

Strategi Pemanfaatan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di LAZ PERSIS (Persatuan Islam) Kota Bandung

Febby Bilqis*, Nurfahmiyati

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*febbybilqisr@gmail.com, nurfahmiyati.unisba@gmail.com

Abstract. LAZ PERSIS (Islamic Union) is a national zakat, infak, and alms fund management institution that serves to improve the welfare of the people in the fields of education, da'wah, social, economic, and health. The problems faced by LAZ PERSIS are that the assistance and supervision in the independent community program is not optimal. The purpose of this study is to determine the strategy of using ZIS for the economy of people in LAZ PERSIS (Islamic Union) Bandung City. The research method used in this study is the qualitatif method. The data used were the results of observations of interviews with internal parties LAZ PERSIS and mustahik Z Chicken. The results of the interviews that have been conducted are analyzed using SWOT analysis to determine the external and internal conditions of LAZ PERSIS. Based on the results of the study, it can be seen that the results of the SWOT analysis in the use of ZIS in LAZ PERSIS utilize strategies based on their strengths and opportunities (SO) resulting in aggressive strategies carried out by increasing public trust in the services of the Umat Mandiri pro-program. The strategy based on its strengths and threats (ST) resulted in a diversification strategy carried out by improving the taste quality of Z Chicken and evaluating the Umat Mandiri program, namely the Z Chicken business. This strategy is based on its weaknesses and opportunities (WO) resulting in a turn around strategy carried out by coaching muzakki and mustahik who follow the empowerment program. A strategy based on its weaknesses and threats (WT) results in a defensive strategy carried out with attention to quality and quality.

Keywords: ZIS, LAZ PERSIS, Strategy, SWOT

Abstrak. LAZ PERSIS (Persatuan Islam) merupakan lembaga pengelola dana zakat, infak, dan sedekah nasional yang berkhidmat untuk meningkatkan kesejahteraan umat dalam bidang pendidikan, dakwah, sosial, ekonomi, dan kesehatan. Permasalahan yang dihadapi oleh LAZ PERSIS kurangnya pendampingan dan pengawasan dalam program umat mandiri kurang maksimal. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemanfaatan ZIS terhadap perekonomian umat di LAZ PERSIS (Persatuan Islam) Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Data yang digunakan adalah hasil observasi wawancara bersama dengan pihak internal LAZ PERSIS dan mustahik Z Chicken. Hasil wawancara yang telah dilakukan dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kondisi eksternal dan internal LAZ PERSIS. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa hasil analisis SWOT dalam pemanfaatan ZIS di LAZ PERSIS memanfaatkan strategi yang didasarkan pada kekuatan dan peluang yang dimilikinya (SO) menghasilkan strategi agresif dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan program. Umat Mandiri, Strategi yang didasarkan pada kekuatan dan ancaman yang dimilikinya (ST) menghasilkan strategi diversifikasi dilakukan dengan meningkatkan kualitas rasa dari Z Chicken dan mengevaluasi program Umat Mandiri yaitu usaha Z Chicken. Strategi ini didasarkan pada kelemahan dan peluang yang dimilikinya (WO) menghasilkan strategi *turn around* dilakukan dengan melakukan pembinaan terhadap muzakki dan mustahik yang mengikuti program pemberdayaan. Strategi yang didasarkan pada kelemahan dan ancaman yang dimilikinya (WT) menghasilkan strategi defensif dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan dari program Umat Mandiri usaha Z Chicken dan monitoring secara berkala program Umat Mandiri yaitu Z Chicken.

Kata Kunci: ZIS, LAZ PERSIS, Strategi, SWOT.

A. Pendahuluan

Kemiskinan merupakan salah satu masalah utama dalam pembangunan di Indonesia hingga saat ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) ada sekitar 25,9 juta penduduk miskin di Indonesia. Kota Bandung menduduki urutan pertama dengan peningkatan sebesar 12,4% dari tahun 2020 hingga 2021 dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang berkepanjangan maka terjadi peningkatan lonjakan angka kemiskinan. (Fajar Andriansyah & Aan Julia, 2023) Tahun 2021 hingga 2022 terjadi penurunan sebesar 2,38% dikarenakan adanya pemulihan pandemi Covid-19 berkurang sehingga rata-rata jumlah penduduk miskin Kota Bandung dari tahun 2020 hingga 2022 sebanyak 107,44% berdampak positif untuk pemulihan Kota Bandung (kompasiana.com).

