

SKRIPSI

**STRATEGI *FUNDRAISING* BAZNAS POLMAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH MUZAKKI (ANALISIS
MANAJEMEN ZAKAT)**



OLEH

HADIJAH

NIM: 18.2700.008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**STRATEGI *FUNDRAISING* BAZNAS POLMAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH MUZAKKI (ANALISIS
MANAJEMEN ZAKAT)**



OLEH

**HADIJAH
NIM: 18.2700.008**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Instiyut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

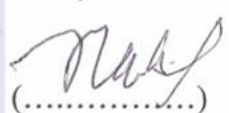
2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi *Fundraising* Baznas Polman Dalam
Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis
Manajemen Zakat)
Nama Mahasiswa : Hadijah
NIM : 18.2700.008
Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.3723/In.39.8/PP.00.9/9/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.PPd.
NIP : 19610320 1999403 1 004
Pembimbing Pendamping : Dra.Rukiah, M.H.
NIP : 19650218 199903 2 001

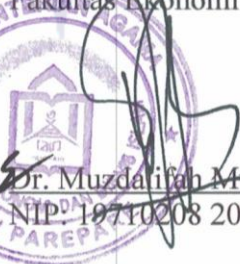

(.....)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP: 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi *Fundraising* Baznas Polman
Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki
(Analisis Manajemen Zakat)

Nama Mahasiswa : Hadijah

NIM : 18.2700.008

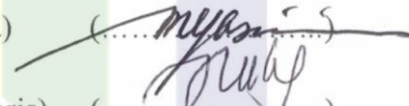
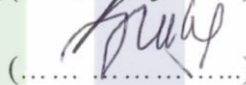
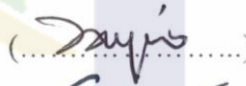
Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.3723/In.39.8/PP.00.9/9/2021

Tanggal Kelulusan : 24 Januari 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.	(Ketua)	
Dra. Rukiah, M.H.	(Sekretaris)	
Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.	(Anggota)	
Sulkarnain, M.Si.	(Anggota)	

Mengetahui:
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP: 197110208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt. Atas limpahan berkat rahmat dan hidayat-Nya. Tak lupa kita panjatkan Shalawat serta Salam kepada Baginda Nabiullah Muhammad Saw, Nabi sekaligus Rasul yang menjadi teladan bagi kita semua. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “ Strategi *Fundraising* Baznas Polman Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis Manajemen Zakat)” ini sebagai salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan studi dan juga memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi” pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis pastinya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak bisa terselesaikan tanpa adanya doa, bantuan serta dukungan dari banyak pihak. Penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, ibu tercinta Hawa, Bapak tercinta Basri, serta kakak-kakak sebagai support sistem yang selalu ada berkat doanya, penulis bisa dengan tepat waktu menyelesaikan tugas akhir akademik.

Penulis telah mendapatkan bantuan dan bimbingan dari Bapak Drs. Moh. Yasin Soumena, M. Pd. selaku Dosen Pembimbing Utama dan juga Ibu Dra. Rukiah, M.H. selaku Dosen Pembimbing Pendamping serta Bapak Dr. H Mukhtar Yunus, Lc., M. Th. I. selaku penguji pertama dan Bapak Dr. Sulkarnain, S. E., M. Si. selaku penguji kedua.

Selanjutnya penulis mengucapkan dan menyampaikan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah mendedikasikan kemampuannya dalam mengelolah IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” dan Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I selaku “Wakil Dekan I Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam”. Serta Ibu Damirah S.E., M.M, selaku “Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” atas pengabdianya untuk membangun Kampus IAIN Parepare menjadi lebih maju lagi.

3. Ibu Rusnaena, M.Ag. sebagai Penanggung Jawab Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf, serta Bapak dan Ibu Dosen Program Studi “Manajemen Zakat dan Wakaf” yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam mendidik penulis selama masa studi di IAIN Parepare.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis selama masa studi sebagai mahasiswa sampai pada kepeguruan berkas ujian penyelesaian studi. Serta Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh stafnya di IAIN Parepare.
5. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang telah memberikan penulis izin untuk penelitian. Serta Ketua BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
6. Terima kasih kepada Eka pitriana yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Serta seluruh teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyampaikan agar pembaca berkenan memberikan saran dan kritik demi terwujudnya penyusunan skripsi yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Parepare , 01 Januari 2025
1 Rajab 1446 H

