

Analisis Fundraising CSR dari Sumber Lembaga Non-Halal Berdasarkan Permensos Nomor 8 Tahun 2024

Hisaanah Khoirunnisaa Riyanton^{*}, Neneng Nurhasanah, Intan Nurrachmi

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

hisaanahnisa@gmail.com, nenengnurhasanah@unisba.ac.id, intannurrachmi@unisba.ac.id

Abstract. This study examines the fundraising of Corporate Social Responsibility (CSR) funds from non-halal institutions by the Zakat Management Organization (LAZ) X in West Java, and evaluates its compliance with sharia principles and the Regulation of the Minister of Social Affairs (Permensos) Number 8 of 2024. The research employs a normative-empirical approach with a descriptive-analytical method. Data were obtained through interviews, literature studies, and documentation. The findings indicate that LAZ X conducts CSR fundraising through both online and offline methods, including partnerships with various institutions, including non-halal companies. The collected funds are categorized as social funds intended for public benefit. However, this practice has sparked debate from both Islamic legal and state regulatory perspectives. From a regulatory standpoint, CSR fundraising from non-halal institutions by LAZ X falls under the category of public fundraising (PUB) and should comply with licensing requirements as stipulated in the Permensos. From a sharia perspective, although the funds originate from non-halal sources and are allocated for social purposes, their use still requires careful consideration to ensure alignment with Islamic principles. This research is expected to serve as a reference for formulating CSR fundraising policies that align with both national regulations and Islamic law.

Keywords: *Fundraising CSR, Non-Halal Institutions, Regulation Of The Minister Of Social Affairs.*

Abstrak. Fundraising dana Corporate Social Responsibility (CSR) dari lembaga non halal oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) X di Jawa Barat serta meninjau kesesuaiannya dengan ketentuan syariah dan Peraturan Menteri Sosial (Permensos) Nomor 8 Tahun 2024. Pendekatan yang digunakan adalah normatif-empiris dengan metode deskriptif analisis. Data diperoleh melalui wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZ X melakukan penghimpunan dana CSR melalui metode online dan offline, seperti kerja sama dengan berbagai institusi, termasuk perusahaan non halal. Dana yang diterima akan dikategorikan sebagai dana sosial untuk kepentingan umum. Meskipun demikian, praktik ini menimbulkan perdebatan dari perspektif hukum Islam dan regulasi negara. Secara regulatif, penghimpunan dana CSR dari lembaga non halal yang dilakukan oleh LAZ X termasuk dalam kategori pengumpulan uang dan barang (PUB) dan seharusnya tunduk pada izin yang diatur dalam Permensos. Dari sisi syariah, meskipun dana haram akan digunakan untuk CSR, penggunaannya tetap perlu dikaji agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam merumuskan kebijakan penghimpunan dana CSR yang sesuai dengan hukum positif dan prinsip syariah.

Kata Kunci: *Fundraising CSR, Lembaga Non Halal, Permensos.*

A. Pendahuluan

Dalam ekonomi Islam, zakat berperan sebagai salah satu instrumen utama dalam mendistribusikan pendapatan dan kekayaan secara adil di masyarakat. Zakat memiliki potensi besar untuk menurunkan tingkat kemiskinan dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Ratih Rahayu & Akhmad Yusup, 2022). Sebagai ibadah yang bersifat sosial, zakat menjadi sarana untuk meningkatkan kesejahteraan kaum dhuafa dengan membantu pemenuhan kebutuhan pokok mereka. Lebih dari itu, zakat juga berperan sebagai jembatan antara golongan kaya dan mereka yang kurang mampu, sehingga menciptakan sistem distribusi kekayaan yang merata. Dengan demikian, zakat dapat dijadikan salah satu strategi efektif dalam menghadapi permasalahan kemiskinan yang masih menjadi tantangan serius di Indonesia (Aurelly et al., 2023; ESACK, 2024).

