

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Konsep Strategi

Strategi adalah sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Namun demikian, untuk mencapai tujuan tersebut kita harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁰ Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan metode pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu, tujuan utamanya adalah agar suatu perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternalnya, sehingga perusahaan tersebut dapat mengantisipasi perubahan lingkungan.¹¹

Sementara itu, inti dari strategi sendiri adalah dengan membuat suatu hal yang berbeda dengan apa yang dibuat oleh pesaing. Selain itu, didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja yang bagus, kemampuan mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Sehingga perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Strategi

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 32.

¹¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 03.

merupakan hal yang unik dan posisinya bernilai, melibatkan seperangkat kegiatan yang berbeda.¹²

2. Dimensi Strategi

Strategi memiliki beberapa dimensi. Dimensi dalam strategi pada suatu organisasi dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Tujuan-tujuan yang paling penting dan perlu dicapai. Tujuan atau sasaran menyatakan apa saja yang perlu dicapai, kapan hasil-hasil harus dilaksanakan. Dari sasaran nilai-nilai, menyatakan kearah mana organisasi itu tertuju, melalui berbagai macam sasaran keorganisasian yang bersifat menyeluruh, yang menetapkan sifat organisasi, dan menetapkan target bagi setiap kesatuan keorganisasiannya.
- b. Kebijakan-kebijakan yang paling penting dan mengarahkan atau membatasi kegiatannya. Kebijakan-kebijakan (*policies*) merupakan peraturan atau prosedur yang menggariskan batas-batas dimana kegiatan akan dilaksanakan. Peraturan yang demikian seringkali mencapai keputusan-keputusan kontingen, guna menyelesaikan konflik antara sasaran yang lebih spesifik.
- c. Tahapan-tahapan tindakan pokok atau program yang mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dalam batas-batas yang telah digariskan. Program menspesifikasi langkah demi langkah, tindakan yang perlu dilakukan untuk mencapai sasaran utama. Mereka menyatakan bagaimana sasaran akan tercapai didalam batas-batas kebijakan.

Adapun jenis-jenis strategi dapat dijelaskan sebagai berikut:

¹² Michael E. Porter, *Strategi Bersaing* (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2008), hlm. 27.

- a. Strategi Organisasi (*Corporate Strategy*). Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif yang baru. Pembahasan yang diperlukan, yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.
- b. Strategi Program (*Program Strategy*). Strategi ini memberikan perhatian pada implikasi strategi dari suatu program tertentu. Apa dampaknya apabila suatu program dilancarkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi.
- c. Strategi Pendukung Sumber daya (*Resource Support Strategy*). Strategi ini memikirkan bagaimana memaksimalkan pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia, guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga kerja, keuangan dan teknologi.
- d. Strategi Kelembagaan (*Institutional Strategy*). Fokus dari strategi ini adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategis.

3. Proses Strategi

Perencanaan strategi memberikan gambaran kedepan tentang bagaimana suatu organisasi/ badan dapat berjalan dengan baik, sesuai visi dan misinya dengan memanfaatkan potensi internal. Tahapan pokok proses perencanaan strategi terdiri atas:¹³

- a. kesepakatan awal, rencana strategis merupakan dokumen yang harus disepakati bersama antara semua aktor yang berkepentingan
- b. pernyataan mandat, merupakan apa yang diharuskan oleh pihak yang lebih tinggi otoritasnya, termasuk apa yang diharapkan oleh masyarakat lokal sendiri.

¹³ T. Yermias Keban, *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Konsep, Teori dan Isu* (Yogyakarta: Gava Media, 2004), hlm. 03

