

Analisis Strategi Fundraising Zakat oleh Baznas Kabupaten Purwakarta terhadap Potensi Zakat Maal Baznas Kabupaten Purwakarta

Naufal Aqil Anshari*, Maman Surahman, zaini Abdul Malik

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia

*naqilanshari33@gmail.com, za.abuhibban@gmail.com, abuazkaalmadani@gmail.com

Abstract. For Muslims, zakat, infaq and sadaqah are familiar concepts. Muslims have known and practiced zakat, infaq and shadaqah for a long time. Infaq and shadaqah always appear when discussing zakat. Although there are other sources of funds that can be collected, such as infaq, sadaqah, waqf, wills, grants, and the like, zakat is one of the tools used to combat poverty. It is very important to understand zakat to prevent situations of money theft and other dangerous activities. This research aims to analyze the zakat fundraising strategy by the Purwakarta Regency Baznas towards the Purwakarta Regency Baznas maal zakat. The potential for zakat in Purwakarta district is 350 billion. The research method used in this research is a qualitative method. Based on the graph of mall zakat income, it can be concluded that the implementation of the fundraising strategy is less effective. This can be seen from the data which shows that even though various methods of collecting funds have been implemented, such as collaboration with government and financial agencies through the Zakat Collection Unit (UPZ), placement of charity boxes in strategic locations by the retail division, as well as organic use of social media, the results obtained does not show a significant or consistent increase in mall zakat income. The graph shows fluctuations that may be caused by a lack of innovation in fundraising methods, limitations in the use of paid advertising on social media, and possible obstacles in coordination with various agencies and organizations. Thus, it is necessary to evaluate and improve fundraising strategies to achieve more optimal results

Keywords: *Zakat, Strategy, Fundraising.*

Abstrak. Bagi umat Muslim, zakat, infak, dan shadaqah merupakan konsep yang tidak asing lagi. Umat Muslim telah mengenal dan mempraktekkan zakat, infaq, dan shadaqah sejak lama. Infaq dan shadaqah selalu muncul ketika membahas tentang zakat. Meskipun ada sumber dana lain yang dapat dikumpulkan, seperti infaq, shadaqah, wakaf, wasiat, hibah, dan sejenisnya, zakat adalah salah satu alat yang digunakan untuk memerangi kemiskinan. Sangat penting untuk memahami zakat untuk mencegah situasi pencurian uang dan kegiatan berbahaya lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi fundraising zakat oleh Baznas Kabupaten Purwakarta terhadap zakat maal Baznas Kabupaten purwakarta. Potensi zakat di kabupaten Purwakarta sebesar 350 Milyar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Berdasarkan grafik pendapatan zakat mal, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi fundraising tersebut kurang efektif. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa meskipun telah diterapkan berbagai metode pengumpulan dana, seperti kerja sama dengan instansi pemerintah dan keuangan melalui Unit Pengumpulan Zakat (UPZ), penempatan kotak amal di lokasi strategis oleh divisi retail, serta penggunaan media sosial secara organik, hasil yang diperoleh tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan atau konsisten dalam pendapatan zakat mal. Grafik tersebut memperlihatkan fluktuasi yang mungkin disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam metode pengumpulan dana, keterbatasan dalam penggunaan iklan berbayar di media sosial, dan kemungkinan adanya kendala dalam koordinasi dengan berbagai instansi dan organisasi. Dengan demikian, perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan strategi fundraising untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

Kata Kunci: *Zakat, Strategi, Fundraising.*

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritasnya memeluk agama muslim. Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat besar, lebih dari 260 juta jiwa dan mayoritasnya adalah beragama islam dalam pengumpulan dan penyaluran zakat keada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf kesejahteraan hidup. Kegiatan berbisnis tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Manusia berperan sebagai produsen, perantara dan sekaligus konsumen. Di zaman modern ini kegiatan berbisnis menjadi salah satu sumber utama penghasilan bagi banyak orang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam perkembangan dunia bisnis, termasuk sektor jasa mengalami kemajuan yang pesat. Pemasaran dalam bidang jasa beradaptasi untuk menjadi bagian dari solusi permasalahan manusia baik dalam bisnis, masyarakat, maupun informasi.