Memiliki potensi besar sebagai sumber dana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sehingga pengelolaannya perlu dilakukan secara profesional, akuntabel, sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, dan selaras dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Ariyanti et al., 2024). Meski demikian, upaya sosialisasi zakat oleh lembaga pengelola masih belum maksimal. Di sisi lain, perkembangan ekonomi Islam semakin pesat dari waktu ke waktu, sehingga visi dan misi zakat perlu diselaraskan dengan tuntutan dan dinamika zaman (Nurrachmi et al., 2022).

Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan entitas yang dibentuk atas inisiatif masyarakat sebagai institusi pengelola zakat yang memiliki status badan hukum tersendiri dan memperoleh legalitas dari pemerintah. Amil zakat adalah pihak yang melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan terkait zakat, yang meliputi proses penghimpunan, pengamanan, pengelolaan, hingga pendistribusian kepada para *mustahik*. Selain itu, amil juga bertanggung jawab dalam pencatatan administrasi atas setiap transaksi penerimaan dan penyaluran zakat yang dilakukan (Hafinuddin, 2007).

Lembaga resmi yang berada dibawah naungan pemerintah, LAZ X di Jawa Barat memiliki berbagai fungsi dan peran yang sangat penting dalam mengelola zakat, infak dan sedekah. Selain bertanggung jawab atas pengumpulan dan pendistribusian zakat, infak dan sedekah, LAZ X di Jawa Barat juga menjalankan program pemberdayaan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberikan penyuluhan dan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya zakat, serta menyelenggarakan program-program kemanusiaan yang membantu mereka yang membutuhkan. Selain itu, LAZ X di Jawa Barat juga berperan dalam memastikan adanya pengawasan yang ketat serta transparansi dalam kegiatan yang dilakukan. Dengan kedudukan yang kuat dan kewenangan yang dimiliki, LAZ X di Jawa Barat menjadi salah satu potensi strategis bagi pemerintah dalam memanfaatkan zakat sebagai instrumen untuk mendukung dan meningkatkan Pembangunan daerah secara lebih luas dan efektif, terutama dalam upaya pengurangan kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Seiring berkembangnya kebutuhan masyarakat serta meningkatnya tantangan sosial dan ekonomi, LAZ dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan penghimpunan dana, tidak hanya dari zakat, infak, dan sedekah, tetapi juga dari sumber-sumber sosial lainnya yang relevan dan memungkinkan secara syariah dan regulatif.

Salah satu alternatif dalam penghimpunan dana yang kini mengalami perkembangan pesat adalah melalui kerja sama dengan sektor bisnis, terutama melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR sendiri merupakan wujud kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya, yang diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti bantuan sosial, penguatan ekonomi, pendidikan, layanan kesehatan, serta kegiatan kemanusiaan lainnya. Dana CSR menjadi potensi yang signifikan dalam mendukung pelaksanaan program-program Lembaga Amil Zakat (LAZ), mengingat jumlahnya yang cukup besar dan penggunaannya yang relatif fleksibel (Ghiska Az Zahrani, Laisla Bilqis, 2025).

Corporate Social Responsibility (CSR) mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan di sekitarnya. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, CSR tidak lagi dianggap sebagai beban tambahan, melainkan menjadi bagian dari strategi perusahaan yang berperan dalam membangun citra positif, memastikan kelangsungan bisnis, serta mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat (Lina, 2020).

Fundraising merupakan suatu proses sistematis dalam menghimpun dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan secara sukarela dari berbagai pihak, seperti individu, perusahaan, yayasan, maupun lembaga pemerintah. Orang yang bertugas melaksanakan kegiatan ini dikenal sebagai *fundraiser*. Tujuan utama dari kegiatan *fundraising* adalah untuk mendukung program-program yang

bersifat sosial, kemanusiaan, keagamaan, atau pembangunan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *fundraising* atau pengumpulan dana diartikan sebagai serangkaian tindakan atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan, mengelola, serta mengarahkan sumber daya yang diperlukan guna mencapai tujuan tertentu (Supena, 2015). *Fundraising* atau kegiatan penghimpunan dana merupakan aspek krusial bagi lembaga atau organisasi sosial dalam mendukung pelaksanaan berbagai program dan aktivitas. Tanpa adanya mekanisme *fundraising* yang efektif organisasi sosial akan mengalami kesulitan dalam merealisasikan visi dan misinya.