Penyusun,



HADIJAH
NIM. 18.2700.008

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HADIJAH
NIM : 18.2700.008
Tempat/Tgl. Lahir : Mammi, 14 Juli 1999
Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi *Fundraising* Baznas Polman Dalam
Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis
Manajemen Zakat)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 01 Januari 2024
1 Rajab 1446 H
Penyusun,



HADIJAH
NIM. 18.2700.008

ABSTRAK

Hadijah, *Strategi Fundraising BAZNAS Polman Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis Manajemen Zakat)* (dibimbing oleh Moh. Yasin Soemena dan Rukiah)

Penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* BAZNAS Polman Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis Manajemen Zakat), namun di BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar belum maksimal dikarenakan kurangnya tenaga ahli yang mahir dalam manajemen media sosial. Serta kampanye zakat belum dijalankan secara konsisten akibat keterbatasan sumber daya manusia. Selain itu, banyak masyarakat yang masih belum terbuka hatinya untuk membayar zakat, sehingga pendekatan harus dilakukan dengan cara yang halus dan persuasif. tujuan penelitian yaitu 1) untuk mengetahui strategi *fundraising* seperti apa yang di gunakan pihak BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar untuk menarik muzakki.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan kepada BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar. Dengan menggunakan metode yang akurat dan sesuai fakta berdasarkan objek penelitian yang dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi *fundraising* BAZNAS Polewali Mandar melalui media sosial menitikberatkan pada transparansi dan komunikasi yang kuat dengan muzakki. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook dan Instagram, serta membangun grup WhatsApp, BAZNAS berhasil menarik dan menjaga kepercayaan muzakki. Namun, peningkatan sumber daya manusia yang ahli dalam bidang ini menjadi hal yang mendesak untuk lebih mengoptimalkan strategi yang ada. 2) Strategi *fundraising* melalui media sosial memberikan dampak positif yang signifikan bagi BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar, terutama dalam hal meningkatkan kesadaran dan menjangkau masyarakat luas. Namun, kendala dalam pengelolaan profesional media sosial dan keterbatasan sumber daya manusia menjadi tantangan yang perlu segera diatasi. Perbandingan antara *fundraising* langsung dan tidak langsung menunjukkan bahwa metode digital lebih efisien dan memiliki potensi yang lebih besar untuk dikembangkan di masa depan. 3) Strategi *fundraising* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap manajemen zakat BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan muzakki, tetapi juga memperkuat transparansi dan akuntabilitas lembaga

Kata kunci: Strategi, *Fundraising*, BAZNAS

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Tinjauan penelitian.....	6
B. Tinjauan teori.....	8
1. Strategi.....	8
2. Fundraising	13
3. Media Sosial	21
4. Manajemen Zakat.....	25
C. TINJAUAN KONSEPTUAL.....	29
D. KERANGKA FIKIR.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
C. Fokus Peneltian	34
D. Jenis Dan Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data.....	35
F. Uji Keabsahan Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB V PENUTUP.....	61
A. Simpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	I
BIODATA PENULIS	XXI

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Fikir	32



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	V
2	SK Penetapan Pembimbing Skripsi	VIII
3	SK Penetapan Perubahan Judul Skripsi	IX
4	Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian	X
5	Rekomendasi Penelitian	XI
6	Surat Izin Selesai Meneliti di BAZNAS Kab. Polewali Mandar	XII
7	Surat Keterangan Wawancara	XIII
8	Dokumentasi	XVI
9	Biodata Penulis	XXI

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (").

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
اَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

نا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta
رمى : ramā
قليل : qīla
يموت : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah
الْحِكْمَةُ : al-hikmah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعم : *nu‘ima*

عُدُو : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِي : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِي : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الْشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah (bukan az-zalزالah)</i>
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta’murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	: <i>syai’un</i>
أُمِرْتُ	: <i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (dar *Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ṣilāl al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

8. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دَيْنُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاِلهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون

صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Moderenisasi yang terjadi di Indonesia telah membawa perubahan pada perkembangan kehidupan manusia. Manusia diperkenalkan dengan adanya teknologi yang mulai merubah sistem kehidupan manusia. Manusia memanfaatkan teknologi sebagai media yang sangat berpengaruh besar terhadap sebuah strategi dalam pemasaran produk ataupun dalam hal lainnya. Pemanfaatan teknologi yang saat ini sedang trend salah satunya adalah media sosial. Internet telah menjadi salah satu hal penting pemasaran atau marketing.