- c. Perumusan visi, setiap lembaga diharapkan memiliki visi tertentu, yaitu tentang gambaran kondisi ideal yang diinginkan, dalam kurun waktu tertentu setelah lembaga tersebut berjalan.
- d. Perumusan misi, misi adalah pernyataan tentang untuk apa suatu lembaga didirikan. Atau misi merupakan justifikasi tentang kehadiran suatu lembaga, mengapa lembaga tersebut mengerjakan apa yang dikerjakan.
- e. Analisis kondisi internal, untuk dapat mencapai misi diatas sangat diperlukan dukungan internal, disini diperlukan suatu penilaian tentang kondisi internal yang dapat menggambarkan tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.
- f. Analisis kondisi eksternal, untuk bisa mencapai misi diatas diperlukan suatu dukungan dari faktor eksternal. Faktor-faktor eksternal tersebut harus dinilai karena dapat menjadi peluang dan juga sebaliknya dapat menjadi ancaman. Penilaian terhadap faktor-faktor tersebut dapat dilakukan dengan menganalisis kecenderungan politik, ekonomi, sosial, teknologi dan pendidikan. Peranan yang dimainkan dari pihak-pihak yang dapat diajak kerjasamaan pihak yang dapat menjadi kompetitor, dan dukungan pihak-pihak yang menjadi sumber *resources*.
- g. Penentuan isu-isu strategis, dari hasil analisis faktor-faktor internal dan eksternal diatas terdapat banyak isu dengan tingkat ketajaman yang berbeda-beda. Disini dibutuhkan suatu ketajaman berfikir untuk menilai apakah suatu isu dapat dianggap strategis atau tidak. Biasanya kriteria yang digunakan adalah pentingnya suatu isu, yaitu kemungkinan pencapaian visi dan misi jika suatu isu yang sedang dinilai tersebut

dibiarkan atau sebaliknya diintervensi, serta efek yang ditimbulkan bila isu tersebut dibiarkan atau sebaliknya malah diintervensi.

- h. Perumusan strategi, Kebijakan dan program-program strategis, kesalahan yang paling fatal adalah mengemban misi dan merealisasikan visi tetapi tidak melalui suatu strategis yang jelas. Semua strategi harus dijalankan agar misi yang ada dapat diemban dengan baik dan sekaligus dapat mewujudkan visi yang telah dirumuskan.
- i. Prinsip-prinsip implementasi strategi, pada bagian ini ditetapkan bagaimana prinsip yang harus dijalankan dalam rangka mengimplementasikan program-program yang strategis. Prinsip-prinsip ini berkenaan dengan aturan main yang harus diikuti dalam penyusunan program tahunan, rancangan implementasi program, mekanisme monitoring terhadap program, mekanisme evaluasi program dan mekanisme tindakan koreksi melalui proses *feedback*.

Berpikir secara strategis memerlukan beberapa tahapan yang dimulai dari identifikasi masalah sampai kepada penerapan langkah-langkah yang telah diperoleh dari kesimpulan. Adapun tahapan berpikir strategis dapat dijelaskan sebagai berikut:¹⁴

1. Identifikasi masalah. Tahap ini adalah berusaha untuk mengidentifikasi masalah-masalah strategis yang muncul dengan cara melihat gejala-gejala yang mengikutinya. Proses identifikasi tersebut dapat dilakukan dengan mengadakan *brainsroming* atau *polling* pendapat.
2. Pengelompokan masalah. Dari identifikasi masalah akan muncul beberapa masalah yang beraneka ragam, untuk mempermudah pemecahannya

¹⁴ Qudrat Nugraha, *Manajemen Strategis Organisasi Publik* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), hlm. 19

seseorang perlu mengelompokkan/ mengklasifikasikan masalah-masalah tersebut sesuai sifatnya.

3. Proses abstraksi. Setelah kelompok masalah terbentuk, maka tahap berikutnya adalah identifikasi masalah-masalah crisial dari tiap kelompok. Selanjutnya dilakukan analisa terhadap masalah tersebut dalam rangka mencari faktor-faktor penyebab timbulnya masalah. Tahap ini memerlukan ketelitian dan kesabaran karena dari faktor-faktor itu akan disusun cara/metode pemecahannya.
4. Penentuan metode pemecahannya. Setelah tahap abstraksi selesai, ditentukan cara/ metode yang paling tepat untuk menyelesaikan masalah yang telah teridentifikasi pada tahap pertama. Metode penyelesaian ini haruslah konkrit dan lebih spesifik.
5. Perencanaan untuk implementasi. Tahap perencanaan untuk implementasi merupakan langkah penting yang harus dilakukan seseorang dalam rangka penerapan metode pemecahan masalah pada tahap keempat.

