

# **ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING DALAM MENGOPTIMALKAN PENERIMAAN ZAKAT DI BAITUL MAL KABUPATEN ACEH BARAT**

**Maya Listanti<sup>1</sup>**

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

**Ridwan Nurdin<sup>2</sup>**

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

**Nevi Hasnita<sup>3</sup>**

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Email : mayalistantimbo@gmail.com,<sup>1</sup> ridwan.nurdin@ar-raniry.ac.id,<sup>2</sup> nevi.hasnita@ar-raniry.ac.id<sup>3</sup>

## **ABSTRAK**

Strategi penggalangan dana penting dilakukan untuk mengoptimalkan penerimaan zakat sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara pelaksanaan strategi penggalangan dana, hambatan dalam penggalangan dana zakat, dan dampak dari strategi penggalangan dana yang dilakukan di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi pada sumber-sumber yang relevan. Analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan menunjukkan bahwa Baitul Mal melakukan dua strategi penggalangan dana: langsung dan tidak langsung. Penggalangan dana langsung dimaksud adalah sosialisasi langsung kepada masyarakat termasuk perusahaan/PT, toko/CV, instansi vertikal, perorangan, maupun kemitraan. Penggalangan dana tidak langsung yang dimaksud adalah promosi melalui media cetak dan elektronik, antara lain pemasangan baliho, penyebaran brosur, penulisan di surat kabar, penerbitan penyaluran zakat di saluran berita Aceh, seruan zakat di radio, khotbah keagamaan dan Jum'at di masjid-masjid, dan penyelenggaraan seminar. . Namun, strategi penggalangan dana tersebut belum berjalan dengan baik atau menunjukkan dampak positif karena beberapa kendala seperti kurangnya sumber daya manusia yang profesional, program yang kurang inovatif, kurangnya kesadaran masyarakat tentang zakat, dan anggota yang sering berubah. Akibatnya, jumlah penerimaan zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat tidak mengalami peningkatan.

***Kata Kunci: Strategi Fundraising, Optimazing Zakat, Baitul Mal.***

## **PENDAHULUAN**

Dalam ajaran Islam, zakat bukan hanya memiliki nilai ibadah namun juga memiliki dimensi yang kompleks dalam kehidupan bermasyarakat, karena merupakan jaminan sosial pertama dari semua peradaban yang ada. Kesadaran menunaikan zakat bagi setiap muslim merupakan kunci terciptanya umat yang sejahtera. Zakat mengandung pengertian pertumbuhan, keberkahan, serta kesucian.<sup>1</sup> Artinya menunaikan zakat bukan hanya membantu mereka yang ekonominya lemah agar mereka bangkit melepaskan diri dari keterpurukan ekonomi. Namun juga, sipemberi zakat (*muzakki*) dapat membersihkan,

---

<sup>1</sup>Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: gema Insani Press, 2002), hlm 7.

menyucikan harta dan dosa-dosanya karena adanya ketenangan batin serta hartanya akan tumbuh berkembang, karena pada zakat mengandung keberkahan dan menciptakan kesejahteraan umat.

Potensi zakat di Indonesia dalam setahun diperkirakan sebesar dua puluh triliun rupiah, jumlah ini adalah sebuah potensi yang luar biasa besar untuk membuat program-program sosial dalam rangka membantu masyarakat<sup>2</sup>. Potensi zakat yang besar tersebut jika dikelola dengan benar, dapat mewujudkan harapan sejahtera bagi semua lapisan masyarakat, yaitu melalui lembaga zakat dengan pengelolaan secara profesional dan inovatif serta pendayagunaan secara produktif. Selain itu, pengelolaan zakat yang dilakukan oleh lembaga pengelola zakat yang memiliki kekuatan hukum, akan memiliki beberapa keuntungan. Pertama, untuk menjamin kepastian dan disiplin pembayar zakat. Kedua, untuk menjaga perasaan rendah diri para mustahik zakat apabila berhadapan langsung untuk menerima zakat dari para muzakki. Ketiga, untuk mencapai efisien dan efektivitas, serta sasaran yang tepat dalam penggunaan harta zakat menurut skala prioritas yang ada pada suatu tempat. Keempat, untuk memperlihatkan syiar Islam dalam semangat penyelenggaraan pemerintahan yang Islami.<sup>3</sup>

Ascarya juga berpendapat bahwa, zakat merupakan ketentuan wajib dalam sistem ekonomi Islam (*obligatory zakat system*) sehingga pelaksanaannya harus melalui institusi atau lembaga resmi negara yang memiliki ketentuan hukum.<sup>4</sup> Pengelolaan zakat yang dilakukan oleh negara bukanlah tujuan, ia hanyalah instrumen. Tujuan sebenarnya ialah tertunaikan zakat dan tersampaikan kepada yang berhak dengan kemanfaatan yang optimal dan mendorong lahirnya kebijakan publik yang berorientasi syariah (*siyasah syar'iyah*).<sup>5</sup> Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan zakat tidak dilakukan secara individual, melainkan harus melalui sebuah lembaga atau institusi perantara lembaga amil zakat atau baitul mal.

---

<sup>2</sup>Daharmi Astuti, dkk, *Manajemen Pengelolaan Zakat di UPZ Instansi Pemerintahan Provinsi Riau*, (Jurnal: Al-Hikmah Vol. 15 No. 1 April 2018), hlm. 2.

<sup>3</sup>Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian ...*, hlm. 126.

<sup>4</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 10.

<sup>5</sup>Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia Diskursus Pengelolaan Zakat Nasional dari Rezim Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 ke Rezim Undang-Undang No. 23 Tahun 2011*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 3

Pada lembaga pengelolaan zakat kegiatan pengumpulan, penghimpunan, penggalangan dana atau disebut dengan *fundraising* sangat penting dilakukan. *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana zakat, infak dan sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.<sup>6</sup> Keberhasilan suatu amil zakat tidak terlepas dari adanya perencanaan atau strategi yang digunakan terutama dalam penghimpunan dana zakat (*fundraising*).