Strategi *Fundraising* merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dalam lembaga zakat. Karena organisasi nirlaba ini selalu berhubungan dengan dana.

Dalam dunia perzakatan, *fundraising* menjadi patokan utama keberlangsungan organisasi pengelolaan zakat. *Fundraising* merupakan penghimpunan dana zakat, infak, sedekah dan wakaf dari masyarakat. Keberhasilan *fundraising* akan membantu program-program pemberdayaan agar terealisasi dengan baik.

Untuk mencapai keberhasilan *fundraising* diperlukan adanya rencana yang cerdas dan cermat. Keberhasilan *fundraising* tentu tidak serta merta begitu saja. Ada proses yang perlu dijalankan. Proses inilah yang akan berhasil atau tidaknya dalam melakukan *fundraising*. Penentuan rencana yang cermat ini disebut sebagai strategi.

Strategi saat ini sudah menjadi perbincangan yang sangat umum dan didefinisikan sedemikian rupa untuk satu kepentingan perusahaan ataupun organisasi

guna mencapai tujuan.¹ Untuk mencapai tujuan organisasi tersebut, cara dan bentuk strategi yang digunakan tentu bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan. Cara dan bentuk strategi tersebut tidak hanya sesuai kebutuhan, namun juga tuntutan zaman.

Strategi media sosial dapat diterapkan dalam lembaga *filantropi* seperti salah satunya adalah lembaga zakat. Ketika pemasaran online diterapkan, diharapkan himpunan dana zakat lebih meluas sehingga dana yang terkumpul lebih besar. Strategi media digital yang dilakukan oleh lembaga amil zakat diterapkan dengan tujuan agar mampu membentuk brand di mata masyarakat. Ketika *brand* lembaga zakat sudah berada di hati masyarakat, maka hal yang pertama kali diingat ketika membahas persoalan zakat adalah lembaga zakat tersebut.

Di Indonesia media sosial berkembang sangat pesat, media sosial tidak hanya digunakan untuk melakukan transaksi jual beli produk saja, di Indonesia media sosial menjadi salah satu strategi *fundraising* yang dilakukan oleh beberapa lembaga atau organisasi pengelolaan zakat.

Sedangkan untuk meningkatkan kualitas *fundraising* diperlukan adanya pendekatan-pendekatan yang kreatif dan *friendly* yang berorientasi pada *service* dan kepuasan musakki sehingga tidak menghambat keinginan mulia muzakki untuk menunaikan kewajibannya.² Selain itu, tujuan dari fundraising sendiri adalah menambah calon wakif ataupun muzakki. Nazhir yang melakukan fundraising harus terus menambah jumlah donator/wakifnya. Untuk menambah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap wakif maupun muzakki atau menambah jumlah wakif maupun muzakki baru. di antara kedua pilihan

¹ Arif Yusuf Hamali, "Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan", (Jakarta; kencana, 2016), hlm. 17

² M Anwar Sani, "Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid", (Jakarta; PT Gramedia Pustaka Umum, 2010), hal. 8

tersebut, maka menambah wakif atau muzakki adalah cara yang relative lebih mudah dari pada menaikkan jumlah donasi dari setiap wakif atau muzakki.³

Melihat perkembangan zaman dan teknologi yang berkembang pesat. Melakukan promosi dan sosialisasi serta menggunakan teknik dan jaringan layanan transaksi donasi merupakan salah satu strategi untuk memberikan kemudahan kepada muzakki dalam menunaikan zakat. Sebagai pengelola zakat yang ada di era modern, tentu di tuntutan untuk tidak kolot atau menggunakan pola-pola lama dan melakukan penghimpunan dana zakat agar kedepannya tercipta inovasi dan kreativitas.

Lembaga amil zakat BAZNAS Polewali Mandar merupakan salah satu lembaga yang menerapkan strategi fundraising melalui media sosial yang bertujuan agar dapat mempertahankan donatur tetap di lembaga tersebut dan menarik donatur baru untuk ikut bergabung dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial keagamaan yang telah di programkan oleh lembaga. Pentingnya ada donatur dalam sebuah lembaga adalah untuk menunjang berjalannya suatu lembaga zakat agar lebih maksimal dalam menjalankan visi dan misi dari lembaga zakat tersebut maka dari itu donatur berperan sangat penting. Penggunaan strategi media sosial diterapkan dengan melihat situasi dan kondisi perkembangan zaman seperti sekarang ini dimana semua orang dengan mudah mendapatkan informasi melalui media sosial.