B. Konsep Penghimpunan Dana

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi dana adalah uang yang disediakan untuk suatu keperluan, biaya, pemberian, hadiah atau derma. Dana dapat diartikan juga sebagai uang tunai dan/atau aktiva lainnya yang dapat segera diuangkan dan tersedia atau disisihkan untuk maksud tertentu.¹⁵ Sementara itu, penghimpunan dana adalah sebuah kegiatan untuk menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito/

¹⁵ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 1

surat berharga lainnya. Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota atau koperasi lain dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka.¹⁶

Penghimpunan dana mempunyai manfaat bagi berbagai pihak, utamanya terhadap bank, terhadap pemilik dana, maupun terhadap pemerintah. Manfaat penghimpunan dana dapat diuraikan sebagai berikut:¹⁷

1. Bagi bank, dengan berhasilnya menghimpun dana dari masyarakat berarti memiliki atau menambah modal kerja untuk pemberian pinjaman/ pembiayaan/ kredit bagi masyarakat yang membutuhkan dan layak diberi. Dari pemberian pinjaman/ pembiayaan (kredit) bank memperoleh pendapatan atau bagi hasil keuntungan.
2. Bagi pemilik uang, penghimpunan dana menjadikan uangnya produktif. Dengan penghimpunan dana, uang yang biasanya disimpan dirumah dapat menjadi produktif menghasilkan keuntungan atau bahkan dapat membantu orang lain yang membutuhkan.
3. Bagi pemerintah, dengan berhasilnya bank menghimpun dana dari masyarakat, berarti mengurangi volume uang yang beredar. Hal ini merupakan salah satu usaha dalam rangka mengendalikan inflasi.

Adapun penghimpunan dana yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Sedekah (LAZIS), memiliki tujuan yang berbeda dengan tujuan penghimpunan dana yang dilakukan oleh lembaga keuangan. Beberapa hal yang menjadi tujuan *fundraising* (LAZIS), dapat diuraikan sebagai berikut:¹⁸

¹⁶ Ibid, hal. 7.

¹⁷ Ibid, hal. 10.

¹⁸ Kementrian Agama, *Manajemen Pengelolaan Zakat* (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama Republik Indonesia, 2009), hlm. 67.

1. Pengumpulan dana.

Dana dalam hal ini tidak hanya uang saja, namun mempunyai arti luas yaitu sumber daya (termasuk barang dan jasa) yang memiliki nilai materi. Pengumpulan dana LAZIS ini sangat penting untuk mendukung jalannya program dan operasional yang telah di canangkan.

2. Penambahan jumlah Muzakki dan Donatur

LAZIS yang baik adalah yang setiap hari memiliki data pertambahan Muzakki dan Donatur. Dengan bertambahnya muzakki dan donatur secara otomatis akan bertambah pula jumlah dana yang terhimpun.

3. Meningkatkan citra LAZIS

Aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah LAZIS, baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga itu sendiri. Jika citra lembaga baik, akan membuat respon masyarakat positif, dan tentunya akan semakin banyak menarik muzakki dan donatur untuk ikut bergabung.

4. Menjaga loyalitas Muzakki dan Donatur

Menjaga loyalitas agar selalu memberikan bantuan pada LAZIS merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang. Hal ini dapat ditempuh dengan memberikan kepuasan kepada muzakki dan donatur dengan pelayanan, program dan operasional LAZIS.

Metode penghimpunan dana merupakan pola, bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat donatur dan muzakki. Pada dasarnya metode ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. *Direct Fundraising*. Metode yang menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.
- b. *Indirect Fundraising*. Metode yang menggunakan teknik yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: penyelenggara event, menjalin relasi, melalui referensi, media para tokoh dan lain-lain.

C. Konsep Infaq

1. Pengertian Infaq

Infaq berasal dari kata *nafaqa*, yang berarti telah lewat, berlalu, habis, mengeluarkan isi, menghabiskan isi, menghabiskan miliknya, atau belanja. Dalam ajaran Islam, Infaq adalah kegiatan mengeluarkan harta untuk kepentingan tertentu. Dalam Al-Qur'an kata infaq hanya disebut sekali, yakni dalam surat Al-Isa' ayat 100. Akan tetapi kata lain yang seakar dengan kata tersebut, seperti *anfaqa*, *yunfiq* dan *nafaqatan* disebut sebanyak 73 kali. Dalam pandangan Islam orang yang berinfaq akan memperoleh keberuntungan yang berlipat ganda baik di dunia maupun di akhirat. Orang yang berinfaq dijamin tidak akan pernah jatuh miskin, melainkan rezekinya akan bertambah dan mengalir dan jalan usahanya semakin berkembang.

