

STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ DAN SHODAQOH (ZIS) SELAMA PANDEMI COVID-19 DI LAZISMU KAB. CIREBON

Zaenal Aripin¹, Evi Masliyatu Rofiqoh², Siti Inaisyah³, Dhurotul Mufidah⁴, Achmad Nurjannah⁵

Institut Agama Islam Cirebon

meletik.x@gmail.com

ABSTRACK

COVID-19 that occurred in early 2020 had an impact on all community activities, including zakat, infaq and shodaqoh fund-raising institutions. This study aims to determine what strategies are carried out by the zakat, infaq and shodaqoh fund collection institutions LAZISMU Kab. Cirebon in raising funds during the pandemic. It was found that LAZISMU Kab. Cirebon in raising funds is more emphasized on the use of social media such as Facebook, Instagram, Twitter, YouTube and the website lazismukabcirebon.org. From this strategy there is an increase in assets and fund balances seen from the statement of financial position.

Keywords: Zakat, fundraising, social media.

ABSTRAK

COVID-19 yang terjadi di awal tahun 2020 berdampak ke semua aktivitas masyarakat tak terkecuali lembaga pengumpulan dana zakat, infaq dan shodaqoh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh lembaga pengumpulan dana zakat, infaq dan shodaqoh LAZISMU Kab. Cirebon dalam melakukan pengumpulan dana di masa pandemi. Didapatkan hasil bahwa LAZISMU Kab. Cirebon dalam melakukan pengumpulan dana lebih ditekankan pada penggunaan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, youtube dan website lazismukabcirebon.org. Dari strategi tersebut ada peningkatan aset dan saldo dana yang dilihat dari laporan posisi keuangan.

Kata kunci: Zakat, pengumpulan dana, media sosial.

1. PENDAHULUAN

Lembaga zakat merupakan badan yang mengelola sumber dana zakat yang diterima dari muzakki, baik perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kaidah islam, baik zakat fitrah maupun zakat harta serta zakat dalam bentuk lainnya.

Dasar teori untuk sebuah lembaga sosial atau lembaga pengelola zakat yang mandiri dipastikan membutuhkan sumber daya yang berlimpah, baik yang bersifat jangka pendek maupun yang berjangka panjang, baik merupakan dana maupun merupakan nondana. Hal tersebut akan terjadi apabila terdapat proses penggalangan dana didalamnya. Apabila penggalangan dana itu dilaksanakan dengan cara yang benar, terencana, dan serius. Kebutuhan sumber daya disini bukan hanya berupa uang, tetapi juga meliputi berbagai aspek seperti halnya kendaraan operasional, komputer, kertas dan lain sebagainya, karena sumber daya lebih luas cangkupannya dibandingkan dengan dana itu sendiri.

Bagi pengelola ZIS, didirikannya Badan Amil Zakat atau Lembaga Amil Zakat adalah untuk mengelola dana ZIS dari Muzakki, sebagai penguat sosial dan ekonomi melalui

pendekatan *community development* (Muhammad, 2006:5). Pernyataan tersebut didukung oleh Yustika dan Andrianto, (2008) bahwa zakat (baik fitrah, mal, maupun yang lainnya) tidak boleh disalurkan secara langsung dalam bentuk uang tunai ataupun barang kebutuhan pokok lainnya (misalnya beras). Dengan nilai nominal yang tidak terlalu besar tapi menyebabkan penggunaan atas ZIS yang diberikan kepada masyarakat miskin hanya dapat digunakan dalam jangka waktu yang pendek. Pengelolaan zakat dengan sistem administrasi dan tata usaha yang baik juga ditunjukkan agar pengumpulan dana zakat dan pendaayagunaannya bisa dipertanggung jawabkan (Karim dan Syarief, 2009:2).

