dalam Perekonomian Modern (Jakarta: Gema Insani, 2002), hal 126.
- Direktorat Pemberdayaan Zakat Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia 2009, Standarisasi Amil Zakat di Indonesia, (Jakarta: 2009), hal. 5.
- Djamarah, Syaiful Bahri dan Zain, A. (2006). Strategi Belajar Mengajar, Jakarta: Rineka Cipta.
- Fahrur Rozi, skripsi: Fundraising berbasis ZIS strategi lembaga pendidikan islam, (Semarang: universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018), 10.
- Fred R. David, Manajemen Strategis Konsep, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal 18
- Hanifah Hikmawati, Skripsi Strategi Fundraising Filantropi Islam: Pengalaman Dompot Dhuafa Jogja, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015), hal. 11
- Ibid
- Ibid., hal 11
- Iqbal Rafiqi, Tesis tentang: Strategi Fundraising zakat, infaq dan shadaqah di Lazisnu dan Lazismu kabupaten pamekasan, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), hal 16.
- John A. Pearce, Richard B. Robinson, manajemen strategis formulation, implementation, and control, (Jakarta Selatan: Icuk Rangga Bawono, 2014), hal. 3
- Lexy Moloeng, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), hal 3
- Moh. Nazir, Metode Penelitian, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2003), hal. 54.
- Muhammad Ibrahim Jannati, Fiqh Perbandingan Lima Mazhab 2, (Jakarta : Cahaya, 2007), hal 65
- Nusa Putra dan Santi Lisnawati, Penelitian kualitatif Pendidikan Agama Islam, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hal 33
- Rizka Yasin Yusuf, Skripsi Startegi Fundraising Dilaznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah,(Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018), hal. 20
- Soerjono soekanto, Pengantar Penelitian Hukum (Jakarta : UI-Press, 1999), hal 23
- Tim Penyusun LAZISMU Banyumas, Buku Pedoman Operasional Jejaring Penghimpun dan Salur Zakat Infaq Shodaqoh, (Purwokerto, 2012), hal. 42.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011, Tentang Pengelolaan Zakat.

- Uswatun hasanah, sistem fundraising zakat lembaga pemerintah dan swasta (studi komparatif pada badan amil zakat nasional (BAZNAS) kota palu dan pos keadilan peduli umat (PKPU) palu periode 2010-2014), ISTIQRA jurnal penelitian ilmiah, vol. 3 no. 2 desember 2015, 231
- Wardani, Rama. "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulan Zakat Maal." Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic
- Wildatus Sufiyah, Abdur rahman, Analisis Strategi Fundraising lembaga Amil Zakat Dalam Mendapatkan Muzakki Dan Munfaqin (studi kasus Lazismu Pamekasan), KAFFA, JUrnl Fakultas Keislaman , vol 4 No, 2 September 2019