Secara teoretis, kegiatan *fundraising* terdiri dari dua komponen utama, yaitu program dan metode. Program merujuk pada kegiatan pemberdayaan masyarakat atau pelaksanaan visi dan misi lembaga, yang tidak hanya menjadi dasar kebutuhan pendanaan, tetapi juga mendorong partisipasi donatur melalui motivasi kontribusi. Di sisi lain, metode *fundraising* mengacu pada pendekatan, pola, atau teknik yang diterapkan oleh lembaga dalam menjaring dukungan dana dari publik. Metode ini mencakup berbagai strategi yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas penghimpunan dana, seperti kampanye sosial, komunikasi publik, pemanfaatan media sosial, serta berbagai inovasi lainnya yang mendukung optimalisasi proses *fundraising* (Juwaini, 2005).

Kegiatan *fundraising* menjadi komponen yang sangat penting untuk memastikan keberlangsungan program dan operasional lembaga sosial yang bergantung pada dana masyarakat. Keberhasilan atau kegagalan suatu lembaga sosial sangat dipengaruhi oleh efektivitas dalam melakukan *fundraising*. Apabila dana yang dihimpun mulai menurun atau bahkan habis, maka lembaga tersebut berpotensi mengalami kemunduran yang signifikan.

Untuk membangun kepercayaan masyarakat, *fundraising* dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan. Secara umum, terdapat dua strategi utama yang dapat ditempuh oleh lembaga sosial dalam menggalang dana dari masyarakat. pertama, menghimpun dana dari sumber-sumber yang tersedia, baik dari individu, Perusahaan, maupun instansi pemerintah. Dalam praktiknya, beberapa metode yang bisa digunakan mencakup pengiriman surat langsung (*direct mail*), kampanye melalui media (*media campaign*), penggalangan dana abadi (*endowment*), dan metode lainnya, kedua menciptakan sumber-sumber pendanaan baru melalui Pembangunan unit-unit usaha atau kegiatan ekonomi yang mampu menghasilkan pendapatan secara mandiri bagi lembaga (*earned income*). Ketiga optimalkan sumber daya *non-finansial* dengan cara menghimpun bantuan dalam bentuk barang (*in kind donation*) serta membangun dan mengelola kerelawanan untuk mendukung keberlangsungan berbagai program sosial (Iswoyo, 2006).

Dalam menjalankan kegiatan *fundraising*, suatu lembaga perlu secara konsisten melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, serta penyampaian informasi guna menumbuhkan kesadaran dan kebutuhan pada calon donatur terhadap program maupun kegiatan lembaga. Agar proses penghimpunan dana dapat memberikan hasil yang optimal, diperlukan strategi dan pendekatan yang tepat serta arah kebijakan yang jelas. Tanpa adanya strategi yang solid, upaya penggalangan dana tidak akan berjalan secara maksimal dan dapat menghambat keberlanjutan langkah-langkah berikutnya.

LAZ X di Jawa Barat melakukan *fundraising* sebagai upaya memaksimalkan pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan kedermawanan lainnya salah satunya dengan cara mengirimkan surat audiensi dan kerja sama ke berbagai lembaga, contohnya Lembaga Pendidikan, Lembaga Kesehatan, Lembaga Pemerintahan, Perusahaan Barang atau Perusahaan Jasa, Perusahaan Swasta dan lainnya. Akan tetapi terdapat beberapa Lembaga Perusahaan *non halal* yang di berikan surat audiensi kerja sama oleh LAZ X di Jawa barat contohnya Perusahaan *Karaoke, Pub, Club* yang menjual minuman *non halal (Khamr)*.