Bagi umat Muslim, zakat, infak, dan shadaqah merupakan konsep yang tidak asing lagi. Umat Muslim telah mengenal dan mempraktekkan zakat, infaq, dan shadaqah sejak lama. Infaq dan shadaqah selalu muncul ketika membahas tentang zakat. Meskipun ada sumber dana lain yang dapat dikumpulkan, seperti infaq, shadaqah, wakaf, wasiat, hibah, dan sejenisnya, zakat adalah salah satu alat yang digunakan untuk memerangi kemiskinan. Sangat penting untuk memahami zakat untuk mencegah situasi pencurian uang dan kegiatan berbahaya lainnya.

Zakat maal merupakan salah satu bentuk ibadah yang memiliki dimensi sosial-ekonomi yang sangat penting dalam ajaran Islam. Zakat ini diwajibkan atas harta yang telah mencapai nisab dan haul, dan disalurkan kepada mustahik yang berhak menerimanya, seperti fakir miskin, amil zakat, dan golongan lain yang ditetapkan dalam Al-Qur'an (QS. At-Taubah: 60). Meskipun zakat maal memiliki potensi besar dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan sosial, implementasi dan pengelolaannya masih menghadapi berbagai tantangan signifikan, khususnya di negara-negara mayoritas Muslim seperti Indonesia

Zakat didasarkan atas kesadaran agama, dimana orang membayar zakat bukan atas motif ekonomi, dengan membayar zakat maka harta seseorang akan dibersihkan untuk, memungkinkan mereka untuk menjadi lebih dekat kepada Allah maka seseorang perlu membersihkan hartanya dengan membayar zakat. Proses memindahkan harta kekayaan dari orang kaya kepada orang miskin, mentransfer kekayaan sama halnya dengan mentransfer ekonomi, hal ini bisa saja mengakibatkan perubahan yang sifatnya ekonomis. Contohnya, orang yang menjadi penerima zakat bisa menggunakan dana tersebut untuk produksi atau sebagai konsumsi.

Pada dasarnya zakat memiliki peran penting terhadap pemberdayaan ekonomi umat. Sehingga zakat memiliki fungsi yang seimbang yaitu sebagai ketaatan kepada Allah Swt dan sebagai wujud kepedulian social terhadap sesama manusia. Kesadaran akan pentingnya membayar zakat dari waktu ke waktu menunjukan kemajuan yang signifikan sehingga perlu adanya pengelola zakat yang memadai, profesional dan kompeten. Hal ini bertujuan agar salah satu aspek zakat dalam kehidupan sosial yaitu memperkecil atau menghilangkan kesenjangan sosial dimasyarakat terwujud. Sehingga strategi fundraising yang digunakan harus tepat agar meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

Oleh sebab itu, zakat tidak hanya berperan sebagai ibadah, tetapi zakat juga berfungsi sebagai penunjang ekonomi masyarakat, sebab ditinjau dari keberhasilan suatu negara apabila negara tersebut mampu menekan angka kemiskinan di aspek ekonomi sehingga zakat juga dapat berperan penting dalam mengurangi tingkat kemiskinan.

Menurut Bahasa Fundraising juga bisa diartikan sebagai penghimpunan dana atau penggalangan dana. Secara istilah, fundraising adalah suatu upaya atau proses kegiatan untuk mengumpulkan atau menghimpun dana (zakat, infaq, shadaqah) serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, atau organisasi, yang akan di salurkan kepada mustahik. Fundraising sering diartikan sebagai sebuah kegiatan yang menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi perusahaan atau pemerintah) yang kemudian dana tersebut akan disalurkan dan di manfaatkan untuk mustahik. Kegiatan fundraising merupakan aspek penting yang sangat perlu diperhatikan. Dengan fundraising yang efektif, maka dana zakat yang terkumpul juga akan lebih optimal. Strategi Fundraising adalah elemen dari pendekatan untuk mencapai tujuan dan berguna untuk membedakan aktivitas

penggalangan dana dari organisasi pelayanan sosial yang lain.