Pada tanggal 21 Mei Baznas Polman mengajak masyarakat yang ingin berkorban dan ingin kurbannya terdistribusikan secara langsung kepada kaum dhuafa yang ada di daerah Polewali Mandar melalui kurban berkah Baznas yang mudah dan terpercaya.

³ Hasanuddin, "Manajemen Zakat dan Wakaf", (Pamulang; Buku Ajar Tahun 2010), hlm. 134

Penggunaan media sosial sangat penting bagi sebuah lembaga zakat, begitu juga dengan lembaga amil zakat BAZNAS Polewali Mandar menggunakan media sosial dalam pemasarannya. Dan media sosial yang di gunakan yaitu instagran dan facebook. Namun dalam pelaksanaanya pemanfaatan media sosial masih kurang maksimal karena karena tidak adanya anggota yang mahir dalam mengelola strategi fundraising melalui media sosial.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka penulis meneliti, apa yang dilakukan oleh lembaga-lembaga amil zakat yang ada di kota polewali mandar khususnya baznas polman dalam pemanfaatannya terhadap media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat membayar zakat di polewali mandar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan diatas sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *fundraising* yang diterapkan baznas polewali mandar dalam mempengaruhi masyarakat?
2. Apakah dampak strategi *fundraising* melalui media sosial dalam peningkatan jumlah dana zakat pada baznas polman?
3. Bagaimana strategi *fundraising* dianalisis dari manajemen zakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana strategi *fundraising* yang diterapkan baznas polman melalui media sosial.
2. Untuk menganalisis apakah dampak strategi *fundraising* langsung dan tidak langsung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Sebagai salah satu referensi untuk menambah informasi bagi penelitian lainnya yang membahas masalah terkait atau serupa dengan penelitian ini, khususnya mengenai strategi fundraising bagi lembaga amil zakat.
- b. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen zakat dan wakaf, terkait pentingnya meningkatkan produktifitas zakat melalui media sosial.

2. Kegunaan Praktis

- a) Bagi peneliti, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam pembelajaran mengenai sosialisasi membayar zakat.
- b) Bagi pembaca, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat dan sekaligus membrikan sumbangsi bagi ilmu pengetahuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan penelitian

Berkaitan dengan penelitian “Strategi *fundraising* BAZNAS polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (analisis manajemen syariah)” ini belum pernah dilakukan oleh beberapa peneliti lain, tapi ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya:

Penelitian Syaviera Dena Ananda, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwa dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, dengan judul penelitian Pemanfaatan Media Online dalam Program Program Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), hasil penelitian penulis menyatakan bahwa Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) mengikuti perkembangan zaman saat ini. Lemalui kemajuan teknologi IZI memanfaatkan dunia digital untuk lembaga. IZI memanfaatkan media online untuk membarikan informasi terkait program-program di lembaga agar dapat mengubah opini public tentang lembaga zakat IZI. Adapun persamaan penelitian penulis Syafiera Dena Ananda yaitu membahas mengenai pemanfaatan media sosial dalam memperkenalkan lembaga zakat, kemudian perbedaannya adalah penelitian Syafiera Dena Ananda lebih meluas mengenai pemanfaatan media sosial di lembaga-lembanga zakat di Indonesia, sedangkan yang dilakukan penulis adalah berfokus pada strategi fundraising BAZNAS polman melalui media sosial.⁴

⁴ Syaviera Dena Ananda, “Pemanfaatan Media Online dalam Program-program di Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI)” (Skripsi Sarjana, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam: Jakarta, 2020), h. 63

Penelitian Muhammad Anggi Syahrullah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwa Dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwa, dengan judul penelitian Strategi *Fundraising* Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat. Hasil penelitian ini mengetahui strategi yang dilakukan BAZNAS pusat menjadi 3 tahapan strategi, yaitu: (1). Terdiri dari beberapa analisis SWOT *internal* maupun *eksternal* yang terbentuk menjadi formulasi strategi; (2). Implementasi strategi *fundraising* UPZ dan Ritel; (3). Evaluasi strategi yang efektif dari dua strategi yang diterapkan BAZNAS yang terbukti meningkatkan penghimpunan setiap tahunnya dan terbukti semakin meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS. Adapun persamaan penelitian penulis Muhammad Anggi Syahrullah yaitu menerapkan strategi fundraising untuk mengoptimalkan peluang dari zakat. kemudian perbedaannya adalah penelitian Muhammad Anggi Syahrullah lebih meluas mengenai strategi untuk meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap baznas pusat, sedangkan yang dilakukan penulis saat sekarang ini berfokus pada strategi fundraising BAZNAS polman melalui media sosial.⁵