Selain itu, kata infaq juga berarti mengeluarkan harta untuk membantu orang lain yang membutuhkan. Dengan demikian, infaq merupakan bentuk pembelanjaan harta yang sesuai dengan tuntunan syariat. Infaq juga dapat diartikan sebagai harta yang dikeluarkan selain zakat dan sifatnya sukarela.

Adapun perbedaan infaq dengan zakat dapat dilihat dari waktu pengeluarannya. Zakat memiliki Nisab, dimana hanya orang-orang yang hartanya telah memenuhi nisab yang wajib mengeluarkan zakat. Sedangkan infaq tidak

dibatasi oleh nisab, sehingga semua orang dapat mengeluarkan infaq, baik orang yang berpenghasilan tinggi maupun rendah. Zakat diperuntukkan untuk 8 ashnaf, sedangkan infaq dapat diberikan kepada siapapun juga, misalnya keluarga, anak yatim, fakir miskin dan lain-lain. Sementara itu, infaq tidak ditentukan jenisnya, jumlah dan kadarnya, serta waktu penyerahannya.

2. Dasar Hukum Infaq

Infaq dilandasi oleh dalil naqli dan dalil aqli. Dalil naqli adalah firman Allah SWT dan sabda Rasulullah SAW. yang terkumpul dalam hadits. Sementara itu, dalil aqli berasal dari logika dan pemikiran manusia yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits. Adapun dalil naqli akan dasar hukum infaq antara lain terdapat dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 22, yang berbunyi: *"Dan orang-orang yang sabar karena mencari keridhaan Tuhannya, mendirikan sholat, dan menafkahkan sebagian rezeki yang kami berikan kepada mereka, secara sembunyi atau terang-terangan serta menolak kejahatan dengan kebaikan; orang-orang inilah yang mendapat tempat kesudahan (yang baik)."*

Firman Allah tersebut menyerukan mengenai perintah untuk mendirikan sholat dan menafkahkan harta (bersedekah atau berinfaq) demi mendapat keridhaan Allah.

Adapun dalil aqli atas infaq adalah manfaat infaq yang begitu besar bagi orang yang memberi infaq maupun orang yang diberi infaq, membuat ibadah infaq sangat penting untuk dilakukan. Bagi penginfaq, infaq akan membersihkan harta, menjadikan harta kekayaan berkah dan mendapatkan ridha Allah baik di dunia maupun di akhirat. Sementara itu, bagi penerima infaq, infaq dapat membantu mensejahterakan masyarakat dengan cara mengentaskan kemiskinan melalui bantuan-bantuan sosial, ekonomi, dan pendidikan yang diperoleh dari dana infaq.

Ajaran Islam telah memberikan tuntunan dalam berinfaq atau membelanjakan harta. Allah dan Rasulullah SAW memerintahkan umat manusia agar menginfakkan (membelanjakan) harta yang dimiliki. Namun demikian, Allah juga memerintahkan agar seseorang membelanjakan harta untuk dirinya sendiri serta untuk menafkahi istri dan keluarga menurut kemampuannya. Dalam membelanjakan harta tersebut hendaknya yang dibelanjakan adalah harta yang baik, bukan yang buruk, khususnya dalam menunaikan infaq.¹⁹

Berdasarkan hukumnya, infaq dikategorikan menjadi 2 jenis yaitu infaq wajib dan sunnah. Infaq wajib meliputi zakat, kafarat, dan nadzar. Sementara itu, infaq sunnah meliputi infaq kepada fakir miskin, sesama muslim, infaq bencana alam, infaq kemanusiaan dan lain-lain. Perintah untuk beramal shaleh tidak hanya berupa infaq, dalam ajaran Islam juga dikenal dengan istilah shadaqah. Sadhaqah berasal dari kata *shadaqa* yang berarti benar. Orang yang suka bershadaqah merupakan wujud dari bentuk kebenaran keimanannya kepada sang Khaliq.