Pengelolaan zakat, saat ini terdapat lembaga pengelola zakat yang didirikan baik oleh pemerintah seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) maupun lembaga swasta seperti Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang kemudian dikukuhkan oleh pemerintah. Menurut UU No.23 tahun 2011 menyatakan bahwa BAZNAS adalah lembaga yang memiliki wewenang untuk melakukan tugas pengelolaan secara nasional. Sedangkan Lembaga Amil Zakat (LAZ), berdasarkan Undang-Undang ini, LAZ dapat dibentuk oleh masyarakat dengan izin dari pemerintah dan bertugas untuk membantu BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat. Penduduk muslim terbanyak Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menghimpun dana zakat. Berdasarkan hasil penelitian, potensi zakat dalam skala BAZNAS RI mencapai Rp5,8 triliun. Potensi pendapatan zakat tertinggi dimiliki oleh pendapatan zakat pegawai BUMN sebesar Rp 2,57 triliun, disusul pendapatan zakat pegawai perusahaan dalam negeri yang mencapai Rp 2,301 miliar. 726 miliar, potensi zakat LSM ASN Kementerian Rp 102 miliar, potensi zakat organisasi negara ASN 71 miliar. Selanjutnya, potensi zakat TNI dan Polri tercatat sebesar Rp46 miliar dan potensi zakat pegawai BI dan OJK tercatat sebesar Rp16 miliar.

Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang kewajiban zakat maal. Banyak sekali individu ataupun perusahaan yang belum mengetahui perhitungan zakat maal serta cara penyalurannya. Akibatnya, potensi zakat yang di kumpulkan dan di salurkan tidaklah optimal. Selain itu, kurangnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat juga menimbulkan ketidakpercayaan di kalangan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat.

Berdasarkan data yang diambil dari *baznaskabpurwakarta.or.id* dana yang terhimpun hingga saat ini adalah sebanyak 6.5 M sedangkan dana yang terasalurkan sebanyak 5.6 M dengan jumlah muzakki keseluruhan sebanyak 327 Muzakki. Adapun strategi fundraising yang dilakukan oleh Baznas Kabupaten Purwakarta adalah dengan melakukan beberapa cara, diantaranya adalah bekerjasama dengan UPZ (Unit Pengumpul Zakat), dengan menaruh kotak infak di berbagai tempat strategis yang ada di purwakarta, dan yang terakhir adalah dengan cara platform digital seperti media sosial.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta merupakan salah satu lembaga yang bertanggung jawab dalam mengelola zakat di wilayah Kabupaten Purwakarta. Untuk memaksimalkan potensi zakat maal, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta perlu menerapkan strategi fundraising yang efektif. Fundraising zakat tidak hanya soal mengumpulkan dana, tetapi termasuk juga dengan edukasi, sosialisasi, dan inovasi dalam menarik minat dan partisipasi terutama masyarakat kabupaten Purwakarta untuk membayar zakat di Baznas.

Potensi zakat di Kabupaten Purwakarta sendiri sangatlah besar, tetapi sangat disayangkan pengimplementasian zakat masih sangat kurang sehingga dana zakat yang terkumpul di baznas sangatlah jauh dari potensi yang telah di perkirakan oleh pusat kajian strategi provinsi jawa barat yaitu sebesar Rp. 350.000.000.000.000 sedangkan dana zakat yang terkumpul oleh Baznas Kabupaten Purwakarta hanya sebesar Rp. 7.000.000.000.000.