Penelitian hendri Hermawan Adinugraha, Universitas Indonesia, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, dengan judul Penelitian Fundraising Manajement *Optimalization Of Zakat Infaq and Alms in The Countryside*. Hasil penelitian penulis menyatakan bahwa pengelolaan penggalangan dana ZIS (Zakat Infaq dan Sedekah) melalui kegiatan masyarakat pedesaan. Lokasi penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan penggalangan dana ZIS melalui kegiatan

⁵ Muhammad Anggi Syahrullah, "Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat", (Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2018)

masyarakat di desa margolangu cukup efektif, hal ini dapat terjadi karena masih mempertahankan adat istiadat di desa yang selalu berorientasi pada keharmonisan warga dan kearifan lokal. Sehingga warga masih sangat antusias mengikuti kegiatan sosial di daerah pedesaan di tambah dengan kegiatan mengumpulkan dana ZIS, meski dengan nominal relative tidak terlalu banyak tapi karena terus menerus maka dana ZIS juga banyak terkumpul. Sistem distribusi menggunakan prinsip “dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat” sebagai manifestasi dari ikon “gotong royong” khas Indonesia. Adapun persamaan penelitian penulis Hendri Hermawan Adinugraha yaitu sama sama menggunakan strategi fundraising untuk mengoptimalkan peluang dari zakat. Kemudian perbedaannya adalah penelitian Hendri Hermawan Adinugraha lebih berfokus untuk mengoptimalkan penggalangan dana ZIS melalui kegiatan masyarakat pedesaan, sedangkan penulis lebih berfokus pada strategi fundraising BAZNAS polman melalui media sosial.⁶

B. Tinjauan teori

1. Strategi

A. Pengertian Strategi

Strategi pada mulanya berasal dari peristiwa peperangan yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya, dan agama.⁷

⁶ Hendri Hermawan Adinugraha, “Fundraising Manajemen Optimalization of Zakat Infaq and Alms in The Countryside”, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2017)

⁷ Hendri Hermawan Adinugraha, “Fundraising Manajemen Optimalization of Zakat Infaq and Alms in The Countryside”, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2017)

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*, yang berarti jenderal. Oleh karena itu, kata strategi secara harfiah berarti seni para jenderal. Kata ini mengacu pada perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Penggunaan kata strategi dalam manajemen atau suatu organisasi diartikan sebagai kiat cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang tertera pada tujuan strategi organisasi.⁸

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, pengertian dari strategi:⁹

- a) Ilmu dan seni yang menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai;
- b) Ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan;
- c) Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus;
- d) Tempat yang baik untuk siasat perang.

B. Manajemen Strategi

⁸ Hadari Nawawi, "Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi dibidang Pendidikan", Cet. Ke-1, (Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, 2000), h. 147

⁹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, "Kamus Bahasa Indonesia", (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 376

Dari sudut etimologi (asal kata), penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Menurut David manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan.¹⁰

Manajemen strategi berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

- a.) Manajemen strategi adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai-nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi.¹¹
- b.) Manajemen strategi adalah sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*formulating*), penetapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategi antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya di masa yang akan datang.

¹⁰ Fred R David, terj, “Strategic Management: Manajemen Strategi konsep”, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h. 6

¹¹ Bambang Hariadi, “Strategi Manajemen”, (Malang: Banyumedia Publing, 2003), h. 3

c.) Manajemen strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan *costumer value* terbaik untuk mewujudkan visi organisasi.¹²

C. Proses manajemen strategi

Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu:¹³

a. Perumusan strategi

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi. Kegiatan ini bias mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang serta ancaman internal dan eksternal organisasi, menemukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang oerorganisasi, membuat sejumlah strategi alternative untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Cakupan perumusan strategi meliputi objek baru yang akan dikerjakan, mengalokasikan sumber daya baik finansial maupun non finansial, memutuskan kebutuhan yang tepat dan memutuskan wilayah eksekusi dari perumusan strategi.