LAZISMU Kab. Cirebon merupakan lembaga yang bergerak mengelola zakat, infaq dan shodaqoh dibawah naungan PP Muhammadiyah. Selama munculnya pandemi Covid-19, lembaga mengalami kesulitan dalam penghimpunan dana karena pembatasan sosial. Untuk itu peneliti mencoba untuk meneliti strategi seperti apa yang dilakukan oleh LAZISMU Kab. Cirebon.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang peneliti tulis, perihal strategi yang diterapkan oleh lembaga dalam menghimpun dana sehingga dapat memenuhi target penghimpunan dana yang sudah ditetapkan oleh lembaga. Hal ini menjadi daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ, DAN SHODAQOH (ZIS) SELAMA PANDEMI COVID-19 DI LAZISMU KAB. CIREBON”**.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai strategi penghimpunan dana zakat, infaq dan shodaqoh.

Penggalangan dana terorganisir bermula dari awal tahun 1900-an. Charles Sumner Ward dan Flank L. Pierce adalah orang yang mengembangkan penggalangan dana ditingkat nasional dan profesional dan juga disebut sebagai “Bapak Penggalangan Dana” untuk pembangunan YMCA (Young Men’s Christian Association) building di New York City. Dalam aksinya Ward dan Frank sempat gagal namun dengan strategi marketing yang mempublikasikan penggalangan dana, keduanyaapun sukses mencapai target. Kini, cara penggalangan dana semakin beragam. (berbuatbaik.id)

Jurnal Ita Aulia Coryna, Formulasi Strategi Penghimpunan Zakat oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) membahas bahwa zakat terbukti berfungsi sebagai instrumen yang berbekal positif terhadap kondisi ekonomi dan keuangan sebuah negara dan dikelola secara optimal (Hafidhudin, *et al*, 2013). Bahkan berbagai study di Indonesia telah menunjukkan dampak positif pengelolaan zakat terhadap upaya pengentasan kemiskinan. Study tersebut diantara lain oleh Laela (2010), Beik (2013), Beik *et al* (2011) dalam buku Indonesia Zakat Development Record (2011), Minarti *et al* (2012) dalam buku Indonesai Zakat Depelovment Report (2012), dan masih banyak study lainnya.

Jurnal Miftahul Huda, Model Manajemen Fundraising Wakaf mengartikan penghimpunan dana (Fundraising) sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik

perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dana atau sumber dayanya kepada sebuah organisasi atau lembaga.

Jurnal N. Oneng Nurul Bariyah, Strategi Penghimpunan Dana Sosial Ummat pada Lembaga-lembaga Filantropi di Indonesia menyimpulkan bahwa strategi yang pertama Cetak, Elektronik, Internet dan media komunikasi. Yang kedua (1) Kerjasama program biasa dilakukan antara lembaga zakat dengan perusahaan dalam bentuk kegiatan yang dibiayai oleh perusahaan atau pemilik dana, (2) *Special Event*, (3) *Religius Fund*, (4) Pembentukan Unit Pengumpulan Zakat (UPZ), (5) Melalui bank, (6) Zakat Online. Ketiga (1) Dimulai dari suatu kegiatan sosial melalui penggalangan dana, (2) Kebijakan pemerintah, (3) Penyebaran brosur selanjutnya strategi pengembangan dan penggalangan dana dilakukan dengan memanfaatkan peluang dan potensi yang dimiliki oleh lembaga.

Jurnal Atik Abidah, Analisis Strategi Fundraising terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo mengatakan substansi *fundraising* berupa metode diartikan sebagai 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.

3. METODE

Metode penelitian kualitatif ialah penelitian yang dipakai guna menyelidiki, menemukan, mendeskripsikan serta memaparkan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dipaparkan, diukur ataupun dideskripsikan melalui pendekatan kuantitatif (Sugiono, 2009). Lebih lanjut menurut Rachmat Kriyantono, tujuan dari penelitian kualitatif ialah untuk memaparkan fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat secara mendalam dengan mengumpulkan data secara mendetail dan lengkap. Hal ini menunjukkan jika dalam penelitian ini kelengkapan serta kedalaman data yang diteliti adalah suatu hal yang sangat penting. (Rachmat Krisyantono, 2009)

Teknik yang digunakan peneliti adalah observasi, wawancara dan dokumentasi dari pihak LAZISMU Kab. Cirebon maupun data dari internet yang bisa diakses melalui web lazismukabcirebon.org.