Ada beberapa masalah yang belum terealisasi sepenuhnya dalam lembaga pengelola zakat salah satunya adalah bagaimana lembaga zakat menciptakan strategi inovatif untuk menghimpun zakat sesuai dengan era modern saat ini sangatlah penting. Strategi fundraising memegang peranan yang krusial bagi setiap Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam menjalankan aktivitasnya. Strategi fundraising ini dapat mendorong pengelolaan dana ZIS (Zakat, Infak, Sedekah) untuk meningkatkan jumlah dana yang diperoleh, yang sangat menentukan berjalannya berbagai program dan kegiatan pemberdayaan mustahik, seperti dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, sosial kemanusiaan dan dakwah, serta dalam pengelolaan operasional lembaga non-profit.

Diperlukannya strategi fundraising adalah agar menyakinkan para muzakki untuk membayarkan zakatnya kepada pengelola zakat yang resmi, sehingga dapat diakumulasi dalam penghimpunan zakat nasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi fundraising zakat yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta serta menilai bagaimana strategi tersebut dapat memaksimalkan potensi zakat maal di wilayah tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pengelolaan zakat yang lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan ini, peneliti tertarik mengangkat judul “Analisis Strategi Fundraising Zakat Oleh Baznas Kabupaten Purwakarta Terhadap Potensi Maal Baznas Kabupaten Purwakarta”

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi fundraising Baznas Kabupaten Purwakarta terhadap potensi zakat Maal?
2. Analisis strategi fundraising zakat di Baznas Kabupaten Purwakarta?

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui strategi fundraising zakat di Baznas Kabupaten Purwakarta
2. Untuk menganalisis strategi fundraising yang dilakukan Baznas Kabupaten Purwakarta.
3. Menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian lebih lanjut

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian kegiatan dalam mencari kebenaran dalam suatu studi penelitian, yang diawali dengan suatu pemikiran yang membentuk rumusan masalah sehingga menimbulkan hipotesis awal, dengan dibantu dan persepsi penelitian terdahulu, sehingga penelitian dapat diolah dan dianalisis yang menghasilkan suatu kesimpulan. Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Penelitian menggunakan metode kualitatif. dimulai dengan memahami fenomena yang menjadi fokus penelitian. Kemudian, melalui observasi partisipatif, peneliti menggali pemikiran dan ide yang tidak sesuai dengan fenomena tersebut. Selanjutnya, peneliti melakukan verifikasi dan validasi dari berbagai sumber informasi untuk memastikan keakuratannya sebelum mengambil kesimpulan.

Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada persepsi terhadap suatu fenomena. Pendekatannya menghasilkan analisis deskriptif berupa narasi lisan mengenai objek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu memiliki pengetahuan yang mendalam karena mereka melakukan wawancara langsung dengan objek penelitian

Teknik penelitian yang penulis kerjakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik secara yuridis normatif. Penelitian yang digunakan melihat berdasarkan masalah di masyarakat dan mengidentifikasinya kemudian dijelaskan berdasarkan teori yang berhubungan dengan penelitian dan hasil data yang sebenarnya selama dilapangan yang dapat menunjang hasil dari permasalahan

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagaimana Strategi Fundraising Baznas Kabupaten Purwakarta

Peneliti melakukan satu kali wawancara untuk mencari informasi mengenai isi dari penelitian ini yaitu kepada Bapak Yudi Sirojuddin Syarief, S.Th.I., M.Pd selaku wakil ketua bidang 1. Agar lebih mudah di jelaskan sebelumnya peneliti akan menjelaskan bagaimana strategi fundraising Baznas Kabupaten Purwakarta.

Berdasarkan hasil dari wawancara selama peneliti berada di Badan Amil Zakat (BAZNAS) Nasional Kabupaten Purwakarta memiliki beberapa strategi fundraising yang digunakan untuk mengumpulkan dana zakat. Sebelum menjelaskan strategi apa yang di lakukan Badan Amil Zakat (BAZNAS) Nasional Kabupaten Purwakarta peneliti akan menjelaskan beberapa program kerja yang dimiliki oleh Badan Amil Zakat (BAZNAS) Nasional Kabupaten Purwakarta.