Strategi diartikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Pada dasarnya strategi dijalankan oleh suatu organisasi yaitu sekumpulan komitmen atas tindakan atau aksi yang terintegrasi dan terkoordinasi untuk mengusahakan atau mengolah kompetensi.<sup>7</sup> Demikian halnya dengan lembaga zakat yaitu baitul mal harus memiliki strategi yang jitu untuk mencapai tujuan dari visi dan misi lembaga, terlebih pada *fundraising* zakat dalam upaya mengoptimalkan penerimaan zakat agar dapat berdaya guna dan bermanfaat.

Strategi *fundraising* yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pengelolaan zakat dalam meningkatkan penerimaan dana zakat berbeda-beda, seperti sosialisasi langsung ke donatur (muzakki) baik individu maupun kelompok, menggunakan promosi *marketing* baik langsung maupun tidak langsung, media elektronik maupun cetak, membuat aplikasi muzaki *conner*, yaitu aplikasi untuk hp android dan *iphone* sehingga memudahkan muzakki membayar zakatnya secara langsung.

Baitul Mal kabupaten Aceh Barat juga memiliki strategi dalam penghimpunan dana zakatnya baik media elektronik maupun cetak, seperti: mengajak berzakat melalui media radio, papan reklame, membagi brosur dan lain-lain.<sup>8</sup> Menurut hasil penelitian, potensi zakat di kabupaten Aceh Barat, mencapai 68.281.155.000 dengan memasukkan data tambahan dari Nagan Raya

---

<sup>6</sup>Didin Hafidhuddin dan Ahmad Juwaini, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta: IMZ, 2006), hlm. 47.

<sup>7</sup>Widi Nopiardo, *Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar*, (Jurnal: Imara Vol. 1 No. 1 Desember 2017), hlm. 59.

<sup>8</sup>Observasi awal penulis tentang strategi yang digunakan dalam *fundraising* zakat oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat, mulai bulan Juni 2019.

dan Aceh Jaya.<sup>9</sup> Walaupun bukan data riil khusus Kabupaten Aceh Barat, namun menunjukkan bahwa potensi zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat sangat besar. Jika diurutkan, jumlah penerimaan ZIS Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat berada pada peringkat ke lima. Setelah pemekaran wilayah, realisasi penerimaan zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat ini tampak masih jauh dari potensi zakat yang ada.

**Tabel 1. Daftar Rincian Penerimaan Zakat, Infaq dan Shadaqah Baitul Mal Kabupaten/Kota Tahun 2018**

NO	KAB/KOTA	TAHUN 2018			JUMLAH 3+4+5 (Rp)
		ZAKAT (Rp)	INFAK (Rp)	LAIN-LAIN (Rp)	
1	2	3	4	5	6
1	Aceh Tengah	17.811.767.808	509.530.382	-	18.321.298.190
2	Aceh Besar	17.863.060.519	346.431.237	-	18.209.491.756
3	Banda Aceh	16.862.905.530	1.280.639.766	6.100.986	18.149.646.282
4	Aceh Utara	13.966.155.485	3.465.626.036	-	17.431.781.521
5	Aceh Barat	12.010.472.772	2.450.060.060	19.071.740	14.479.604.572
6	Bireuen	7.843.303.792	3.675.520.067	-	11.518.823.859
7	Aceh Tamiang	6.972.487.787	3.199.181.479	-	10.171.669.266
8	Bener Meriah	8.552.022.799	83.660.050	-	8.635.682.849
9	Pidie	1.086.884.470	7.017.812.436	-	8.104.696.906
10	Aceh Tenggara	7.797.000.000	-	-	7.797.000.000
11	Lhokseumawe	5.629.738.176	1.799.668.596	-	7.429.406.772
12	Aceh Jaya	3.700.156.744	3.100.764.793	-	6.800.921.537
13	Aceh Selatan	4.289.133.947	1.665.353.038	-	5.954.486.985
14	Nagan Raya	5.876.307.908	46.540.000	-	5.922.847.908
15	Aceh Singkil	2.870.869.129	2.870.869.130	-	5.741.738.259
16	Sabang	3.025.741.461	2.470.741.797	-	5.496.483.258
17	Aceh Timur	4.476.439.239	420.504.398	42.693.799	4.939.637.436
18	Langsa	3.102.067.422	1.265.544.150	-	4.367.611.572
19	Gayo Lues	2.118.279.668	2.183.060.604	728.693	4.302.068.965
20	Subulussalam	2.477.248.836	985.787.462	-	3.463.036.298
21	Simeulue	1.500.000.000.00	1.863.604.666	-	3.363.604.666
22	Aceh Barat Daya	2.788.588.115	572.293.262	-	3.360.881.377
23	Pidie Jaya	2.395.149.005	672.609.857	-	3.067.758.862
TOTAL		155.015.780.612	41.945.803.266	68.595.218	197.030.179.096

Sumber: Laporan Baitul Mal Aceh dan Baitul Mal Kabupaten/Kota

**Tabel 2. Jumlah Penerimaan Khusus Dana Zakat Kabupaten Aceh Barat**

No.	TAHUN	PEROLEHAN
1	2014	8.700.264.766
2	2015	9.508.143.074
3	2016	10.603.855.226
4	2017	10.885.117.600
5	2018	12.010.472.772

Sumber: Data Baitul Mal Aceh

Berdasarkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Aceh Barat dalam lima tahun terakhir secara rata-rata adalah sebesar 5,58% atau lebih besar

<sup>9</sup>Laporan Hasil Penelitian Potensi Zakat Mal di Aceh, Kerjasama Pusat Penelitian LP2M Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, dengan Baitul Mal Aceh, Banda Aceh, 2014, hlm. 71.

dibandingkan pertumbuhan ekonomi Provinsi Aceh 2,18%. Peningkatan perekonomian di Aceh Barat terutama tertumpu pada sektor pertanian dan perikanan 31%, perdagangan 16%, konstruksi 11%, administrasi pemerintahan 10%, serta pertambangan dan penggalian 8%.<sup>10</sup> Sedangkan 24% lagi terbagi pada sektor peternakan, perkebunan, *home* industri dan segala macam usaha lainnya yang bernilai ekonomis serta menjadi komoditi perdagangan.