Didalam surat audiensi dan kerja sama tersebut terdapat ajakan audiensi terkait sinergis dan kolaborasi program, serta terdapat penjelasan penyaluran, dana zakat, infaq sedekah, wakaf dan dana kedermawanan lainnya melalui program-program LAZ X di Jawa Barat yaitu:

1. Program Pendidikan
2. Program Ekonomi
3. Program Sosial-Ekonomi
4. Program Dakwah
5. Program Kesehatan

Situasi ini menimbulkan permasalahan ketika lembaga amal zakat mengajukan kerja sama dalam bentuk audiensi dengan lembaga yang memiliki sumber dana dari aktivitas non halal sebagai bagian dari upaya *fundraising* dana CSR. Namun, pihak LAZ X di Jawa Barat menjelaskan bahwa

meskipun mereka menerima potensi dana yang berasal dari sumber non halal, dana tersebut dialokasikan khusus untuk kepentingan sosial dan penyediaan fasilitas umum.

Dari uraian yang telah disampaikan, dapat diidentifikasi suatu permasalahan terkait praktik penghimpunan dana CSR atau kegiatan *fundraising* yang dilakukan oleh lembaga amal zakat terhadap lembaga yang bergerak di sektor non halal. Permasalahan ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut, mengingat hingga saat ini belum terdapat ketentuan yang secara tegas dan eksplisit mengatur hal tersebut dalam regulasi yang ada, termasuk dalam Peraturan Menteri Sosial (Permensos) Nomor 8 Tahun 2024 yang menjadi acuan dalam penyelenggaraan tanggung jawab sosial dan pengelolaan dana sosial oleh lembaga amal zakat

Penelitian ini dimaksudkan untuk menelusuri dan menganalisis hukum permensos nomor 8 tahun 2024 dan hukum islam yang berkaitan dengan praktik *fundraising* CSR oleh lembaga amal zakat kepada perusahaan *non* halal, dengan mengambil studi kasus pada LAZ X di Jawa Barat. Melalui kajian yang mendalam terhadap tantangan yang dihadapi serta kemungkinan solusi yang dapat diterapkan, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap penguatan pemahaman mengenai penerapan hukum permensos nomor 8 tahun 2024 dalam konteks pengelolaan CSR oleh lembaga resmi di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan dua permasalahan utama, yaitu: (1) Bagaimana implementasi *fundraising* CSR yang dilakukan oleh LAZ X di Jawa Barat terhadap lembaga *non* halal; (2) Bagaimana tinjauan regulatif terhadap penghimpunan dana CSR dari lembaga non halal yang dilakukan LAZ X berdasarkan Peraturan Menteri Sosial (Permensos) Nomor 8 Tahun 2024. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *fundraising* CSR oleh LAZ X di Jawa Barat terhadap lembaga *non* halal, serta menganalisis kesesuaiannya dengan Permensos Nomor 8 Tahun 2024 yang mengatur tentang Pengumpulan Uang dan Barang.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis dalam bidang pendidikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik *fundraising* CSR yang melibatkan lembaga perusahaan non halal, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur akademik terkait Permensos Nomor 8 Tahun 2024. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk studi lebih lanjut mengenai interaksi antara hukum Islam dan praktik pengelolaan CSR. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi para pengambil kebijakan dalam merumuskan regulasi yang lebih efektif, sekaligus memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan CSR, khususnya dalam hal penghimpunan dana atau *fundraising* yang sesuai dengan prinsip syariah.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif empiris, yaitu suatu metode yang mengombinasikan analisis yuridis normatif dengan data empiris sebagai pelengkap. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menelaah norma hukum secara teoretis, tetapi juga mengkaji penerapan ketentuan hukum tersebut dalam praktik, khususnya pada peristiwa-peristiwa hukum yang terjadi di masyarakat. Dalam Penelitian ini diharapkan agar dapat menjelaskan teori dan fakta mendalam mengenai Analisis *Fundraising* CSR dari Sumber Lembaga Non Halal Berdasarkan Permensos Nomor 8 tahun 2024 Studi Kasus LAZ X di Jawa Barat (Mulyana, 2003).