Purwakarta Mandiri: Program ekonomi berupa pemberian bantuan untuk meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga melalui ketrampilan produktif, sarana usaha dan permodalan. Pelaksanaan program ini bertujuan meningkatkan martabat keluarga kurang mampu dengan model berkelompok maupun perorangan.

Purwakarta Sehat: Program kesehatan yang bertujuan memberikan bantuan kesehatan baik secara langsung ataupun penunjang yang menyeluruh bagi seluruh masyarakat miskin untuk dapat hidup sehat, produktif dan sejahtera yang ada di Wilayah Kabupaten purwakarta.

Purwakarta Sehat: Program dakwah dan tarbiyah berupa kegiatan syi'ar Islam dalam rangka menanggulangi pemahaman dan keterbelakangan nilai nilai agama yang tertanam di kalangan masyarakat kabupaten Purwakarta secara pengetahuan maupun infrastruktur pendukung khususnya masyarakat berkategori miskin di wilayah purwakarta. Misi jangka panjang program ini adalah mengokohkan peran zakat infak shodaqoh terhadap syiar Islam melalui revitalisasi dan pembangunan pusat layanan pemberdayaan umat yang bisa tersentuh di semua daerah yang ada di kabupaten Purwakarta.

Purwakarta Cerdas: Program pendidikan berupa pemberian bantuan yang sifatnya mendukung secara langsung ataupun sarana pendukung lainnya dalam untuk penerima manfaat yang berasal dari keluarga miskin dan rentan (misal dari keluarga/rumah tangga pemegang KartuKeluarga Sejahtera) dan siswa ataupun santri yang berprestasi, atau anakyang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Purwakarta Peduli: Program sosial kemanusiaan yang berorientasi pada perbaikan dan peningkatan pribadi dan lingkungan masyarakat yang mempunyai kategori miskin ataupun secara sosial memang perlu sentuhan bantuan baik secara konsumtif ataupun produktif.

Strategi fundraising yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZNAS) Nasional Kabupaten Purwakarta terbilang cukup banyak ada empat divisi yaitu divisi UPZ (Unit Pengumpulan Zakat), divisi retail, media social / digital, dan dana csr (Corporate Social Responsibility).

UPZ (Unit Pengumpulan Zakat) biasanya menjalankan tugasnya dengan mengumpulkan dana dari berbagai instansi, termasuk instansi pemerintah, Lembaga keuangan, dan organisasi-organisasi zakat yang berada di Kabupaten Purwakarta. Kemudian untuk divisi retail dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Divisi ini fokus pada pengumpulan dana zakat melalui cara-cara yang lebih cenderung langsung terjun kepada masyarakat umum. Salah satu metode yang digunakan adalah menempatkan kotak amal di lokasi-lokasi strategis yang sering dikunjungi oleh masyarakat, seperti pusat perbelanjaan, masjid, dan tempat umum lainnya. Dengan cara ini, divisi retail dapat menjangkau lebih banyak orang dan memudahkan mereka untuk berdonasi.

Selanjutnya adalah melalui media sosial/digital, Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta sendiri untuk saat ini masih menggunakan sosial media yang organik tanpa menggunakan google ads untuk mempromosikan BAZNAS di sosial media karena terkendala biaya. Meskipun begitu, mereka tetap aktif menggunakan beberapa akun media sosial untuk menjangkau dan berinteraksi dengan masyarakat. Berikut adalah beberapa akun social media Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Purwakarta

Instagram: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta memiliki akun Instagram dengan nama akun @baznas.purwakarta pengikut sebanyak 2.833 dan 1.077 unggahan, dapat di simpulkan jika Instagram Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta cukup aktif.

Tiktok: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta memiliki akun tiktok dengan nama akun @baznas.purwakarta dengan jumlah pengikut sebanyak 453, hal ini berbanding lurus dengan konten yang kurang menarik sehingga berpengaruh kepada jumlah pengikut di akun tiktok tersebut.