Jika dilihat dari data yang disajikan dan dibandingkan dengan hasil pertumbuhan ekonomi Aceh Barat, seharusnya pendapatan *fundraising* zakat Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dapat berbanding lurus dengan potensi zakat yang ada. Walaupun kita lihat pada tabel penerimaan dana zakat Baitul Mal Aceh Barat cenderung meningkat, akan tetapi dana ini masih sangat kecil dari potensi zakat yang ada. Hal ini memberikan indikasi Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat belum maksimal dalam strategi *fundraising* zakatnya. Seharusnya dengan pertumbuhan ekonomi meningkat juga dibarengi dengan peningkatan membayar zakat, hal tersebut dipengaruhi karena kurang maksimalnya kinerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam upaya *fundraising* zakat dan juga kurangnya kesadaran dari masyarakat membayar zakat ke Baitul Mal. Dengan pertumbuhan ekonomi meningkat secara maksimal di Kabupaten Aceh Barat, maka akan dapat memberdayakan dan meningkatkan perekonomian umat, termasuk potensi zakat yang ada didalamnya, namun belum dapat dilakukan secara optimal.

Berdasarkan pemaparan tersebut menarik untuk dikaji dalam sebuah penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *fundraising* yang dilakukan dan apa saja kendala yang dihadapi dalam *fundraising* zakat, serta bagaimana dampak dari strategi *fundraising* zakat yang dilakukan oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang mengungkap fakta, keadaan apa adanya. Dalam

---

<sup>10</sup><https://anterokini.com/2019/05/03/bi-paparkan-sejumlah-tantangan-aceh-barat-dalam-bidang-ekonomi/>, diakses pada tanggal 28 Juli 2019.

penelitian ini pembahasan akan menitik beratkan pada strategi *fundraising* zakat yang digunakan khususnya pada Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat.

Waktu penelitian dimulai dari observasi awal 3 Juni 2019 sampai penelitian terakhir tanggal 24 Maret 2020. Tempat penelitian di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat yang beralamat di Jl. Swadaya Lr. Gleh Hatee Depan Kantor SAMSAT Kabupaten Aceh Barat.

Subjek penelitian adalah pengurus dan karyawan Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dan beberapa masyarakat dipilih secara acak. Teknik memperoleh subjek adalah dengan observasi lokasi penelitian, mewawancarai pengurus dan karyawan baitul mal dan beberapa masyarakat Kabupaten Aceh Barat serta mengumpulkan dokumen terkait.

## **HASIL PENELITIAN**

Strategi yang digunakan Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam *fundraising* zakatnya (hasil wawancara, Muniarti, 18 Maret 2020) diantaranya:

### 1) *Direct fundraising* (strategi *fundraising* langsung)

Dimana Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat turun langsung kemasyarakat, baik ke perusahaan/PT, toko/CV, kelompok kerja masyarakat, instansi vertikal, perorangan, dan lain-lain. Membangun kemitraan baik di instansi vertikal maupun horizontal, seperti UTU dan STAIN Meulaboh mereka membayar zakatnya ke Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat, siswa kurang mampu yang belajar di UTU dan STAIN Meulaboh juga mendapatkan bantuan beasiswa kurang mampu dari Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat, membangun kemitraan dengan perusahaan seperti dengan Bank Syariah Mandiri Baitul Mal menyimpan dana zakatnya di Bank tersebut dan Baitul Mal menerima zakat dari Bank tersebut dan juga bagi hasil dari penyimpanan dana tersebut. Sosialisasi dilakukan oleh petugas sosialisasi dan dilakukan selama tiga bulan di awal tahun. Memberikan sosialisasi membawa semua informasi yang diperlukan seperti Qanun, Pergub, Perbub, serta brosur, terdapat juga nomor rekening zakat jika memang mau langsung membayar ke bank, serta membawa kelengkapan alat kira untuk melakukan donasi jika memang ada yang menyerahkan langsung di saat sosialisasi.

2) *Indirect fundraising* ( strategi *fundraising* tidak langsung)

Metode promosi yang digunakan baik melalui media elektronik contohnya: menyiarkan di radio mengajak untuk berzakat, dan disitus atau kanal berita Aceh antaranews.com kegiatan yang dilakukan dalam pembentukan citra lembaga. Dan, promosi melalui media cetak seperti: membagi brosur, memasang baliho dan papan reklame, mencetak atau memberitakan di koran, ceramah di masjid dan khutbah jum'at mengajak berzakat, serta mengadakan seminar mengundang utusan dari perusahaan-perusahaan atau organisasi yang ada di wilayah Kabupaten Aceh Barat.

Program yang ada pada brosur Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat:

- Fakir :1. Kebutuhan pokok nafkah kehidupan
- Miskin :1. Memenuhi kebutuhan pokok penguatan ekonomi
- Amil :1. Honorium
- Muallaf :1. Pembinaan aqidah dan syariah  
:2. Penguatan ekonomi muallaf
- Gharimin :1. Membayar sekedar yang dibutuhkan
- Ibnu Sabil :1. Orang musafir yang mubah yang kehabisan bekal di jalan.