Bandung merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat yang memiliki 92,08% pemeluk agama islam dengan angka potensi zakat di Kota Bandung sangat besar yaitu sebanyak 1,6 triliun rupiah yang di salurkan kepada 62.000 orang mustahik untuk menerima zakat (sinergifoundation.org). Forum Zakat (FOZ) mencatat, sebanyak 163 lembaga organisasi pengelola zakat se-Indonesia terlibat dalam penanganan pandemi. Dalam waktu tujuh bulan, FOZ telah menyalurkan bantuan dengan total lebih dari Rp 567 miliar, dengan beragam program untuk membantu masyarakat. Instrumen filantropi Islam, seperti zakat, infak, dan sedekah pun berhasil menggerakkan ekonomi masyarakat secara langsung dan dianggap berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional (republika.id).

Badan amil zakat (BAZ) dan lembaga amil zakat (LAZ) sama-sama membantu mengurangi tingkat kemiskinan. Hanya saja yang menjadi perbedaan terletak pada penyalurannya. Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) dan NU Care lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah Nahdlatul Ulama (Lazisnu) bekerja sama supaya zakat bisa lebih tersalurkan ke orang yang tepat dan manfaatnya akan semakin lebih baik lagi. Baznas tidak akan sampai pantauannya ke lapisan masyarakat di desa-desa. Sementara, Lazisnu, Lazismu, LAZ PERSIS (Persatuan Islam) dan LAZ ormas-ormas lainnya ada dari bawah di desa-desa sampai ke pusat. Maka, penyaluran zakat dari Baznas melalui ormas-ormas tidak perlu diragukan lagi. Penyaluran zakat akan lebih tepat sasaran. Semua LAZ juga akan diawasi oleh pengawasan berlapis. Baznas akan melibatkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mengawasi LAZ berbasis ormas sebagai lembaga keuangan syariah karena pengelolaan zakat harus benar dikelola dengan baik dan disalurkan dengan transparan (khazanah.republika.co.id).

Salah satu Lembaga Amil Zakat di Kota Bandung yang memiliki keunggulan lima program dimiliki oleh LAZ PERSIS (Persatuan Islam). Kelima program tersebut terdiri dari Umat Sholeh, Umat Pintar, Umat Peduli, Umat Sehat dan Umat Mandiri yang digulirkan sesuai dengan pilar kebutuhan dasar manusia. LAZ PERSIS (Persatuan Islam) merupakan lembaga pengelola dana zakat, infak, dan sedekah nasional yang berkhidmat untuk meningkatkan kesejahteraan umat dalam bidang pendidikan, dakwah, sosial, ekonomi, dan kesehatan. (Novi Ariani & Ima Amaliah, 2023) LAZ (Persatuan Islam) didirikan pada tahun 2001 dan didukung oleh amil zakat kompeten, profesional, dan Amanah (lazpersis.or.id).

Selain itu LAZ PERSIS (Persatuan Islam) mendirikan Kantor Perwakilan, Kantor Layanan, dan Kantor Layanan Pembantu di berbagai daerah di Indonesia. Kantor Perwakilan, Kantor Layanan, dan Kantor Layanan Pembantu tersebut berfungsi untuk memudahkan penghimpunan dan penyaluran dana ZIS ke berbagai wilayah Indonesia. LAZ PERSIS (Persatuan Islam) Kota Bandung merupakan lembaga amil zakat yang dapat dipercaya oleh para muzakki di Kota Bandung. Terbukti dari peningkatan perkembangan penerimaan dana zakat setiap tahunnya.

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Data yang digunakan adalah hasil observasi wawancara bersama dengan pihak internal LAZ PERSIS dan mustahik Z Chicken. Hasil wawancara yang telah dilakukan dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kondisi eksternal internal LAZ PERSIS.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Pemanfaatan ZIS terhadap perekonomian umat di LAZ PERSIS

Pemanfaatan dana zakat, infak dan sedekah (ZIS) yang dialokasikan kepada 8 ashnaf yaitu fakir, miskin riqab, gharim, muallaf, fisabilillah, ibnu sabil dan amil. Sedangkan untuk gharim, LAZ PERSIS jarang mendistribusikan dikarenakan banyak terjadi penipuan. Dana untuk 7 ashnaf diberikan secara berkala, sedangkan untuk fakir dan miskin pihak LAZ PERSIS hanya memberikan *voucher* kupon.