Youtube: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta juga memiliki akun youtube dengan nama akun BAZNAS Purwakarta. Jika dilihat dari profil akun youtube Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta baru memiliki akun sejak 30 April 2024 dan juga bisa dilihat dari jumlah subscriber dan jumlah postingannya yang hanya satu posting saja.

Twitter: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta memiliki akun Twitter (X) dengan jumlah pengikut sebanyak 32 pengikut saja. Jika dilihat dari profil akun tersebut sepertinya akun Twitter (X) Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Purwakarta sudah tidak aktif sejak 2014 silam.

Facebook: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta memiliki akun facebook dengan jumlah pengikut sebanyak 178 pengikut. Jika di lihat dari profilnya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta terbilang aktif mengunggah kegiatan yang sedang di adakan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) kabupaten Purwakarta.

Website: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta memiliki akun situs web resmi dengan nama @baznaspurwakarta.or.id. situs web ini berfungsi sebagai sarana informasi, komunikasi, dan layanan bagi masyarakat Kabupaten Purwakarta terkait kegiatan dan Program Baznas Kabupaten Purwakarta.

Divisi CSR (Corporate Social Responsibility): Divisi ini bertugas menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang memiliki program tanggung jawab sosial (CSR). Melalui kemitraan ini, perusahaan-perusahaan tersebut dapat menyisihkan sebagian dari dana CSR mereka untuk disalurkan sebagai zakat melalui BAZNAS. Divisi ini berperan penting dalam menggalang dana dari sektor korporasi yang memiliki komitmen terhadap kesejahteraan sosial.

Divisi csr (Corporate Social Responsibility) untuk saat ini masih belum bekerja dengan maksimal di karenakan masih mempertimbangkan perusahaan mana yang akan di tuju untuk berzakat di Baznas Kabupaten Purwakarta. Selain dengan empat cara diatas Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta juga sering melakukan sosialisasi dengan cara terjun langsung kepada masyarakat seperti dalam acara ceramah yang di isi oleh para amil.

Analisis Strategi Fundraising di Baznas Kabupaten Purwakarta

Berdasarkan hasil strategi fundraising yang di lakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta, terdapat beberapa inisiatif yang diterapkan. Strategi ini melibatkan kerja sama seperti dengan para UPZ (Unit Pengumpulan Zakat) yang tersebar di berbagai lokasi di Kabupaten Purwakarta, memanfaatkan media sosial yang dimiliki oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dan juga melibatkan divisi retail dengan cara menaruh kotak amal di berbagai tempat yang ramai dan secara aktif berinteraksi langsung kepada masyarakat. Dari upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta dapat di lihat hasil pengumpulan dana zakat maal selama tiga tahun terakhir 2021, 2022, 2023 yang disajikan dalam tabel di bawah.

Tahun	Total fundraising zakat maal
2021	Rp 3.036.577.974
2022	Rp 3.189.692.106
2023	Rp 2.885.694.486

Hasil pengumpulan dana dari tahun 2021 ke 2022 menunjukkan kenaikan, dimana jumlah dana yang terkumpul meningkat dari Rp 3.036.577.974 menjadi Rp 3.126.692.106. karena pada tahun 2022 ada setoran zakat maal Perorangan dari salah satu owner Lembaga Pendidikan Kabupaten Purwakarta sebesar Rp.533.700.000,- yang mempercayakan penyaluran zakatnya kepada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta. Namun, data dari tahun 2022 ke 2023 menunjukkan penurunan, dengan dana yang terkumpul berkurang dari Rp 3.126.692.106 menjadi Rp 2.885.694.486. Penurunan ini dikarenakan banyaknya ASN yang sudah pensiun atau sudah tidak lagi bekerja dengan begitu sangat berpengaruh terhadap jumlah zakat maal yang masuk ke Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta. Dapat dijelaskan melalui tabel yang menunjukkan alasan dibalik perubahan tersebut.