**Tabel 3. Penerimaan Dana ZIS Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat  
Tiga Tahun Terakhir**

Jenis	2017	2018	2019
Zakat	10.885.117.600	12.010.472.772	11.635.391.479
Infak	1.996.379.546	2.450.060.060	2.224.559.956
Lain-lain	3.625.000	19.071.740	19.991.740
Jumlah	12.885.122.146	14.479.604.572	13.879.943.175

Sumber: Data Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat

**Tabel 4. Penerimaan Dana ZIS PNS dan NON PNS**

PNS	NON PNS
10.910.401.146,00	2.969.542.029,00
Jumlah keseluruhan: Rp 13.879.943.175,00	

Sumber: Olahan Data Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat

Dari tabel 3 tampak bahwa jumlah penerimaan dana tahun 2018 lebih meningkat yaitu berjumlah 14 miliar lebih dari tahun 2017, sedangkan tahun

2019 penerimaan dana hanya mencapai 13 miliar lebih, dilihat dari data tersebut penerimaan ZIS yang di peroleh tidak stabil malahan cenderung menurun. Jika dilihat potensi zakat tiga kabupaten walaupun bukan data riil Kabupaten Aceh Barat, data gabungan dengan Kabupaten Nagan Raya dan Aceh Jaya menunjukkan bahwa potensi zakat ketiga kabupaten mencapai 68 miliar lebih, apa bila dana tersebut dibagi menjadi tiga bagian maka, perkabupaten akan mendapatkan potensi zakat 22 miliar lebih.

Adapun pada tabel 5 menjelaskan bahwa, dana penerimaan PNS baik dari satuan instansi pemerintah daerah maupun pusat yang ada di Kabupaten Aceh Barat yaitu melalui pemotongan langsung atau tanpa strategi *fundraising* mencapai 10.910.401.146,00; sedangkan dana penerimaan NON PNS hanya mencapai 2.969.542.029,00 dana tersebut tidak semuanya berasal dari strategi *fundraising* karena adanya dana penerimaan dari BUMD yang dipotong langsung oleh pemerintah daerah yang masuk ke rekening Baitul Mal yang juga menjadi rekening kas pemerintah daerah.

Dari data di atas tampak bahwa strategi *fundraising* yang digunakan belum efektif dan belum maksimal dalam menarik simpatikan atau menarik minat masyarakat untuk membayar zakatnya ke Baitul Mal Aceh Barat. Perlu kreatifitas yang inovatif dan kerja lebih keras lagi bagi anggota Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam menarik muzakki lebih banyak, dan juga membuat muzakki lama merasa nyaman dan percaya, jika mereka memiliki rasa tersebut otomatis mereka terus memberikan zakatnya ke Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Strategi *Fundraising* Zakat Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam Upaya Meningkatkan jumlah Penerimaan Dana Zakat**

Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat, secara umum telah memiliki strategi dalam penghimpunan atau pengalangan dana (*fundraising*) zakatnya, sebagaimana telah penulis jelaskan dipendahuluan, berikut uraian analisis penulis terhadap strategi *fundraising* pada Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat:

1. Sosialisasi langsung maupun tidak langsung



Anggota yang bertugas sosialisasi turun langsung kelapangan mereka melakukan sosialisasi selama tiga bulan melalui program 1.000 toko, mendatangi perusahaan, organisasi, instansi vertikal menjalin kerja sama, membagi brosur, mengadakan seminar setahun sekali, mengadakan ceramah pada bulan ramadhan mengajak untuk berzakat. Sedangkan sosialisasi tidak langsung siaran melalui radio sebelum dan pada bulan puasa, akan tetapi kegiatan sosialisasi tersebut tidak rutin dilakukan. Sosialisasi yang dilakukan seharusnya terus menerus (*continously*) sekaligus untuk mengingatkan, jika dilakukan hanya beberapa bulan dalam setahun maka tidak melekat diingatan masyarakat.

## 2. Konsultasi dan pelayanan langsung

Dari hasil pengamatan penelitian penulis, ada beberapa calon muzakki yang datang ke Baitul Mal untuk konsultasi dan meminta mengirakan harta zakat yang harus dikeluarkan, disaat itu tidak ada petugas yang bisa mengira harta zakat karena saat penelitian, yang datang hanya yang bertugas piket saja karena keadaan pandemi covid 19, petugas yang dapat menghitung harta zakat tidak ada jadwal pada hari itu dan petugas piket pada hari itu hanya memberikan brosur dan mengatakan besok datang lagi tanpa meminta nomor handphone calon muzakki tersebut. Seharusnya petugas meminta nomor handphone calon muzakki untuk memudahkan memberikan informasi kepada muzakki tersebut, serta petugas yang menguasai perhitungan zakat seharusnya ada minimal satu orang setiap harinya di kantor Baitul Mal sesuai jam kerja. Tampak bahwa dari pelayanannya petugas Baitul Mal belum maksimal dalam melayani calon-calon muzakki yang datang ke Baitul Mal.

## 3. Sosialisasi Rekening Bank penerimaan zakat

Memberikan brosur sekaligus sosialisasi rekening bank, jika ingin membayar sendiri ke bank melalui nomor rekening yang tertera di brosur. Akan tetapi menurut penulis cara ini agak sedikit membingungkan muzakki, sebab dimana tidak semua calon muzakki mengetahui berapa zakat yang harus di bayar/transfer dan tidak semua muzakki mau datang ke bank hanya untuk membayarkan zakatnya. Maka diperlukannya cara yang lebih memudahkan muzakki dalam membayarkan zakatnya yaitu melalui kanal digital.