Organisasi juga harus menyiapkan strategi alternative yang bias memberikan dampak positif yang terbaik supaya kegagalan dapat ditekan sekecil mungkin. Dan yang paling utama untuk dilakukan adalah sebuah strategi harus memberi keunggulan komulatif dan pada akhirnya bias

¹² Mulyadi, "Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa, Edisi Ketiga", (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 40

¹³ Fred R. David, "Manajemen Strategi Konsep", (Jakarta: Salemba Empat, 2005), h. 6

memberikan keunggulan kumulatif dalam jangka panjang, hal ini menjadi penting bagi manajemen strategi.

b. Pelaksanaan Strategi

Tahap kedua dari manajemen strategi adalah pelaksanaan strategi yang berarti meletakkan strategi menjadi kegiatan. Dalam konteks pelaksanaan strategi maka organisasi diharuskan untuk menetapkan sasaran, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi dapat dilaksanakan dengan baik. Pelaksanaan strategi mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, mengalikasikan sumber daya, pengarahan kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.

Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategi. Pelaksanaan strategi sering dianggap tahap yang paling sulit dalam manajemen strategi menuntut disiplin, komitmen dan pengorbanan pribadi. Keberhasilan pelaksanaan strategi tergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi para karyawan. Hal ini lebih merupakan seni dari pada ilmu. Kemampuan manajer dalam melimpahkan wewenang terhadap karyawan harus diberi batasan yang jelas. Kreatifitas karyawan juga perlu dikembangkan, karena tanpa adanya usaha dari karyawan kegiatan tidak akan bermakna. Oleh karena itu pembatasan wewenang yang jelas dan tegas harus dibuat untuk pengalihan wewenang dan tanggung jawab. Jangan

sampai strategi-strategi yang dirumuskan tetapi tidak dilaksanakan tidak akan memberi manfaat.¹⁴

c. Evaluasi Strategi

Tahap akhir dalam manajemen strategi adalah evaluasi dari strategi yang telah ditentukan pada awal kegiatan dalam organisasi. Evaluasi dilakukan di berbagai bagian dari sebuah organisasi, dari mulai kelembagaan organisasi sampai staff-staff organisasi. Para manajer harus benar-benar mengetahui alasan strategi –strategi tertentu tidak dapat dilaksanakan dengan baik. Dalam hal ini, evaluasi strategi adalah cara pertama untuk memperoleh informasi. Semua strategi dapat diubah sewaktu-waktu karena factor-faktor eksternal dan internal selalu berubah. Evaluasi strategi meliputi: 1) *Mereview* faktor-faktor *internal* dan *eksternal* yang merupakan dasar bagi setiap strategi yang sedang dijalankan; 2) Mengukur kinerja yang sudah dijalankan; 3) Mengambil sebuah tindakan perbaikan apabila terjadi ketidaksesuaian

2. Fundraising

1. Pengertian Fundraising

Menurut bahasa *Fundraising* berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana, sedangkan menurut istilah, *fundraising* merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam upaya menghimpundana (zakat) serta sumber

¹⁴ Sentot Imam Wahyono, “Manajemen Tata Kelola Manajemen Bisnis”, (Surabaya: Indeks, 2008), h. 61

daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.¹⁵

Dijelaskan pula, fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.¹⁶

Kata mempengaruhi masyarakat memiliki banyak makna:¹⁷

- a. Dalam kalimat diatas mempengaruhi bisa diartikan memberitahukan kepada masyarakat tentang seluk beluk keberadaan OPZ.
- b. Mempengaruhi dapat juga bermakna mengingatkan dan menyadarkan. Artinya mengingatkan kepada donator untuk sadar bahwa dalam harta dan memilikinya bukan seluruhnya oleh usahanya secara mandiri. Karena manusia lahir bukan sebagai makhluk individu saja, tetapi mengfungsukan dirinya sebagai makhluk sosial. Kesadaran yang seperti inilah yang diharapkan oleh OPZ dalam mengingatkan para donator dan muzakki, sehingga penyadaran dengan mengingatkan secara terus menerus menjadikan individu dan masyarakat yerpengaruh dengan program dan kegiatan masyarakat yang dilakukannya.
- c. Mempengaruhi dalam arti mendorong masyarakat, lembaga atau masyarakat untuk menyerahkan sumbangan dana baik berupa zakat, infak, sedekah dan lain-lain kepada organisasi nirlaba. OPZ dalam melakukan

¹⁵ Tim Penyusun Direktor Pemberdayaan Zakat, “Manajemen Pengelolaan Zakat”, (Jakarta: Direktor Pemberdayaan Zakat, Direktor Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009), h. 65

¹⁶ April Purwanto, “Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelolaan Zaka”t, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 12

¹⁷ April Purwanto, “Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelolaan Zaka”t, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 12

fundraising juga mendorong kepedulian sosial dengan memperhatikan prestasi kerja *annual report* kepada calon donator setelah mempertimbangkan segala sesuatu.