Pada tahun 2023, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purwakarta mengubah pendekatan dalam pengumpulan dana dari Aparatur Sipil Negara (ASN). Selain zakat, BAZNAS juga mulai mengumpulkan infak. Dengan adanya pemisahan ini, dana yang dikumpulkan dari ASN yang belum mencapai nishab (ambang batas wajib zakat) dikategorikan sebagai infak, sementara dana yang mencapai nishab tetap dikategorikan sebagai zakat. Pemisahan ini menyebabkan pengurangan jumlah dana yang tercatat sebagai zakat, meskipun

total dana yang terkumpul mungkin tidak berkurang secara signifikan.

Berbagai cara fundraising yang dilakukan oleh BAZNAS Purwakarta, berdasarkan grafik pendapatan zakat mal, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi fundraising tersebut kurang efektif. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa meskipun telah diterapkan berbagai metode pengumpulan dana, seperti kerja sama dengan instansi pemerintah dan keuangan melalui Unit Pengumpulan Zakat (UPZ), penempatan kotak amal di lokasi strategis oleh divisi retail, serta penggunaan media sosial secara organik, hasil yang diperoleh tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan atau konsisten dalam pendapatan zakat mal. Grafik tersebut memperlihatkan fluktuasi yang mungkin disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam metode pengumpulan dana, keterbatasan dalam penggunaan iklan berbayar di media sosial, dan kemungkinan adanya kendala dalam koordinasi dengan berbagai instansi dan organisasi. Dengan demikian, perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan strategi fundraising untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

D. Kesimpulan

Berdasarkan dari penjelasan yang sudah di uraikan di atas mengenai analisis strategi fundraising Baznas kabupaten Purwakarta terhadap potensi zakat maal baznas Kabupaten Purwakarta, maka penulis akan mengemukakan beberapa hal yang krusial yang dapat disimpulkan. Berangkat dari tiga buah pertanyaan yang di paparkan lewat rumusan masalah, terkait bagaimana analisis strategi fundraising Baznas kabupaten Purwakarta terhadap potensi zakat maal baznas Kabupaten Purwakarta sebagai berikut:

1. Fundraising dalam dunia zakat membutuhkan strategi yang bagus untuk dapat mengumpulkan dana zakat yang akan di distribusikan kepada para mustahik (penerima zakat) agar sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Proses tersebut dimulai dengan cara mengidentifikasi dan segmentasi donatur. Data para donatur dianalisis untuk memahami pola donasi dan prefensi donatur, kemudian di kelompokkan berdasarkan karakteristik seperti umur, pendapatan, letak geografis.
2. Berbagai cara fundraising yang dilakukan oleh BAZNAS Purwakarta, berdasarkan grafik pendapatan zakat mal, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi fundraising tersebut kurang efektif. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa meskipun telah diterapkan berbagai metode pengumpulan dana, seperti kerja sama dengan instansi pemerintah dan keuangan melalui Unit Pengumpulan Zakat (UPZ), penempatan kotak amal di lokasi strategis oleh divisi retail, serta penggunaan media sosial secara organik, hasil yang diperoleh tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan atau konsisten dalam pendapatan zakat mal. Grafik tersebut memperlihatkan fluktuasi yang mungkin disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam metode pengumpulan dana, keterbatasan dalam penggunaan iklan berbayar di media sosial, dan kemungkinan adanya kendala dalam koordinasi dengan berbagai instansi dan organisasi. Dengan demikian, perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan strategi fundraising untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan puji serta syukur kepada Allah SWT, beserta rasa terima kasih yang tulus kepada Bapak Aji Darmaji S.H dan Ibu Titin Suphiatin S.Pd dan orang-orang terdekat yang selalu mendukung peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Kemudian, rasa terimakasih juga ingin peneliti haturkan kepada Bapak Dr. Zaini Abdul Malik, S.Ag.,M.A selaku pembimbing 1 dan 6.Bapak Maman Surahman, Lc., M.Ag. selaku pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan kritik dalam proses penyusunan penelitian ini hingga selesai.