#### 4. Sosialisasi melalui kanal digital

Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam kegiatan penyalurannya atau pendistribusiannya dipublikasi melalui situs digital atau kanal berita Aceh antarnews.com, akan tetapi hanya sekedar berita tentang penyaluran atau pendistribusiannya saja, itupun tidak secara detail menjelaskan program apa saja yang disalurkan. Baitul Mal kabupaten Aceh barat seharusnya memiliki SDM yang mengerti akan sistem digital untuk memudahkan muzakki mendapatkan akses informasi dan juga memudahkan muzakki membayar zakatnya langsung di aplikasi digital Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat itu sendiri dan juga otomatis dapat membentuk citra lembaga. Transparansi dalam mempublikasi baik itu kegiatan penyalurannya maupun pada jumlah penerimaan dana zakatnya, akuntabilitas lembaga transparansi serta amanah akan menumbuhkan kepercayaan publik kepada baitul mal tersebut.

Sebagaimana penelitian Iqbal Rafiqi pada lembaga LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pemekasan. Mereka telah memakai sistem digital dalam fundraising zakatnya, seperti LAZISNU memakai aplikasi NU-Cash dimana muzakki menggunakan perantara layanan transfer bank dan pembayaran ZIS secara online. Sedangkan pada LAZISMU dimana calon muzakki diarahkan menggunakan HP dengan mendownload aplikasi BMT Sang Surya yang sudah ada di play store. Sehingga muzakki tidak perlu datang untuk mengantarkan atau menyerahkan donasinya secara langsung ke lembaga zakat.

Ahmad Syafiq juga menyimpulkan dalam jurnalnya bahwa untuk meningkatkan dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada lembaga zakat, diperlukan peningkatan akuntabilitas lembaga dalam pengelolaan zakat, melalui peningkatan pengawasan dan pelaksanaan sistem pengendalian internal yang baik. Dengan adanya pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap akuntabilitas baitul mal, akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat tersebut.

Ade Nur rohim juga menambahkan, sosialisasi zakat melalui kanal digital fundraising pada saat ini menjadi mutlak adanya. Dengan adanya tuntutan kemajuan zaman di era digital ini, masyarakat berhak mendapatkan kemudahan untuk mengakses dan menerima berbagai informasi, termasuk informasi terkait

pengelolaan zakat. Profesionalisme lembaga zakat dengan langkah progresif yang dilakukan, yaitu bertransformasi menuju kanal digital fundraising dalam menyampaikan berbagai program pengelolaan zakat, untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait kewajiban berzakat.

Strategi fundraising zakat yang dilakukan Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat melalui sosialisasi-sosialisasi baik langsung maupun tidak langsung belum maksimal, pentingnya kreatifitas, inovasi, kerja keras dan profesionalisme para anggota Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam melaksanakan tugasnya. Dalam melakukan fundraising harus diketahui bahwa sumber utama fundraising dalam zakat adalah muzakki, maka para anggota baitul mal harus mampu meyakinkan masyarakat Islam mengenai pentingnya zakat. Maka dari itu harus memiliki strategi yang tepat, efektif dan efisien dalam mewujudkannya.

## **B. Analisis Faktor Kendala dan Hambatan yang dihadapi Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat terhadap *Fundraising* Zakat.**

Setiap usaha yang dilakukan dalam mencapai kesuksesan apapun itu pasti ada hambatan atau kendala yang akan dihadapi. Maka, begitu pula dengan sebuah lembaga seperti Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam menjalankan program kegiatannya ada kendala yang dihadapi, baik pada strategi *fundraising* zakatnya, maupun masalah internal baitul mal itu sendiri, berikut beberapa faktor kendala menurut analisis penulis:

### **1. Sumber Daya Manusia (SDM)**

Kurangnya SDM merupakan salah satu kendala dan hambatan pada Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat terutama pada bagian sosialisasi dan pengumpulan, yaitu para *fundraiser* yang merupakan ujung tombak dari baitul mal. *Fundraiser* seharusnya mereka adalah orang-orang pilihan yang direkrut khusus melalui seleksi, yang memiliki integritas tinggi, dan juga memiliki visi dan misi yang sesuai dengan lembaga, serta memiliki teknik marketing agar tujuan dari *fundraising* zakat dapat dioptimalkan. Anggota baitul mal khususnya *fundraiser* harus mengerti konsep formulasi strategi *fundraising* dengan baik agar bisa dengan mudah mencari calon muzakki serta menjalin hubungan dengan

harmonis dalam artian tidak membuat muzakki merasa kurang dihargai atau kurang dibutuhkan.

## 2. Program

Program dalam lembaga zakat adalah kegiatan implementasi visi dan misi lembaga dalam pemberdayaan mustahik sekaligus menjadi alasan donator untuk menyumbang dalam upaya pengalangan dana (*fundraising*). Program yang menarik akan mampu menarik simpati masyarakat.<sup>11</sup> Program pada Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat kurang menarik dan tidak inovatif, baik dari program *fundraising* zakat, pendayagunaan, maupun program pendistribusian. Program yang ada seharusnya dapat di modiv atau di konsep agar bisa mempengaruhi muzakki membayar zakatnya ke baitul mal. Serta belum adanya kejelasan tentang calon muzakki yang menjadi target *fundraiser*.

Contoh modifikasi program pada pendistribusian karena pada pendistribusian inilah orang melihat hasil dari kerja yang ada, seperti: program bantuan anak yatim dapat diubah menjadi santunan anak yatim; bantuan modal usaha miskin dapat di ubah dengan modal preneur; bantuan santri miskin dapat diganti dengan santri cerdas atau santri smart, dan lain sebagainya. Program yang ada seharusnya diberikan nama atau label yang bagus agar menarik dan mempengaruhi muzaki memberikan zakatnya, dan juga menjadi do'a agar yang mendapatkan dana bantuan tersebut tidak miskin terus tetapi ia bisa berubah ekonominya menjadi lebih baik lagi serta cerdas. Mudah-mudahan mustahik tersebut dapat bertransformasi menjadi muzakki.