Observasi dilakukan dengan mengikuti berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh LAZISMU Kab. Cirebon seperti membagikan brosur, penggalangan dana baik offline maupun online, serta pencatatan laporan keuangan. Peneliti mencatat setiap kegiatan lembaga yang nantinya catatan-catatan tersebut diolah menjadi bahan untuk penelitian.

Wawancara yang dilakukan melibatkan beberapa pengelola dari lembaga antara lain Chafid Seffriadi sebagai ketua lembaga, Wirya Adirachmansyah sebagai manager fundraising dan Asriyani Rachmawati sebagai manager keuangan. Wawancara dimaksudkan untuk memperoleh keterangan sebanyak mungkin dari pihak lembaga yang kemudian menjadi bahan data yang akan diteliti. Berikut beberapa pertanyaan peneliti yang diajukan: (1) Bagaimana Strategi LAZISMU Kab. Cirebon untuk mensosialisasikan zakat, infaq dan shodaqoh kepada masyarakat? (2) Kendala apa yang didapati pihak LAZISMU Kab. Cirebon saat pandemi Covid-19 dan apa yang dilakukan saat itu? (3) Bagaimana pencatatan laporan keuangan saat pandemi Covid-19?.

Dokumentasi dilakukan sebagai pencarian bahan data untuk penelitian salah satunya merekam (video dan photo) kegiatan yang ada di lembaga.

Dalam hal ini peneliti menganalisa tentang temuan strategi penghimpunan dana (*fundraising*) dalam pengumpulan dana LAZISMU Kab. Cirebon yakni berupa data-data dari lapangan yang diperoleh dari penelitian kualitatif yang berupa data-data deskriptif. Metode penelitian ini sengaja digunakan agar mampu mengakomodasi deskripsi yang utuh atau lengkap mengenai objek yang diteliti. Terkait dengan penelitian ini yakni dengan mengkaji objek yang diteliti, dalam hal ini penulis berusaha menelusuri data tentang strategi penghimpunan dana ZIS pada pandemi Covid-19 di LAZISMU Kab. Cirebon.

4. HASIL PEMBAHASAN

4.1 Isi Hasil dan Pembahasan

Fundraising atau yang dikenal dengan penghimpunan dana adalah suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menggalang atau menghimpun dana baik berupa zakat, infaq dan shodaqoh maupun sumber dana lainnya dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan dan pemerintah. Pasal 28 Undang-undang nomor 23 tahun 2011 dijelaskan lembaga zakat mempunyai tugas bahwa pengelolaan infaq shodaqoh dan dana sosial lainnya adalah selain menerima zakat, BAZNAS atau UPZ juga dapat menerima infaq, shodaqoh dan dana sosial keagamaan lainnya. Pendistribusian dan pendayagunaan infaq, shodaqoh dan dana sosial keagamaan lainnya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sesuai dengan syariat islam dan dilakukan sesuai dengan peruntukan yang diikrarkan oleh pemberi. Pengelolaan infaq, shodaqoh dan dana sosial keagamaan lainnya harus dicatat dalam pembukuan tersendiri. (Nilda Susilawati, 2018).

LAZISMU Kab. Cirebon memiliki Langkah Standar Fundraising (LSF) dengan misi (1) Optimalisasi pengelolaan ZIS yang amanah, profesional dan transparan, (2) Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif, (3) Optimalisasi pelayanan muzaki dan mustahik. Berikut Langkah Standar Fundraising yang diterapkan lembaga:

1. Brand Personality : *Profesional, Humility, Trusted, Elegant, Simple, Creative, Sinergi, Serve.*

2. Landasan Fundraising, berpedoman pada ayat Al-Qur'an Surah At-Taubah Ayat 103:

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

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendo'alah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. (lazismukabcirebon.org).