Strategi Pemanfaatan Dana ZIS di LAZ PERSIS

Strategi pemanfaatan dana ZIS di LAZ PERSIS ada yang bersifat partisipatif khusus untuk mustahik walaupun jamaahnya diluar PERSIS dan ada yang bersifat pemberdayaan khusus untuk mustahik bersifat produktif tidak konsumtif. Sebanyak 20 gerobak Z chicken dijalankan oleh mustahik binaan di bidang konsumsi yang berlokasi di Kabupaten Bogor dan sebanyak 10 gerobak Z auto dijalankan dalam bidang otomotif.

Program Z Chicken dan Z Auto ini tidak hanya diberikan modal melainkan ada pelatihan yang harus dijalankan. Setelah mengikuti pelatihan akan diberikan modal usaha dan dilakukan pendampingan selama mengikuti program.

Analisis Faktor Kekuatan dalam Pendayagunaan ZIS di LAZ PERSIS

Faktor kekuatan yang pertama dari LAZ PERSIS ialah selalu menjalankan setiap program tidak hanya di pusat kota saja melainkan sampai ke daerah pelosok. Faktor kekuatan yang kedua dari LAZ PERSIS ialah memiliki 5 program dimana setiap programnya bertujuan untuk membantu umat. Faktor kekuatan yang ketiga dari LAZ PERSIS, dalam mendirikan sebuah lembaga amil yang mendapat izin dan mendapatkan kepercayaan masyarakat luas sangat tidak mudah. Sehingga LAZ PERSIS terus berinovasi melakukan yang terbaik untuk meyakinkan para muzakki dan mustahiknya dengan beralih ke treatment digital yang bernama Customer Relationship Management (CRM). Faktor kekuatan yang keempat dari LAZ PERSIS, dapat memanfaatkan media sosial dengan baik untuk mensosialisasikan program-program yang direncanakan atau yang telah dijalankan. Faktor kekuatan yang kelima dari LAZ PERSIS, mempunyai program yang bernama "Rumah Sehat" yang merupakan bentuk kolaborasi dari LAZ PERSIS dan BAZNAS untuk mendirikan sebuah klinik.

Analisis Faktor Kelemahan dalam Pendayagunaan ZIS di LAZ PERSIS

Faktor kelemahan yang pertama dari LAZ PERSIS ialah masih kesulitan untuk mendapatkan dana zakat, infak dan sedekah dari jamaah persis sendiri. Faktor kelemahan yang kedua dari LAZ PERSIS yaitu dalam hal pendampingan dan pengawasan pada program umat mandiri masih kurang maksimal. Faktor kelemahan yang ketiga dari LAZ PERSIS yaitu banyak mustahik yang meminta dana bukan untuk kebutuhannya, melainkan untuk hal yang tidak semestinya.

Analisis Kondisi Eksternal dalam Pendayagunaan ZIS di LAZ PERSIS LAZ PERSIS

Mustahik yang mengikuti pemberdayaan program Umat Mandiri ini salah satunya bernama Ibu FN yang mendirikan usaha Z Chicken bersama suaminya ini sudah menginjak 4 bulan dalam mengikuti program pemberdayaan ekonomi. Lokasi dalam menjual Z Chicken ini berpusat di Kabupaten Bogor. Awal mula Ibu FN mengikuti program ini didasarkan pada kebutuhan ekonomi dan juga faktor dorongan dari teman-teman pengurus kantor lembaga LAZ PERSIS di Kabupaten Bogor. Sebelum langsung turun gerobak mustahik harus mengikuti pelatihan. Pelatihan ini ada 2 gelombang dan proses pelatihannya di mulai dari sosialisasi sampai kepada pelatihan memasak langsung bersama *chef* ahlinya. Pemberian modal usaha diberikan di *stock point*