Jenis dan sumber data dalam penelitian, Jenis data penelitian ini yaitu data kualitatif. Data kualitatif merupakan jenis data non numerik atau tidak dapat diukur dengan angka. Data ini berupa deskripsi dan pemahaman terhadap fenomena sosial atau perilaku manusia (Intan Nurrachmi, Udin Saripudin, Nandang Ihwanudin, Sonny Santosa et al., 2021). Di dalam penelitian ini, data kualitatif digunakan untuk memahami *fundraising* CSR dari lembaga non halal berdasarkan Permensos Nomor 8 Tahun 2024, serta bagaimana penerapan pada praktik di lembaga amal zakat, khususnya LAZ X di Jawa Barat. Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini merujuk pada informasi yang dikumpulkan secara langsung dari objek atau subjek penelitian. Data ini di peroleh melalui interaksi langsung dengan sumber data, sehingga menjadi sumber informasi utama yang digunakan dalam proses analisis penelitian (Rukajat, 2018). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) kualitatif, yaitu jenis penelitian

yang mengumpulkan data dilakukan di lapangan untuk memperoleh data dan informasi secara langsung dengan mendatangi langsung subjek yang bersangkutan yaitu LAZ X dengan permasalahan yang diteliti. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode studi kepustakaan (*library research*), yang mencakup berbagai jenis bahan hukum, antara lain bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, serta bahan hukum tersier.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Metode analisis yang di gunakan peneliti yaitu menggunakan deskriptif analisis. Penelitian deskriptif analisis bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan permasalahan yang ada berdasarkan pada data mengenai Analisis *Fundraising* CSR dari Sumber Lembaga Non Halal Berdasarkan Permensos Nomor 8 Tahun 2024 yang didapatkan dengan cara menganalisis menggunakan pola pikir induktif yang digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian yang bersifat khusus kemudian pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan, setelah itu untuk dapat mengetahui hasil dari penelitian yang dituju. Data-data yang diperoleh dari lapangan, dianalisis menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh orang lain kemudian disajikan secara tertulis sebagai laporan serta memberikan gambaran, menganalisis secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan hubungan antara fenomena yang diteliti (Agustia, 2021).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian ini mengungkap bahwa strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZ X di Jawa Barat *fundraising online* di lakukan dengan cara chat secara pribadi atau melalui *broadcast* untuk *maintenance* dan menggalang donasi oleh *customer relationship management* melalui *Whatsapp*, LAZ X menggalang donasi melalui *website* didalamnya terdapat profil umum LAZ X dan galang dana donasi, selain itu LAZ X melakukan upaya kerja sama *crowd funding* eksternal seperti kita bisa, lebih amal, *sharing happines*. LAZ X di Jawa Barat juga melakukan pengembangan di media sosial Instagram kita usahakan merintis untuk melakukan ekspansi diluar wilayah Jawa Barat untuk melakukan galang donasi, terakhir LAZ X juga mencoba melalui media sosial tiktok dua bulan belakang harapannya LAZ X ini bisa lebih di kenal bukan hanya masyarakat Jawa Barat akan tetapi di luar wilayah Jawa Barat.

Adapun *fundraising offline* salah satunya *front office* dengan membuka kantor wilayah Bersatu dengan salah satu masjid di Kota Bandung, selain itu LAZ X juga melakukan jemput donasi yaitu langsung ketempat para donatur, selanjutnya LAZ X menyebarkan kencleng infak ke wilayah Bandung Raya kurang lebih 500 titik, serta membuka *open booth* contohnya galang donasi palestina, pengiriman surat audiensi dan kerja sama kepada perusahaan di peruntukan untuk menghimpun dana CSR dengan cara mengirim surat audiensi dan kerja sama kepada perusahaan yang berada di radius tertentu dari kantor LAZ X di Jawa Barat seperti Sekolah, Rumah Sakit, Universitas, konveksi, Bank Syariah, Bank Konvensional, hingga perusahaan yang hartanya non halal seperti *cafe* dan *bar*, *karaoke*, dan *club* malam.