3. Rumus Dasar Fundraising : (1) *Call*, (2) *Visit*, (3) *Closing*.
4. Pengorganisasian di LAZISMU Kab. Cirebon yakni : (1) *Manuver Retail, Comunity, Cooperate* dan Donatur Baru (2) Mendampingi Marketing dalam melakukan presentasi ke donatur (3) *Coaching* dan *Conseling* SDM (4) Rapat Koordinasi (5) Membantu membuat dan menyampaikan laporan bulanan (6) Mengontrol *daily activity* SDM *Marketing* dan *Manager Fundraising* (7) Implementasi tugas-tugas *Marketing* dan *Manager Communication* secara umum.

5. Staff Fundraising di LAZISMU Kab. Cirebon yakni : (1) Mengkualifikasikan donatur sesuai tanggal atau mingguan transaksi, (2) Meng-up date dana donatur baru, (3) Mengelompokkan donatur sesuai besar kecilnya transaksi tiap bulan, (4) Mencari peluang event untuk bidikan closing minimal 1 event tiap bulan, (5) Mengunjungi donatur komunitas, (6) Mengunjungi donatur komunitas retail, (7) Meminta referensi donatur baru tiap call atau visit, (8) Membuat target CVC (*Call, Visit, Closing*), (9) Efisiensi transportasi dengan pengelompokan visit satu arah, (10) Bertanggungjawab atas pelayanan yang kurang memuaskan terhadap mitra, (11) Melayani visit ke mitra diluar jam kerja lembaga, (12) Melayani konsultasi mitra via Online 24 jam.
6. Marketing Online : (1) Minimalisir komplain, (2) Mencari peluang donatur baru melalui sosmed, (3) *Memaintaince* donatur baru dan lama via Online, (4) Menawarkan program LAZISMU.
7. Marketing Comunity : (1) Mencari peluang-peluang Event, (2) Merealisasikan Event, (3) Membuka relasi ke media. (lazismukabcirebon.org).

Sejak kasus pertama di wuhan, terjadi peningkatan kasus COVID-19 di China setiap hari dan memuncak diantara akhir Januari hingga awal Februari 2020. Awalnya kebanyakan laporan datang dari Hubei dan provinsi disekitar, kemudian bertambah hingga ke provinsi-provinsi lain dan seluruh China tutup. Tanggal 30 Januari, telah terdapat 7.736 kasus terkonfirmasi COVID-19 di China, dan 86 kasus lain dilaporkan dari berbagai negara seperti Taiwan, Thailand, Vietnam, Malaysia, Nepal, Srilangka, Kamboja, Jepang, Singapore, Arab Saudi, Korea Selatan, Filipina, India, Australia, Kanada, Finlandia, Prancis dan Jerman. COVID-19 pertama dilaporkan di Indonesia pada tanggal 2 maret 2020 sejumlah 2 kasus. Data 31 maret 2020 menunjukkan kasus yang terkonfirmasi berjumlah 1.528 kasus dan 136 kasus kematian. Tingkat mortalitas COVID-19 di Indonesia sebesar 8,9 persen, angka ini merupakan yang tertinggi di Asia Tenggara. (Adityo Susilo et all, 2020).

Pandemi COVID-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat tapi juga mempengaruhi kondisi perekonomian, pendidikan dan kehidupan sosial masyarakat Indonesia termasuk lembaga pengelolaan zakat, infaq dan shodaqoh LAZISMU Kab. Cirebon.