Menurut terminologi syariat, pengertian shadaqah sama dengan pengertian infaq, berkaitan dengan materi, shadaqah memiliki arti yang lebih luas, menyangkut hal yang bersifat non materi. Maka dari itu, shadaqah maknanya lebih luas dari zakat dan infaq. Shadaqah dapat bermakna infaq, zakat dan kebaikan non materi. Shadaqah adalah ungkapan kejujuran iman seseorang. Oleh karena itu, Allah SWT menggabungkan antara orang yang memberi harta di jalan Allah dengan orang yang membenarkan adanya pahala yang terbaik. Sementara itu, infaq secara hukum juga dapat dibagi menjadi 4 macam, antara lain sebagai berikut.

¹⁹ Ibnu Katsir. *Tafsir al Qur'an Al Azhim Juz II*. (Darul Ma'rifah. Beirut. Cetakan III. 1989), hlm. 51.

- a. Infaq mubah, yakni mengeluarkan harta untuk perkara mubah seperti berdagang.
- b. Infaq wajib, yaitu mengeluarkan harta untuk perkara wajib, seperti: 1) membayar mahar; 2) menafkahi istri; 3) dan menafkahi istri yang di talak dan masih dalam keadaan iddah.
- c. Infaq haram, yakni mengeluarkan harta dengan tujuan yang diharamkan oleh Allah, seperti: 1) infaqnya orang kafir untuk menghalangi syiar Islam; 2) infaqnya orang Islam kepada fakir miskin yang tidak karena Allah.
- d. Infaq sunnah, yaitu mengeluarkan harta dengan niat shadaqah, misalnya:
 - 1) infaq untuk jihad; 2) infaq kepada yang membutuhkan.

Dalam suatu perbuatan hukum, terdapat unsur-unsur yang harus dipenuhi agar perbuatan tersebut dapat dikatakan sah. Begitu pula dengan infaq, terdapat unsur-unsur yang harus dipenuhi agar infaq tersebut dapat dikatakan sah. Unsur-unsur tersebut yaitu disebut rukun, yang mana infaq dapat dikatakan sah apabila terpenuhi rukun-rukunnya. Selain itu, masing-masing rukun tersebut juga memerlukan syarat yang harus terpenuhi. Adapun rukun dalam infaq adalah sebagai berikut:²⁰

- a. Penginfaq, yaitu orang yang memberikan infaq, dimana penginfaq tersebut harus memenuhi syarat sebagai berikut: 1) Penginfaq memiliki apa yang akan diinfaqkan; 2) Penginfaq bukan orang yang dibatasi haknya karena suatu alasan; 3) Penginfaq itu orang dewasa, bukan anak yang kurang kemampuannya; 4) Penginfaq itu tidak dipaksa, sebab infaq itu akad yang mensyaratkan keridhaan dalam keabsahannya.

²⁰ Abd Al-Rahman Al-Jazairi, *Al-Fiqh, Ala Al-Madzahib Al-Arba'ah*, (Bairut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah, 2003), Juz II, hlm. 140

- b. Orang yang diberi infaq, yakni orang yang menerima infaq dari penginfaq, orang yang diberi infaq harus memenuhi syarat sebagai berikut: 1) Benar-benar ada saat diberi infaq; 2) Dewasa atau baligh. Apabila orang yang diberi infaq itu ada diwaktu pemberian infaq, akan tetapi iya masih kecil atau gila, maka infaq itu bisa diambil oleh walinya, pemeliharanya, atau orang yang mendidiknya, sekalipun dia orang asing (bukan keluarganya).
- c. Sesuatu yang diinfaqkan, yaitu harta yang diberikan penginfaq kepada penerima infaq dan harus memenuhi syarat sebagai berikut: 1) benar-benar ada; 2) harta yang bernilai; 3) dapat dimiliki zatnya, yakni bahwa yang diinfaqkan adalah apa yang biasanya dimiliki, diterima peredarannya, dan pemiliknya dapat berpindah tangan; 4) tidak memiliki hubungan dengan tempat milik penginfaq, seperti menginfaqkan tanaman, pohon atau bangunan tanpa tanahnya. Akan tetapi yang diinfaqkan itu wajib dipisahkan dan diserahkan kepada yang diberi infaq sehingga menjadi milik baginya.
- d. Ijab dan Qabul, infaq itu sah melalui ijab dan qabul, bagaimanapun bentuk ijab qabul yang ditunjukkan oleh pemberian harta tanpa imbalan.