Sebagaimana tesis yang dipaparkan Iqbal Rafiqi bahwa, LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten pemekasan mendapatkan penerimaan jumlah ZIS yang sangat besar. Dan, pada tahun 2018 LAZISMU mendapat penghargaan BAZNAS Award 2018 sebagai kategori LAZNAS dengan penghimpunan terbaik. itu dikarenakan mereka memiliki program-program yang bagus dan menarik. Selain program yang bagus dan menarik, pada setiap pendistribusian juga perlu dilaporkan atau diumumkan di media sosial atau situs berita dan juga bisa langsung kepada donatur atau muzakki. Jadi mereka mengetahui kegiatan yang

---

<sup>11</sup>Niamulloh, *Metode Fundraising Dana Zakat, Infak dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten Sukabumi*, Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial, Vol.2 No. 1 Juni 2013, hlm. 82.

dilakukan dan manfaat dari kegiatan tersebut bagi orang-orang yang membutuhkan dan itu juga akan menambah kepercayaan muzaki untuk terus memberikan dananya ke baitul mal.

### 3. *Reshuffle* anggota.

Sering adanya pergantian anggota (mutasi) terutama pada sekretariat Baitul Mal memberikan dampak kurang efektif dalam pelaksanaan kegiatan atau tugasnya karena tugas dari sekretariat adalah memudahkan atau membantu kerja dari Bapel Baitul Mal terutama kurangnya tenaga profesional dibagian administrasi keuangannya. Bapel (badan pelaksana) yaitu orang-orang yang direkrut langsung oleh Bupati maupun pindahan dari Dinas Syariat Islam. Mereka bukan orang-orang yang direkrut langsung sesuai klasifikasi bidang keilmuannya dan seharusnya juga diadakan pelatihan sesuai tugas yang diembannya agar dapat bekerja secara profesional, terutama pada bagian pengumpulan, maupun disemua bidang.

### 4. Tingkat kesadaran masyarakat.

Tingkat kesadaran masyarakat akan kewajiban zakat dan pemahaman, pengetahuan dan pengenalan masyarakat bahwa lebih efektif memberi zakat ke Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat juga masih rendah, terlebih lagi pengusaha dari luar enggan memberikan zakatnya di tempat usahanya mencari rezeki.

Selain yang telah dijelaskan di atas yang terpenting lagi adalah anggota Baitul Mal dalam setiap kegiatan harus bisa bekerja sama dan kekompakan tim sangat diperlukan untuk mencapai tujuan dan mengatasi kendala-kendala yang ada. Serta mengevaluasi setiap kegiatan, agar apabila terjadi ketidak sesuaian, maka dapat diubah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## **C. Analisis Dampak Strategi *Fundraising* Zakat dalam Mengoptimalkan penerimaan Dana Zakat Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat.**

Dampak dari strategi *fundraising* zakat merupakan hasil dari tugas dan fungsi *fundraiser* dan didukung oleh seluruh personil lainnya di semua bidang pada Baitul Mal tersebut. Dari potensi ZIS perkabupaten jika dibandingkan

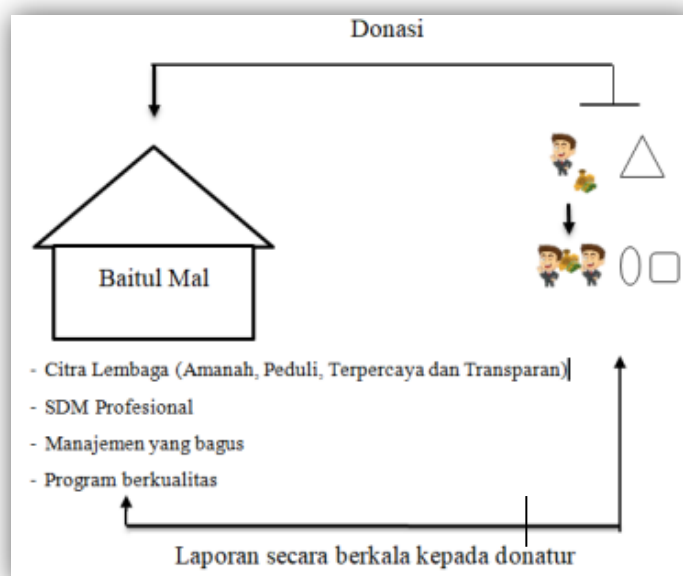
dengan penerimaan ZIS pada tahun ini masih jauh dari potensi zakat yang ada. Apabila dana zakat yang diterima dapat berbanding lurus dengan potensi zakat yang ada, didukung dengan pertumbuhan ekonomi lima tahun terakhir kurang lebih 5,58%, pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Aceh Barat seharusnya meningkat, serta ditunjang dengan zakat sebagai pendapatan asli daerah. Walau adanya wabah yang melanda seluruh dunia termasuk Indonesia, seharusnya tidak melemahkan pertumbuhan ekonomi yang ada terutama di Kabupaten Aceh Barat.

Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat untuk lebih mamaksimalkan lagi strategi *fundraising* yang digunakan dalam mengoptimalkan penerimaan zakat. Analisis penulis terkait dengan hal ini di karenakan oleh beberapa hal:

1. Strategi *fundraising* zakat yang digunakan belum maksimal. Strategi yang bagus dan tepat, baik dari manajemen kinerja maupun keuangan akan berpengaruh pada peningkatan muzakki. Dimana, sumber utama dalam *fundraising* adalah muzakki;
2. Program dari penyaluran maupun misi dari Baitul Mal belum mantap. Program maupun misi lembaga, secara tidak langsung dapat menarik minat muzakki memberikan zakatnya. Sebab dari program, visi dan misi yang mantap akan memberikan gambaran dan citra dari lembaga yang mantap pula;
3. Amil atau anggota yang bekerja seharusnya orang-orang yang profesional, baik BAPEL maupun disekretariat haruslah orang-orang yang berkompeten di bidangnya, mereka harus mendapatkan pelatihan khusus sesuai bidangnya. Karena jika mereka bekerja sesuai kemampuan atau bidangnya, maka mereka pasti akan profesional dalam melaksanakan tugasnya.