Peluang dari program Umat Mandiri yaitu Z Chicken ini dari jam operasionalnya. Z Chicken buka pada pukul 05.00 pagi paling telat pada pukul 05.30 pagi. Hal ini merupakan suatu peluang bagi Z Chicken sendiri ketika ada konsumen yang ingin memesan Z Chicken di waktu yang tidak biasanya. Pemasaran secara offline kurang maksimal karena masih ada masyarakat yang baru mengetahui Z Chicken ini. Sedangkan ancamannya adanya persaingan dengan kompetitor lain, bahan baku yang tidak bisa beli dari luar, ada pembaharuan dari cita rasa tepungnya yang akan berdampak pada konsumen.

Analisis Kondisi Internal dalam Pendayagunaan ZIS di LAZ PERSIS

Ada beberapa proses yang harus dilewati sebelum menjual chicken. Mustahik akan menyiapkan bahan baku pada malam hari karena penjualan Z Chicken dilakukan pada pagi hari. Hal ini bertujuan karena mustahik mengejar aktivitas pelajar, buruh dan orang yang bekerja akan membeli Z Chicken. Dalam mengambil bahan baku ke *stock point*, tergantung dari pendapatan hariannya. Jika pendapatannya berkurang maka Ibu FN akan datang ke *stock point* dalam rentang waktu yang berdekatan, tetapi jika pendapatannya lebih besar Ibu FN akan datang ke *stock point* dalam rentang waktu 2-3 hari dalam seminggu.

Perkembangan usaha Z chicken ini masih fluktuatif terkadang ada peningkatan dari jumlah orderan yang masuk tetapi pada bulan ini sedang terjadi penurunan konsumen hal ini menjadi bahan evaluasi oleh mustahik itu. Kekuatan dari program Umat mandiri yaitu Z Chicken ini dari cita rasa sambal gepreknya, segi harga yang terjangkau dan lebih berasa sehingga memiliki ciri khas tersendiri yang dimiliki Z Chicken. Sedangkan untuk kelemahannya ketika *stock* barang sedang kosong.

Dampak yang dirasakan oleh Ibu FN setelah mendapatkan bantuan dari program pemberdayaan Umat Mandiri ini sangat membantu dalam memberantas kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan dalam segi perekonomian mustahik.

Analisis SWOT Terhadap Kondisi Eksternal dan Internal LAZ PERSIS

- **Kekuatan (S):** Berdasarkan kondisi eksternal dan internal di LAZ PERSIS terdapat faktor yang menjadi kekuatan, yaitu: 1) Menjalankan setiap program sampai ke pelosok-pelosok daerah, 2), LAZ PERSIS menjalankan 5 program unggulan yaitu, Umat peduli, Umat Shaleh, Umat pintar, Umat Mandiri dan Umat Sehat, 3) Mempunyai Surat Keputusan (SK) dari Kementerian Agama (KEMENAG) mengenai perizinan pendirian LAZ PERSIS dan LAZ PERSIS selalu mereport hasil zakat, infak dan sedekah dari para donatur setiap 3 bulan dan 6 bulan sekali, 4) Pemanfaatan media sosial yang baik, 5) Adanya kerjasama dengan lembaga zakat lain yaitu Baznas, 6) Cita rasa Z chicken, 7) Segi harga yang terjangkau, 8) lebih berasa gurihnya.
- **Kelemahan (W):** Berdasarkan kondisi eksternal dan internal di LAZ PERSIS terdapat faktor yang menjadi kelemahan, yaitu: 1) Kurangnya jamaah persis itu sendiri, 2) Pendampingan dan pengawasan dalam program umat mandiri kurang maksimal, 3) Banyak mustahik yang meminta bantuan bukan untuk kebutuhannya tetapi untuk hal yang tidak semestinya, 4) *Stock* barang Z Chicken kosong.
- **Peluang (O):** Berdasarkan kondisi eksternal dan internal pada program Umat Mandiri di LAZ PERSIS terdapat faktor yang bisa menjadi peluang bagi LAZ PERSIS, yaitu: 1) Jam operasional buka lebih awal, 2) Pemasaran dilakukan secara offline.
- **Ancaman (T):** Berdasarkan kondisi eksternal dan internal pada program Umat Mandiri di LAZ PERSIS terdapat faktor yang menjadi ancaman bagi LAZ PERSIS, yaitu: 1) Adanya persaingan dengan kompetitor lain, 2) Bahan baku yang tidak bisa dibeli dari luar, (3) Adanya pembaharuan cita rasa tepung.