D. Konsep *Fundraising*

1. Pengertian *Fundraising*

Menurut Bahasa *fundraising* berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana, sedangkan menurut istilah *fundraising* merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah serta sumber

daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.²¹

Dijelaskan pula, *fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.²²

Fundraising juga bias diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan maupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi sehingga mencapai tujuannya. *Fundraising* dalam pengertian ini memiliki ruang lingkup yang lebih luas dari pengertian sebelumnya, *fundraising* tidak hanya mengumpulkan dana semata, melainkan dalam bentuk barangpun bias yang bias dimanfaatkan untuk keperluan lembaga.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* adalah rencana sebuah proses mempengaruhi masyarakat agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Adanya strategi *fundraising* yaitu untuk menjalankan program baik jangka panjang maupun jangka pendek, suatu lembaga yang tidak memiliki strategi yang kuat dalam menjalankan *fundraising* maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.

2. Dasar Hukum *Fundraising*

Dasar hukum berdirinya lembaga pengelola zakat di Indonesia merupakan dasar huku *fundraising* juga, karena *fundraising* sangat berkaitan sekali dengan lembaga pengelola zakat. Lembaga pengelola zakat tanpa adanya dana tidak akan

²¹ Manajemen Pengelolaan Zakat, Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI 2009, hlm. 65

²² April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Jakarta: TERAS, 2009), hlm. 12

bisa menjalankan programnya. Dasar hukum ini dilihat dengan adanya undang-undang No. 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, keputusan Menteri Agama No. 581 tahun 1999 tentang pelaksanaan UU No. 38 tahun 1999, dan keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 tahun 2000 tentang pedoman teknis pengelolaan zakat. Sedangkan dasar hukum lain yang memiliki kaitan erat dengan zakat adalah undang-undang No. 17 tahun 2000 tentang pajak penghasilan. Undang-undang ini menjelaskan bahwa zakat merupakan pengurangan penghasilan kena pajak.

Pengelolaan zakat sebagaimana tertuang dalam pasal 1 ayat (1) undang-undang No. 38 tahun 1999, didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan zakat. Sedangkan zakat sendiri dalam pasal 1 ayat (2) diartikan sebagai harta yang disisihkan oleh seorang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya. Organisasi pengelola zakat yang diakui pemerintah terdiri atas dua lembaga, yaitu Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat.²³

Dari beberapa penjelasan mengenai undang-undang tentang zakat diatas, bahwasanya *fundraising* juga memang bena-benar diatur. Adanya UU No. 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat didalamnya pula membahas banyak poin, diantaranya dalam bab VI dijelaskan mengenai pengumpulan dan penyaluran zakat.

²³ Sudirman, *Zakat dalam Pusaran Arus Modernitas*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 94-95.

Dijelaskan pula dalam Al-Qur'an surat At-Taubah: 103

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

Artinya: Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Selain ayat diatas, ada beberapa hadist pula yang menerangkan tentang zakat, bahwasanya zakat adalah merupakan kewajiban yang Allah turunkan untuk hambanya. Maka dari itu salah satu tugas dari lembaga adalah membantu para *aghniya* untuk menyalurkan dananya.

3. Ruang Lingkup Serta Tujuan *Fundraising*

Sebuah organisasi pengelola zakat dalam setiap aktivitasnya selalu berhubungan dengan dana. Dana memiliki peran penting dalam menghidupi organisasi pengelola zakat. oleh karena itu, peran sebuah organisasi dalam menjalankan *fundraising* sangat penting.

Sumber pokok pendapatan OPZ adalah ZIS, karena itu, tidak ada artinya sebuah OPZ tanpa adanya dana yang akan disalurkan kepada mustahik. Berapapun dana yang dibutuhkan, besar ataupun kecil, akan sangat berarti bagi kelangsungan hidup lembaga atau organisasi.

Fundraising tidak hanya identik dengan uang semata. Ruang lingkungnya begitu luas dan mendalam, pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi dan pertumbuhan organisasi nirlaba (lembaga keuangan non profit). Oleh karenanya, tidak mudah untuk memahami ruang lingkup dari pada *fundraising*. Untuk memahaminya terlebih dahulu dibutuhkan pemahaman tentang substansi dari pada *fundraising* tersebut.