Daftar Pustaka

- [1] A.J, M. (2009). Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [2] Adi, R. (2010). Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit.

- [3] Agustina, R. (Makassar). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. 2022: Tohar Media.
- [4] Aziz, Y. A. (2012). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Component in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia. Serdang, Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach.
- [5] BA, M. A. (2016). Halal Tourism : Emerging Opportunities. Tourism Management Perspective, 19, 138.
- [6] Bayu Dwi Nurwicaksono, D. A. (n.d.). Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Pada Teks Ilmiah Mahasiswa.
- [7] Bungin, B. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia.
- [8] Chairunnisyah, S. (2017, September). Peran Majelis Ulama Dalam Menerbitkan Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetik. Jurnal edu Tech, 3, 64.
- [9] D, A. K. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Budi Utama.
- [10] Eko, H. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Sekala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Sekala. Retrieved from https://www.academia.edu/perbedaan_skala_likert_lima_skala_dengan_modifikasi_skala
- [11] Faridah, H. D. (n.d.). Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. 5.
- [12] Hagaul, P. (1984). Reliabilitas dan Validitas Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- [13] Haryani Sinta, H. N. (n.d.). Analisis Strategi Digital Fundraising dalam Meningkatkan Jumlah Muzkiki (Studi Pada Laz Opsezi Kota Jambi).
- [14] Haryanti, A. (2020). Pengaruh Label Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Sarden ABC di Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi. Jambi: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin.
- [15] Husein. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [16] Indonesia, L. P.-O. (2008). Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUi. 8.
- [17] JC, H. (2016). Halal Food, Certification and Halal Tourism : Insight From Malaysia and Singapore. Tourism Management Perspective, 19, 163.
- [18] Kalesar, M. (2010). Developing Arab-Islamic Tourism in the Middle East: An Economic Benefit. International Politics.
- [19] Keller, P. K. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks.
- [20] MM, S. Z. (2016). Current Trends on Halal Tourism : Cases on Selected Asian Countries,. Tourism Management Pespective, 19, 133.
- [21] Moleong, L. J. (2000). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [22] Muhammad Syahrums, S. M. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian Hukum. Riau: DOTPLUS Publisher.
- [23] Nurhayati, S. (2012). Zat Haram Dimakanan Kita Awas Produk Haram Mengepung Kita. Solo: PT Aqwamedika.
- [24] Pariwisata, D. J. (2009). Pengantar Pariwisata Indonesia. Muljadi A.J, 10.
- [25] Prof Dr H M Burhan Bungin S.Sos., M. (2009). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [26] Prof. Dr. Suryana, M. (2010). Buku Ajar Perkuliahan: Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- [27] Purwono. (n.d.). "Studi Kepustkawan". Yogyakarta: Pustakawan UGM.
- [28] Rijal, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. alhadhrah: Jurnal Ilmu Dakwah.
- [29] S, C. S. (2016). Increasing Halal Tourism Potential ay Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. Journal of economics Business and Management, 7, 740.
- [30] Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.

- [31] Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- [32] Sari, M. (2020). Analisis Pengembangan Pariwisata Halal Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah Perspektif Ekonomi Islam. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- [33] Sari, M. (2022). Metodologi Penelitian. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- [34] Songgono, B. (1998). Metodologi Penelitian Hukum. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [35] Subandi. (2011). Deskripsi Kualalitatif Sebagai Metode Dalam Penelitian Pertunjukan". Harmonia, Volume 11, N0 2, 178.
- [36] Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [37] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [38] Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [39] Sugiyono. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [40] Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [41] Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [42] Sugiyono. (Bandung). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. 2017: Alfabeta.
- [43] Sugiyono, P. D. (2014). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- [44] W, C. J. (2019). Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. London: SAGE Publications Ltd.
- [45] Wahab, S. (2003). Manajemen Kepariwisataaan. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- [46] Yoeti, D. H. (2015). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.