Salah satu permasalahan yang diidentifikasi adalah LAZ X Jawa Barat berpandangan bahwasannya zakat tidak boleh menggunakan harta *non* halal akan tetapi LAZ X di Jawa Barat membuka potensi dana dari Lembaga-Lembaga yang terdapat dana *non* halal di dalamnya seperti Bank Konvensional dan usaha-usaha yang didalamnya terdapat dana *non* halal yang nantinya akan di salurkan untuk fasilitas umum, LAZ X di Jawa Barat menerima potensi tersebut, harta non halal akan tetapi akan di salurkan kedalam dana sosial atau dana kedermaawan, hal tersebut terdapat ketidak sesuaian terhadap prinsip syariah.

Analisis Implementasi Fundraising CSR di LAZ X Jawa Barat Terhadap Lembaga Non Halal

Penelitian lebih dalam melalui praktik *fundraising* CSR di lembaga non halal oleh lembaga amil zakat dengan menyoroti strategi *fundraising* yang dilakukan, melalui dua pendekatan, yaitu metode *offline* dan *online*. Melalui metode *online* terdapat berbagai metode *fundraising* salah satunya melalui media sosial seperti Instagram, website, tiktok dan whatsapp. sedangkan melalui metode *offline* yaitu membuka *front office*, menyebar kencleng, jemput donasi, dan pengiriman surat, akan tetapi di dalam salah satu implementasi *fundraising* yang dilakukan LAZ X secara *offline* terdapat ketidak sesuaian bahwasannya dilihat dari surat audiensi dan kerja sama yang di lampirkan bahwasannya LAZ X di Jawa Barat mengirimkan surat audiensi dan kerja sama tersebut kepada

pihak lembaga *non* halal salah satunya *Double S* karaoke, *B Club* karaoke and *pub*, bank konvensional yang mana lembaga tersebut jelas memiliki harta yang haram baik haram secara dzatnya atau haram secara perolehannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti, LAZ X memang tidak menerima dana *non* halal untuk zakat akan tetapi LAZ X di Jawa Barat mengirimkan surat audiensi dan kerja sama ke Perusahaan *non* halal, yang mana itu akan menjadi potensi LAZ X di Jawa Barat menerima dana *non* halal. Dalam wawancara bersama *offline fundraising officer* LAZ X menyatakan bahwa LAZ X melakukan penggalangan dana atau *fundraising* dengan metode mengirimkan surat audiensi dan kerja sama ke seluruh lembaga atau perusahaan yang berada dalam radius tertentu dari kantor LAZ X, tanpa membedakan apakah lembaga tersebut termasuk kategori halal atau *non*-halal. Apabila terdapat perusahaan *non*-halal yang memberikan dana, maka dana tersebut akan diperlakukan sebagai dana CSR.

Strategi *fundraising* yang dilakukan LAZ X di Jawa Barat melalui pengiriman surat audiensi dan kerja sama tanpa membedakan kategori halal atau *non*-halal menunjukkan adanya celah dalam kebijakan internal lembaga. Pendekatan ini memang dapat memperluas potensi sumber dana, namun menimbulkan risiko signifikan terhadap integritas lembaga amal zakat, baik dari sisi kepatuhan syariah maupun persepsi publik. Tidak adanya filterisasi perusahaan berdasarkan status halal atau *non*-halal dapat memunculkan asumsi bahwa LAZ X berpotensi melegitimasi praktik usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah. Selain itu, strategi ini dapat menimbulkan ketidakjelasan mengenai status dana yang diperoleh, terutama ketika dana CSR dari perusahaan *non*-halal dimasukkan dalam skema pengelolaan lembaga, meskipun dikategorikan sebagai dana CSR. Risiko ini bukan hanya menyangkut aspek hukum syariah, tetapi juga potensi turunnya kepercayaan donatur yang selama ini mendukung LAZ X karena komitmen mereka terhadap prinsip kehalalan dalam pengelolaan dana.