Adapun substansi dasar dari pada *fundraising* dapat diringkas kepada dua hal, yaitu :²⁴

a. Motivasi Donatur

Yaitu serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan, dan alasan-alasan yang mendorong donatur untuk mengeluarkan hartanya. Dalam kerangka *fundraising* maka lembaga pengelola zakat harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan pada donator (Muzakki) untuk melakukan donasi harta sesuai tuntunan ajaran Islam.

b. Program

Yaitu kegiatan pemberdayaan masyarakat mustahik atau kegiatan implementasi visi dan misi lembaga yang menjadi sebab diperlukannya dana dari pihak eksternal sekaligus alasan donatur menyumbang. Lembaga pengelola zakat harus merancang program yang berkualitas dan memiliki nilai keunggulan dalam memerdayakan mustahik. Program harus dikemas sedemikian rupa sehingga mampu mendorong muzakki untuk turut mendukung dan membantu dalam meningkatkan harkat dan hidup mustahik.

Sedangkan tujuan dari *fundraising* adalah sebagai berikut:²⁵

a. Menghimpun Dana

Menghimpun dana adalah merupakan tujuan *fundraising* yang paling mendasar. Tujuan inilah yang paling utama dalam pengelolaan zakat dan ini pula yang menyebabkan mengapa dalam pengelolaan zakat *fundraising* harus dilakukan. Tanpa aktivitas *fundraising* kegiatan

²⁴ Manajemen Pengelolaan Zakat, Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009. Hlm. 66-67

²⁵ Ibid, hlm. 70-74.

lembaga pengelolaan zakat tidak akan berarti sama sekali. Bahkan lebih jauh dapat dikatakan bahwa aktivitas *fundraising* yang tidak menghasilkan dana sama sekali adalah *fundraising* yang gagal meskipun memiliki bentuk keberhasilan lainnya. Karena pada akhirnya apabila *fundraising* tidak menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya yang dihasilkan. Apabila sumber daya tidak ada maka lembaga akan kehilangan untuk terus menjaga kelangsungan programnya, sehingga pada akhirnya akan mati.

b. Memperbanyak atau Menghimpun Donatur

Tujuan kedua dari *fundraising* adalah menghimpun donatur. Lembaga pengelola zakat yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donaturnya. Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur pada saat setiap donatur mendonasikan dana yang tetap sama. Diantara kedua pilihan tersebut, maka menambah donatur adalah cara yang relatif lebih mudah dari pada menaikkan jumlah donasi dari setiap donatur. Dengan alasan ini, maka *fundraising* dari waktu ke waktu juga harus berorientasi dan berkonsentrasi penuh untuk terus menambah jumlah donatur.

c. Meningkatkan atau Membangun Citra Lembaga

Disadari atau tidak, aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) baik langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga. *Fundraising* adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra

lembaga dalam benak khalayak. Citra ini dapat bersifat positif, dapat pula bersifat negatif. Dengan citra ini setiap orang akan menilai lembaga, dan pada akhirnya menunjukkan setiap atau perilaku terhadap lembaga. Jika yang ditunjukkan adalah citra yang positif, maka dukungan dan simpati akan mengalir dengan sendirinya terhadap lembaga, dan dengan demikian tidak ada lagi kesulitan dalam mencari donatur, karena dengan sendirinya donasi akan diberikan kepada lembaga. Demikian pula halnya dengan kepercayaan, dengan citra yang baik akan dengan sangat mudah sekali mempengaruhi masyarakat untuk memberikan donasi kepada lembaga.

d. Menghimpun Simpatisan/ relasi dan Pendukung

Kadangkala ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga pengelola zakat atau lembaga swadaya masyarakat. Mereka mempunyai kesan positif dan bersimpati kepada lembaga tersebut. Akan tetapi pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan dana kepada lembaga tersebut sebagai donasi karena ketidak mampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini harus diperhitungkan dalam aktifitas *fundraising*, karena meskipun mereka tidak memberikan donasi, mereka akan berusaha melakukan dan berbuat apa saja untuk mendukung lembaga dan akan fanatic terhadap lembaga. Kelompok seperti ini pada umumnya secara natural bersedia menjadi promotor atau informan positif tentang lembaga kepada orang lain, dan kelompok seperti ini sangat diperlukan oleh lembaga.

e. Meningkatkan kepuasan Donatur

Tujuan kelima dari *fundraising* adalah memuaskan donatur. Tujuan ini adalah tujuan yang tertinggi dan bernilai untuk jangka panjang, meskipun dalam pelaksanaan kegiatannya secara teknis dilakukan sehari-hari.