Menurut analisis penulis ada beberapa hal yang harus dimiliki oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat agar dapat mengoptimalkan penerimaan dana zakatnya, lihat gambar di bawah ini, berikut uraiannya:

**Gambar 1. Skema Baitul Mal Optimal**



Dari bagan di atas dapat dilihat bahwa baitul mal sebagai lembaga zakat harus memiliki citra lembaga yang amanah, peduli, terpercaya dan transparan, memiliki SDM yang profesional serta manajemen dan program yang bagus. Serta laporan secara berkala kepada donatur akan menambah kepuasan dan keyakinan mereka terhadap lembaga zakat dan secara natural bersedia menjadi promotor atau pemberi informasi positif terhadap lembaga tersebut. Berikut penjelasannya:

1. Citra lembaga ( amanah, peduli, terpercaya, dan transparan)

Citra lembaga yang amanah, peduli, terpercaya dan transparan akan memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada calon donatur untuk memberikan dana zakatnya ke lembaga tersebut. Amanah, peduli, terpercaya dan transparan bukan hanya dapat dijadikan visi dan misi saja, tapi harus ditanamkan didalam hati dan tingkah laku setiap personil baitul mal. Dimana amanah yang berarti teguh dalam pendirian, jujur terhadap amanah yang diberikan baik dalam bentuk dana maupun sumber daya lainnya, kegiatan yang bermanfaat untuk ummat.

Peduli akan kewajiban dan tanggung jawabnya terhadap amanah yang diberikan untuk kemanfaatan orang banyak terutama bagi yang membutuhkan. Peduli dapat diartikan peduli baik terhadap muzakki atau calon donatur yang memang harus dijaga dan dipertahankan dan merupakan asset bagi lembaga tersebut, serta peduli terhadap

mustahik yang benar-benar membutuhkan, yang harus ditolong demi keberlangsungan hidupnya dan salah satu tujuan dari zakat adalah agar tercapainya kesejahteraan dan kemakmuran yang merata.

Selanjutnya terpercaya dan transparan, sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan Fabrurrozi bahwa faktor yang berkontribusi besar terhadap peningkatan kepercayaan masyarakat, yaitu transparansi dan akuntabilitas organisasi. Adanya kepercayaan dari masyarakat yang ditampakkan oleh seluruh personil baik dari kinerja maupun data. Transparansi data dan program-program yang dikerjakan di update, baik dari segi fundraisingnya maupun pendistribusiannya juga.

Laporan secara berkala kepada donatur juga diperlukan agar donator tahu, kemana dananya disalurkan atau didistribusikan. Tujuannya untuk menambah kepercayaan donatur (muzakki) kepada lembaga tersebut. Mempublis data dapat di umumkan di media cetak atau elektronik baik di koran maupun kanal digital atau situs resmi baitul mal.

## 2. SDM Profesional

Sumber daya manusia yang profesional akan berdampak pada hasil kinerja yang bagus. Orang-orang yang kompeten yang bekerja sesuai skill atau kemampuan dibidangnya otomatis akan profesional dalam melaksanakan tugasnya dan tujuan dari rencana yang dirancang akan mudah di capai. Akan tetapi, jika orang-orang yang bekerja tidak sesuai dengan bidangnya, tidak memiliki kemampuan dalam bidang tersebut akan sulit untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Jadi, jika ada anggota atau tenaga yang bekerja sesuai dengan bidangnya, tetapi ia tidak mampu untuk melaksanakan tugasnya, maka diperlukan bimbingan, pelatihan dan motivasi agar ia menjadi tenaga kerja yang profesional.

## 3. Manajemen

Manajemen yang bagus akan memberikan dampak pada semua bidang yang ada di baitul mal, baik dari *fundraising* zakatnya maupun pendistribusiannya, terutama bagi baitul mal juga harus memiliki manajemen keuangan yang bagus, karena berhubungan dengan pendanaan yang diamanahkan oleh para muzakki, menggunakan atau mengalokasikan dana, dan



mengelola aset yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang dimaksud yaitu untuk berdaya guna dan bermanfaat bagi umat.

#### 4. Program

Setiap kegiatan yang dilihat pasti program dari kegiatan tersebut apakah menarik atau tidak dan yang pasti bermanfaat atau tidak. Jadi, program pada baitul mal merupakan salah satu faktor utama yang menarik simpati calon donatur. Program bisa disematkan dengan lebel atau merek atau brand yang baik dan bagus untuk memberikan gambaran dari kegiatan yang ingin dicapai. Memang program yang ada pada lembaga pengelolaan zakat pada dasarnya adalah berupa “bantuan”. Akan tetapi, kata bantuan tersebut kalau bisa ditiadakan dan diganti dengan tujuan dari bantuan tersebut. Sebagai mana telah penulis jelaskan sebelumnya seperti contoh pada bantuan anak yatim bisa diganti yatim mandiri atau yatim cerdas jadi program tersebut bisa menjadi motivasi dan do’a bagi yang mendapatkan bantuan tersebut.

Demikianlah beberapa hal yang harus dimiliki oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat, agar bisa mengoptimalkan dana zakatnya dan dapat memberikan peningkatan pada pembangunan ekonomi umat khususnya di daerah Kabupaten Aceh Barat dan dapat membantu daerah lain juga, serta terus berkembang sesuai zaman, karena zakat merupakan kunci terciptanya umat yang sejahtera.