Bagaimana tinjauan regulatif terhadap penghimpunan dana CSR dari lembaga Non Halal yang di Lakukan LAZ X Berdasarkan Peraturan Menteri Sosial (Permensos) Nomor 8 Tahun 2024

Peneliti melakukan analisis mendalam mengenai praktik *fundraising* CSR yang dilakukan lembaga amal zakat kepada lembaga perusahaan *non* halal menurut Permensos Nomor 8 Tahun 2024, praktik ini menimbulkan kerancuan, terutama jika ditinjau dari Peraturan Menteri Sosial No. 8 Tahun 2024 tentang Pengumpulan Uang dan Barang (PUB). Dalam peraturan tersebut, dijelaskan bahwa setiap lembaga atau organisasi masyarakat yang ingin menyelenggarakan PUB harus mengajukan izin kepada Menteri, Gubernur, atau Wali Kota, sesuai dengan cakupan wilayah kegiatan.

Sementara itu, zakat sebagai bagian dari kegiatan penghimpunan dana masyarakat, merupakan bentuk PUB yang dikecualikan dari kewajiban perizinan sebagaimana diatur dalam undang-undang. LAZ X sebagai Lembaga Amil Zakat resmi tunduk pada regulasi dan memiliki keistimewaan dalam hal penghimpunan dana keagamaan. Kerancuan muncul ketika LAZ X berupaya menyalurkan dana sosial dari perusahaan *non*-halal yang bukan bagian dari penghimpunan zakat karena aktivitas tersebut secara esensial masuk dalam kategori PUB dan seharusnya patuh pada ketentuan perizinan yang berlaku.

Didalam hukum islam terkait harta yang haram sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِنَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui” (QS. Al-Baqarah [2]:188)

مَنْ كَسَبَ مَالًا مِنْ حَرَامٍ، فَتَصَدَّقْ بِهِ، لَمْ يَكُنْ لَهُ فِيهِ أَجْرٌ، وَكَانَ إِصْرُهُ عَلَيْهِ

“Barang siapa memperoleh harta dari cara yang haram, lalu dia menyedekahkannya, maka tidak ada pahala baginya dan dia menanggung dosanya.” (HR. Muslim)

sad adz-dzari’ah yang merupakan salah satu metodologi penting dalam ilmu usul fikih. Sad adz-dzari’ah merujuk pada prinsip pencegahan terhadap kerusakan (mafsadah) dengan menutup segala jalan atau perantara (wasilah) yang dapat mengarah pada hal-hal yang diharamkan oleh syariat. Dalam konteks pengelolaan dana dari sumber yang tidak halal.

Oleh karena itu, pemanfaatan dana dari sumber *non*-halal untuk program sosial oleh lembaga amal zakat perlu dikaji kembali agar tidak menimbulkan pelanggaran baik dari sisi regulasi negara maupun hukum Islam.

D. Kesimpulan

Implementasi *fundraising* CSR yang berasal dari lembaga non halal di LAZ X Jawa Barat menunjukkan bahwa kerja sama *fundraising* antara LAZ X dan lembaga non halal masih berada pada tahap rencana dan belum terealisasi selama masa penelitian. Jika nantinya dana non halal diterima, dana tersebut akan masuk dalam kategori dana sosial atau dana CSR. Namun mereka tetap menjalin komunikasi dan membangun relasi dengan perusahaan non halal dalam bentuk audiensi maupun pengajuan kerja sama. Menurut penjelasan dari pihak LAZ X Jawa Barat, apabila ada dana yang diterima dari perusahaan non halal, dana tersebut akan dikategorikan sebagai dana sosial, dialokasikan untuk program sosial bersifat umum dan tidak berkaitan langsung dengan kegiatan ibadah, seperti pembangunan fasilitas umum

Tinjauan regulatif terhadap penghimpunan dana CSR dari lembaga non halal berdasarkan Peraturan Menteri Sosial (Permensos) Nomor 8 Tahun 2024 menunjukkan bahwa ketika LAZ X berupaya mengumpulkan dan menyalurkan dana sosial atau CSR dari perusahaan non halal secara esensi hal itu termasuk penyelenggaraan PUB pengumpulan uang dan barang yang diatur dalam peraturan menteri sosial Nomor 8 tahun 2024, yang mana harus memiliki izin dari otoritas terkait, dan hal tersebut tidak sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, pemanfaatan dana dari sumber non-halal untuk program sosial oleh lembaga amal zakat perlu dikaji kembali agar tidak menimbulkan pelanggaran baik dari sisi regulasi negara maupun hukum Islam.