Matriks SWOT

Tabel 1. Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalankan setiap program sampai ke pelosok-pelosok daerah, 2. Menjalankan 5 program unggulan yaitu, Umat peduli, Umat Shaleh, Umat pintar, Umat Mandiri dan Umat Sehat, 3. Mempunyai Surat Keputusan (SK) dari Kementerian Agama (KEMENAG) mengenai perizinan pendirian LAZ PERSIS, 4. Mereport hasil ZIS secara berkala, 5. Pemanfaatan media sosial yang baik, 6. Adanya kerjasama dengan lembaga zakat lain yaitu Baznas, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya jamaah persis sendiri. 2. Pendampingan dan pengawasan dalam program umat mandiri kurang maksimal. 3. Banyak mustahik yang meminta bantuan bukan untuk kebutuhannya tetapi untuk hal yang tidak semestinya,
Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 7. Cita rasa Z Chicken, 8. Segi harga yang terjangkau, 9. Lebih berasa gurihnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Stock barang Z Chicken kosong,
Peluang (O)	SO	WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Jam operasional buka lebih awal, 2. Pemasaran dilakukan secara offline. 	Strategi Agresif	Strategi <i>Turn Around</i>
Ancaman (T)	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya persaingan dengan kompetitor lain, 2. Bahan baku yang tidak bisa dibeli dari luar, 3. Adanya pembaharuan cita rasa tepung. 	Strategi Diversifikasi	Strategi Defensif

Dalam tabel 1 dapat diketahui kondisi internal dan eksternal mengenai strategi pemanfaatan ZIS yang dilakukan oleh LAZ PERSIS. Faktor peluang di LAZ PERSIS yaitu pada program Umat mandiri adanya program mustahik binaan dalam bidang konsumsi yang bernama Z Chicken jam operasional dilakukan pada pukul 05.00 atau 05.30 pagi hal ini membuat Z Chicken sendiri dapat meningkatkan pendapatannya. Dan ancaman di LAZ PERSIS ialah adanya persaingan dengan kompetitor lain, bahan baku yang tidak bisa dibeli dari luar dan adanya pembaharuan cita rasa tepung.

Melalui matriks SWOT terdapat 4 jenis strategi yang digunakan perusahaan yaitu: 1). Strategi yang diciptakan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (SO), 2). Strategi

yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (ST), 3). Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang (WO), 4). Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (WT).

Strategi pertama yang dapat diambil oleh amil di LAZ PERSIS adalah strategi yang didasarkan pada kekuatan dan peluang yang dimilikinya (SO). Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Orientasi strategi yang ditetapkan dalam pemanfaatan ZIS di LAZ PERSIS adalah orientasi pada kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan program Umat Mandiri, mengoptimalkan pemasaran dalam program Z Chicken dan memanfaatkan media sosial untuk promosi.