4.1.1 Isi Hasil Pembahasan

Sulitnya bertemu dengan Muzakki atau Calon Muzakki dalam kegiatan penghimpunan dana (*Fundraising*) karena adanya kebijakan pemerintah terkait Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) yang berimplikasi terhadap pembatasan aktivitas masyarakat sehingga proses penghimpunan dana lebih ditekankan pada media sosial. (Wirya Adirachmansyah, 30 Maret 2022)

LAZISMU Kab. Cirebon memiliki media sosial Website dengan jumlah postingan 72 dan views 10.883, Facebook dengan pertemanan 3.866, pengikut 128, Instagram dengan postingan 520, pengikut 520, Twitter dengan pengikut 62 dan Youtube dengan memiliki 40 video, 758 subscriber dan juga LAZISMU Kab. Cirebon bekerjasama dengan platform digital kitabisa.com yang hanya mendapatkan 20% dari penerimaan dana.

Gambar 1.1
LAZISMU



Media sosial
Kab. Cirebon

Media sosial saat ini menjadi gerbang informasi dan komunikasi. Selain itu media sosial juga menjadi raja dalam berinteraksi tanpa batas. Penggunaannya dalam penerimaan zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS) tentu akan memberi hasil tersendiri. Berbeda dengan tehnik pengumpulan dana ZIS tradisional yang mengetuk dari pintu ke pintu. (Siti Marfu'ah, 2020). Apalagi di masa pandemi, ketika masyarakat dibatasi pergerakannya dalam segala aktivitasnya setelah pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), tentu media sosial jadi alternatif strategi yang ditekankan dalam pelaksanaan penggalangan dana di LAZISMU Kab. Cirebon.

Penekanan *fundraising* pada media sosial yang dilakukan oleh pihak lembaga dimasa pandemi berdampak pada kenaikan aset dan saldo dana. Sehingga, pada tahun 2020 dana yang terkumpul sebesar kurang dari 1 M dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 1,2 M. (Wirya Adirachmansyah, 30 Maret 2022).

5. KESIMPULAN

LAZISMU Kab. Cirebon memiliki tujuh point langkah standar dalam penghimpunan dana, namun dimasa pandemi COVID-19 penerapan startegi penghimpunan dana lebih menekankan pada penggunaan sosial media sebagai alternatif menghimpun dana dan bekerjasama dengan platform digital (kitabisa.com) akibat dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan oleh kebijakan pemerintah. Penggunaan sosial media dan

platform digital dalam menghimpun dana cukup efektif sehingga berdampak pada kenaikan aset dan saldo dana.

DAFTAR PUSTAKA

- Hafidhudin, D., 2002. "Zakat Dalam Perekonomian Modern." Jakarta : Gema Insani.
- , Nasar, F; Gustiawan, T; Beik, I.5., dan Hakiem, H., 2013. "Fiqh Zakat Indonesia." Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.
- Muda, Muhammad, dkk. 2006. "Faktor Inpluencing Individual Pasticipation In Zakat Contribution. Exploratory Investigation." Makalah disajikan dalam seminar For Islamic Banking Finance, pada Tanggal 29-30 Agustus 2006, Kuala Lumpur.
- Adiwarman Kariem dan A. Azhar Syarief. 2009. "Fenomena Unik Dibalik Menjamurnya Lembaga Amil Zakat (LAZ) Di Indonesia." *Jurnal pemikiran dan gagasan VOL.1. Zakat dan Empowering.* ((Online). www.imz.or.id, di acces pada 18 Mei 2012).
- Aditya Susilo, C. Martin Rumende, et al. 2020. "Coronavirus Disease 2019: *Tinjauan Literatur Terkini. Vol 7, No 1.*
- Sugiono, 2009. "Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Cet 7 Bandung: Alfabeta.
- Yustika, Ahmad Erani, dan Adiyanto, Jati. 2008. "Zakat, Keadilan dan Keseimbangan Soial." *Jurnal Pemikiran dan Gagasan: Zakat dan Empowering. Vol 1. No 4.*
- Marfu'ah, Siti. 2020. "Fungsi dan Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Penerimaan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS)."
- LAZISMU Kab. Cirebon www.lazismukabcirebon.org
- Berbuatbaik.id, 2022. "Ini Sejarah Fundraising Yang Makin Mudah Makin Cepat."