Harapan penulis lembaga zakat yang ada di Indonesia, khususnya Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dapat mengulang kembali kejayaan Islam dahulu, dimana pada masa Khalifah Umar bin Khathab dan Umar bin Abdul Aziz dengan sistem ekonomi Islam dapat mencapai keberhasilan dan kesejahteraan, sampai sulit dicari para mustahik untuk diberi zakat.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan di bab-bab sebelumnya dan dari penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat telah memiliki strategi dalam penghimpunan zakatnya. Berikut strategi *fundraising* yang digunakan oleh Baitul Mal kabupaten Aceh Barat yaitu:

a. *Direct fundraising* (strategi langsung)

Dimana Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat turun langsung kemasyarakat bersosialisasi ke perusahaan/PT, toko/CV, kelompok kerja masyarakat, instansi vertikal, perorangan dan lain-lain serta menjalin kemitraan, sosialisasi yang dilakukan sekaligus membawa semua informasi yang diperlukan Qanun-qanun Pergub dan Perbub serta brosur terdapat juga nomor rekening jika memang mau langsung membayar ke bank, serta kelengkapan alat kira untuk melakukan donasi jika memang ada yang menyerahkan langsung di saat sosialisasi.

b. *Indirect fundrasing* (strategi tidak langsung)

Metode promosi yang digunakan baik melalui media elektronik contohnya: menyiarkan di radio mengajak untuk berzakat, dan disitus atau kanal berita Aceh antaranews.com. Promosi melalui media cetak seperti: membagi brosur, memberitakan di koran, memasang baliho dan papan reklame. Serta mengadakan ceramah dan khutbah jum'at di masjid, mengadakan seminar mengundang utusan dari perusahaan-perusahaan.

2. Adapun kendala yang dihadapi Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat terhadap *fundraising* zakat, di antaranya:

- a. SDM (sumber daya manusia) kurangnya tenaga profesional atau orang-orang yang berkompeten dibidangnya.
- b. Program yang ada tidak inovatif sehingga kurang menarik minat masyarakat.
- c. Sering adanya *reshfulle* atau mutasi anggota khususnya di sekretariatnya membuat kinerja juga kurang baik.
- d. Kurangnya tingkat kesadaran masyarakat akan kewajiban zakat dan kurangnya pengetahuan dan pengenalan masyarakat bahwa lebih efektif memberi zakat ke Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat, terlebih pengusaha dari luar.

3. Sedangkan dampak dari strategi *fundraising* yang digunakan dalam mengoptimalkan penerimaan dana zakat di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat yang dilaksanakan belum maksimal, tampak bahwa strategi yang digunakan

dapat dikatakan belum berdampak positif atau optimal dalam peningkatan jumlah pemasukan zakat. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah penerimaan ZIS menunjukkan kecenderungan menurun, serta dana yang diterima melalui strategi *fundraising* tidak mencapai setengah dari penerimaan dana ZIS yang dipotong langsung oleh pemerintah ke rekening Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat. Pada program dan kegiatan yang dilakukan juga tampak bahwa Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat tidak memiliki strategi yang inovatif, efektif dan efisien bahkan perencanaan yang baik. Dengan adanya Qanun terbaru tentang Baitul Mal yang menyempurnakan Qanun-qanun sebelumnya, seharusnya dapat memberikan dampak yang baik terhadap Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat, baik dari pengelolaannya maupun penerimaan jumlah dana. Oleh karenanya pihak Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat harus mengevaluasi strategi yang diterapkan selama ini dan memiliki program kerja yang terencana, sistematis dan transparansi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ade Nur Rohim, (2019). *Optimalisasi Penghimpunan Zakat melalui Digital Fundraising*, Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 4, No. 1.
- Ahmad Syafiq, (2016). Urgensi Peningkatan Akuntabilitas Lembaga Pengelolaan Zakat, *Jurnal Zakat dan Wakaf, ZISWAF*, Vol 3, No.1.
- Arif Mufraini, (2006). *Akuntansi dan Manajemen Zakat Mengomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan*, Jakarta: Kencana Media Group.
- Ascarya, (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Daharmi Astuti, dkk, (2018). Manajemen Pengelolaan Zakat di UPZ Instansi Pemerintahan Provinsi Riau, *Jurnal: Al-Hikmah* Vol. 15 No. 1
- Didin Hafidhuddin dan Ahmad Juwaini, (2006). *Membangun Peradaban Zakat*, Jakarta: IMZ
- Didin Hafidhuddin, (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern*, Jakarta: gema Insani Press,
- Fabrurrozi, (2012). Strategi Penggalangan Dana Untuk Pendidikan: Studi Pengalangan Dana ZIS Rumah Zakat dan Lembaga Pengembangan Insani Dompot Dhuafa' untuk Penyelenggaraan Pendidikan Berkualitas, *Jurnal Millah* Vol. XI, No. 2.
- Iqbal Rafiqi, (2019). *Strategi Fundraising Zakat Infaq dan Shadaqah di LAZISNU dan LAZISMU Kabupaten Pemekasan*, Tesis: Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

- M. Abdul Mannan, (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa,
- Muhammad Yasir Yusuf, (2004). *Lembaga Perekonomian Umat: Bank Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah lainnya*, Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Niamulloh, (2013). Metode Fundraising Dana Zakat, Infak dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten Sukabumi, *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, Vol.2 No.
- Tika Widiastuti, (2015). Model Pendayagunaan Zakat Produktif oleh Lembaga Zakat dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahiq, *Jurnal: Jebis* Vol. 1 No.1.
- Widi Nopiardo, (2017). Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, *Jurnal: Imara* Vol. 1 No. 1.
- Yusuf Wibisono, (2015). *Mengelola Zakat Indonesia Diskursus Pengelolaan Zakat Nasional dari Rezim Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 ke Rezim Undang-Undang No. 23 Tahun 2011*, Jakarta: Prenadamedia Group.