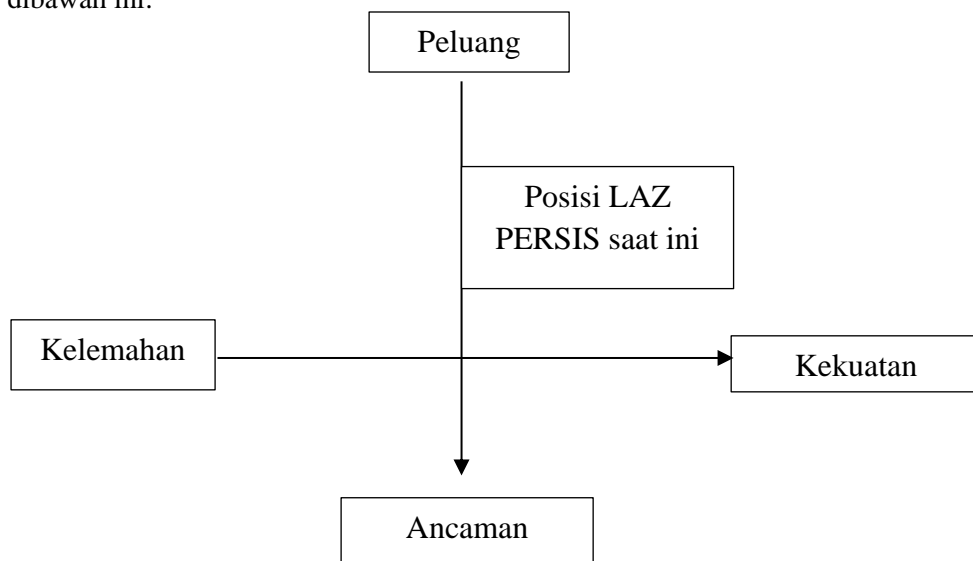
Strategi kedua yang dapat diambil adalah strategi yang didasarkan pada kekuatan dan ancaman yang dimilikinya (ST). Strategi ini dibuat agar perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengatasi berbagai ancaman yang dimiliki. Fokus yang ditetapkan dalam pemanfaatan ZIS di LAZ PERSIS adalah diversifikasi, baik itu pada produknya maupun pada pasarnya. Strategi ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas rasa dari Z Chicken dan mengevaluasi program Umat Mandiri yaitu usaha Z Chicken.

Strategi ketiga yang bisa digunakan oleh amil di LAZ PERSIS didasarkan pada kelemahan dan peluang yang dimilikinya (WO). Strategi ini diterapkan dengan cara meminimalisir kelemahan yang terdapat pada perusahaan. Pada strategi ini, perusahaan harus fokus untuk meminimalkan permasalahan internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik adalah strategi *turn around*. Strategi ini dilakukan dengan melakukan pembinaan terhadap muzakki dan mustahik yang mengikuti program pemberdayaan.

Strategi keempat yang bisa digunakan oleh amil di LAZ PERSIS adalah strategi yang didasarkan pada kelemahan dan ancaman yang dimilikinya (WT). Strategi ini digunakan untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman yang mengarah pada perusahaan. Pada strategi ini, fokus yang harus dilaksanakan oleh perusahaan adalah melaksanakan strategi defensif. Strategi ini dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan dari program Umat Mandiri usaha Z Chicken dan monitoring secara berkala program Umat Mandiri yaitu Z Chicken.

Dari keempat strategi yang dapat digunakan oleh amil di LAZ PERSIS menggunakan strategi agresif yang didasarkan pada kekuatan dan peluang yang dimilikinya (SO). Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ini dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara dengan pihak LAZ PERSIS.

Arah strategi yang diambil dalam pemanfaatan ZIS di LAZ PERSIS dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini:



Arah strategi yang diambil oleh LAZ PERSIS adalah menetapkan strategi agresif pada pemanfaatan ZIS. Strategi agresif ini merupakan situasi yang menguntungkan yang memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dengan kekuatan yang dimiliki dapat memanfaatkan peluang yang akan menjadi keuntungan bagi LAZ PERSIS itu sendiri.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemanfaatan zakat, in-fak dan sedekah (ZIS), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemanfaatan ZIS terhadap perekonomian umat mandiri di LAZ PERSIS sangat membantu dalam memberdayakan mustahik mengembangkan usahanya dengan memberikan pelatihan, modal dan pendampingan usaha yang sesuai dengan keahlian mustahik. Strategi ini kemudian diimplementasikan dalam program umat mandiri yang diberi nama Z Chicken dan Z auto. Namun pada program Z auto tidak dianalisis lebih dalam dikarenakan pihak LAZ PERSIS hanya memberikan program Umat Mandiri yaitu Z Chicken saja. Program pemberdayaan Umat Mandiri ini sangat membantu dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan dari segi perekonomian mustahik.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT dalam pemanfaatan ZIS di LAZ PERSIS diketahui bahwa, LAZ PERSIS memanfaatkan strategi yang didasarkan pada kekuatan dan peluang yang dimilikinya (SO) menghasilkan strategi agresif dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan program Umat Mandiri, mengoptimalkan pemasaran dalam program Z Chicken dan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Strategi yang didasarkan pada kekuatan dan ancaman yang dimilikinya (ST) menghasilkan strategi diversifikasi dilakukan dengan meningkatkan kualitas rasa dari Z Chicken dan mengevaluasi program Umat Mandiri yaitu usaha Z Chicken. Strategi ini didasarkan pada kelemahan dan peluang yang dimilikinya (WO) menghasilkan strategi turn around dilakukan dengan melakukan pembinaan terhadap muzakki dan mustahik yang mengikuti program pemberdayaan. Strategi yang didasarkan pada kelemahan dan ancaman yang dimilikinya (WT) menghasilkan strategi defensif dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan dari program Umat Mandiri usaha Z Chicken dan monitoring secara berkala program Umat Mandiri yaitu Z Chicken.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada kedua Orang Tua, Dosen Pembimbing, Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB Unisba dan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