4. Metode Serta Misi dan Motivasi *Fundraising*

Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi donatur yang berdonasi melalui sebuah lembaga pengelola zakat. Karena jika hal tersebut terpenuhi, maka donatur akan selalu memberikan donasinya terhadap lembaga tersebut.

Dalam melakukan *fundraising* ada beberapa metode yang harus dilakukan oleh lembaga zakat, diantaranya:²⁶

a. Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*)

Direct fundraising adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung) dilakukan. Apabila dalam diri donatur muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari fundraiser lembaga, maka segera dapat dilakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode ini adalah: direct mail, direct advertising, telefundraising dan presentasi langsung.

b. Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*)

Ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-

²⁶ Ibid, hlm. 68-69.

bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Misalnya dengan cara promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa secara khusus diarahkan untuk menjadi transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *Advertorial*, *Image campaign* dan penyelenggaraan event.

Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua metode *fundraising* ini (langsung dan tidak langsung). Karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri. Metode *fundraising* langsung diperlukan karena ditakutkan donatur akan kesulitan untuk mendonasikan dananya. Sedangkan jika semua bentuk *fundraising* dilakukan secara langsung, maka akan tampak donatur dan berpotensi akan menciptakan kejenuhan. Kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus pandai mengkombinasikan kedua metode tersebut.

Melihat perkembangan lembaga zakat yang semakin bagus, kegiatan *fundraising* saat ini harus ditangani dengan sangat serius dan dengan strategi yang bagus oleh setiap organisasi pengelola zakat yang mengandalkan berjalannya program dan operasional lembaga dari dana masyarakat. *Fundraising* akan sangat mempengaruhi maju mundurnya lembaga pengelola zakat. Ketika dana yang dihimpun dari donatur semakin menipis, maka lembaga pengelola zakat tidak akan mampu membantu dan memberdayakan mustahik. Pada tahap lanjut, jika lembaga pengelola zakat tidak berhasil melakukan *fundraising*, maka eksistensi lembaga pengelola zakat juga dalam posisi terancam keberlanjutannya.

Sedangkan untuk misi dan motivasi *fundraising* itu sendiri adalah sebagai berikut:²⁷

- 1) Ikhlas
- 2) Meningkatkan kalimatullah
- 3) Peduli terhadap derita umat
- 4) Melakukan pemberdayaan umat
- 5) Sebagai dakwah
- 6) Membantu dan melayani umat
- 7) Turut serta menjadi bagian dalam mencapai “Khairul Ummah”

E. Koin NU

Salah satu program infaq adalah program Kotak Infaq Nahdlatul Ulama (KOIN NU). Gerakan Koin NU diluncurkan oleh Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama, KH. Said Aqil Siradj di alun-alun Sragen pada tanggal 15 April 2017. Peluncuran Gerakan Koin NU ini dijadikan sebagai pelopor gerakan bersedekah di seluruh Indonesia. Bahkan dalam kesempatan tersebut, Menpora Imam Nahrawi mengapresiasi adanya Gerakan Koin NU. Gerakan ini merupakan gerakan masyarakat Nahdlatul Ulama untuk mengumpulkan sedekah berupa uang logam. Pengumpulan ini dilakukan dengan cara menyebar kotak infaq kecil ke rumah-rumah warga Nahdliyin. Kotak Infaq tersebut kemudian diisi oleh masyarakat dengan infaq yang berupa uang logam. Diharapkan dengan adanya program ini, seluruh masyarakat dapat bersedekah dengan ringan dan mudah. Selain itu, dana yang terkumpul dari Gerakan Koin NU ini juga diharapkan dapat menunjang kemandirian ekonomi umat dan warga Nahdliyin.

²⁷ Ibid, hlm. 70