Ucapan Terimakasih

Penulisan dan penyusunan penelitian ini tidak akan mungkin terlaksana dengan baik tanpa dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT, peneliti panjatkan puji dan syukur atas limpahan rahmat, hidayah, kesehatan, rezeki, serta segala nikmat yang tak ternilai, yang senantiasa menyertai setiap langkah dan memberikan ridho-Nya dalam setiap kebaikan.

Kedua orang tua tercinta, papah dan mamah, yang dengan penuh kasih telah menjadi sumber doa, dukungan, dan kekuatan. Terima kasih yang tak terhingga atas segala cinta, pengorbanan, serta dukungan baik moril maupun materil yang telah diberikan tanpa henti, sehingga penulis dapat terus melangkah dan berjuang dalam menggapai cita-cita.

Kedua dosen pembimbing peneliti, ibu Prof. Dr. Neneng Nurhasanah, Dra., M. Hum dan Intan Nurrachmi, S.H.I., M.E.SY yang telah meluangkan waktunya ditengah kesibukannya, serta memberikan kritik, saran dan arahan kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi.

Daftar Pustaka

- Agustia, F. (2021). Metodologi Penelitian Deskriptif. In *Nuevos sistemas de comunicación e información* (Issue April, p. 14).
- Ariyanti, D. I., Achmad Budi Susetyo, & Roisatun Kasanah. (2024). Pengaruh Struktur Modal dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada DES Sektor Halal. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 87–96. <https://doi.org/10.29313/jres.v4i2.5428>
- Aurelly, A., Rojak, A., Manggala, I., Hukum, P., & Syariah, E. (2023). *Analisis Fikih Muamalah Terhadap Produk Surety Bond di PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah*. <https://journal.sbpublisher.com/index.php/imsak>
- ESACK, M. F. (2024). *Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Mustahik Lazismu Kota Semarang*. 1–99.
- Ghiska Az Zahrani, Laisla Bilqis, Y. M. A. M. (2025). *Analisis Perbandingan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Zakat dalam Perspektif Manajemen Keuangan Syariah*.
- Hafinuddin, D. (2007). *gar Harta Berkah dan Bertambah*. Gema Insani.

- Intan Nurrachmi, Udin Saripudin, Nandang Ihwanudin, Sonny Santosa, R. N., Azizah Mursyidah, Neneng Nurhasanah, Dita Hanna Febriani, R. H., & Novita Alfinuri, Tatang Muharam Sajaah, Cecilia Indri Kurniasari, B. P. P. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Penelitian Kuantitatif* (I. Nurrachmi, Ed.). Widina Media Utama.
- Iswoyo, S. (2006). *In kind fund raising : panduan praktis menggalang hibah barang bagi organisasi nirlaba* (H. Abidin, Ed.). Piramedia.
- Juwaini, A. (2005). *Panduan direct mail untuk fundraising*. Piramedia.
- Lina, A. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8, 1–11.
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya)*. Remaja Rosdakarya.
- Nurrachmi, I., Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Destari, F. F. A. (2022). SWOT Analysis in Developing Zakat at The National Amil Zakat Agency (BAZNAS) Bandung Regency. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 3(1), 130–145. <https://doi.org/10.35313/ijem.v3i1.4687>
- Ratih Rahayu, & Akhmad Yusup. (2022). Analisis Kesadaran Hukum dan Perlindungan Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang Kepemilikan Sertifikat Halal. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 129–136. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i2.1390>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Supena, I. (2015). *Management of Zakat*. 33–34.