- [1] Ahdiat, A. (2023). *Penduduk Miskin Indonesia Berkurang pada Maret 2023, Terendah sejak Pandemi*. Databoks.
- [2] Bagaskara, B. (2023). *Jumlah Penduduk Miskin di Jabar Menurun, Kini Tersisa 3,89 Juta Orang*. DetikJabar.
- [3] Bank Indonesia. (2016). *Seri ekonomi dan keuangan syariah: Usaha Mikro Islam*. In *Isbn*.
- [4] Foundation, S. (2023). *Potensi Zakat di Kota Bandung*. Sinergi Foundation.
- [5] Haryanto, M. M., Rudy, D. R., & Suaidi, S. (2022). *Manajemen Pengelolaan Zakat Berbasis Digital & Pemberdayaan Ekonomi*.
- [6] Ilmiah, J. (2018). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MUZAKKI DALAM MENGELUARKAN ZIS MELALUI LEMBAGA AMIL (Studi Kota Malang)*. 1–16.
- [7] Iman Herdiana. (2023). *Ketimpangan Sosial di Jawa Barat Kian Lebar. Bandungbergerak.Id*.
- [8] KEMENNAG. (2022). *Zakat dalam Lanskap Ekonomi Ummat*. Kemenag.Go.Id.
- [9] KEMENNAG. (2023). *Kemenag Rilis 108 Lembaga Pengelola Zakat Tidak Berizin, Ini*

- Daftarnya*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- [10] Kusnadi. (2021). *Karena Covid-19, RPJMD 2018-2023 Kota Bandung Bakal Berubah*. Infopublik.
- [11] Laksamana, F. A. (2023). *Peran ZISWAF dalam Memulihkan Ekonomi Pasca Pandemi*. Kumparan.
- [12] Mahareni, A., & Ekawaty, M. (2019). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Muzakki Dalam Keputusan Membayar Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat (Laz) Di Kabupaten Blitar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1).
- [13] Permana, F. E. (2018). *Lazisnu-Lazismu Bantu Baznas Salurkan Zakat Tepat Sasaran*. Republika.
- [14] PERSIS, L. (2023). *Profil LAZ PERSIS*. LAZ PERIS. <https://lazpersis.or.id/>
- [15] Pinrang, P. K. (2023). *Jurnal Ilmiah Jurnal Ilmiah*. *Jurnal Ilmiah Aset*, 11(2), 24–33.
- [16] Pratiwi, F. S. (2023). *Pengumpulan zakat di Indonesia Capai Rp 22,43 Triliun pada tahun 2022*. Data Indonesia.
- [17] Rosadi, A. (2019). Zakat dan Wakaf Konsep, Regulasi, dan Implementasi. In *Simbiosis Rekatama Media*.
- [18] (Ridho & Wasik, Zakat Produktif Konstruksi Zakatnomics Perspektif Teoretis, Historis dan Yuridis, 2020)
- [19] UU No.9 Tahun. (2018). Presiden Republik Indonesia Peraturan Presiden Republik Indonesia. *Demographic Research*, 4–7.
- [20] Yusuf, E. (2022). *Zakat Outlook 2023*. Republika.
- [21] Fajar Andriansyah, & Aan Julia. (2023). Analisis Perbandingan Efisiensi Bank Umum Konvensional dan Syariah Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 143–152. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i2.2685>
- [22] Novi Ariani, & Ima Amaliah. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi, dan Nilai Tukar Terhadap Neraca Perdagangan Indonesia-China. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 75–84. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i2.2882>