- d. Mempengaruhi untuk membujuk para donator dan muzakki untuk berinteraksi. Pada dasarnya keberhasilan suatu *fundraising* adalah keberhasilan untuk membujuk para donator untuk memberikan sumbangan dananya kepada organisasi pengelola zakat. Maka tidak ada artinya *fundraising* tanpa adanya interaksi.
- e. Dalam mengartikan *fundraising* sebagai proses mempengaruhi masyarakat, mempengaruhi juga dapat diterjemahkan memberikan gambaran tentang bagaimana proses kerja, program dan kegiatan sehingga menyentuh dasar-dasar nurani seseorang. Gambaran-gambaran yang diberikan inilah yang diharapkan bias mempengaruhi masyarakat sehingga mereka bersedia memberikan sebagian dana yang dimilikinya sebagai sumbangan dana zakat, infaq maupun shadaqah kepada organisasi pengelola zakat.
- f. Mempengaruhidalam pengertian *fundraising* dimaksudkan untuk memaksa jika diperkenankan. Bagi organisasi pengelola zakat, hal ini bukanlah suatu fitnah, atau kekhawatiran menimbulkan keburukan. Tentunya paksaan ini dilakukan dengan *ahsan* sebagai pemerintah Allah dalam Q.S. At-Taubah/9: 103.

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

Terjemahnya:

Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.¹⁸

Berdasarkan dalil diatas, dengan mempengaruhi masyarakat untuk menyisihkan sebagian harta bendanya untuk orang lain itu sangat baik bagi mereka, sebab pada harta benda mereka ada hak orang lain didalamnya. Selama zakat itu belum dibayarkan oleh pemilik harta tersebut, maka selama itu pula harta bendanya tetap bercampur dengan hak orang lain, yang haram untuk dimakannya. Akan tetapi bila mereka mengeluarkan zakat dari hartanya itu, maka harta bendanya menjadi bersih dari hak orang lain. Mereka yang mengeluarkan zakat terbebas dari sifat kikir dan tamak. Karena zakat dapat menghilangkan sifat dengki dan benci.¹⁹

2. Tujuan *Fundraising*

Adapun tujuan fundraising bagi sebuah organisasi zakat:²⁰

a. Menghimpun Dana ZIS

Tujuan utama dalam gerakan fundraising adalah pengumpulan dana. Sesuai dengan maknanya (*fundraising*) yaitu pengumpulan uang, namun yang dimaksud disini bukanlah uang semata, tetapi merupakan dana dalam arti yang luas, termasuk di dalamnya barang dan jasa yang memiliki nilai

¹⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat, Kementerian Agama Republik Indonesia, h. 203. 2019

¹⁹ A Rio Makkulau Wahyu and Wirani Aisiyah Anwar, "Sistem Pengelolaan Zakat Pada Baznas," Al-Azhar Journal of Islamic Economics, (2020), 12-13.

²⁰ Ahmad Juwaini, Panduan Direct Mail untuk Fundraising, (Jakarta: Piramedia, 2008), h. 5

manfaat, meski dana dalam arti uang memiliki peran yang sangat penting, Karena sebuah prganisasi zakat tanpa adanya dana tentunya tidak akan bias berjalan dengan baik, karena dalam operasional membutuhkan dana dalam arti uang. Sebuar organisasi zakat yang tidak dapat mengumpulkan uang dalam proses fundraisingnya adalah termasuk organisasi yang gagal, meskipun dia memiliki keberhasilan yang lain.

b. Menghimpun Muzakki

Fundraising juga bertujuan untuk menambah jumlah muzakki atau donator, OPZ yang baik adalah OPZ yang memiliki data pertambahan muzakki dan donatur tiap hari. Sehingga yang dibutuhkan adalah pertambahan jumlah dana untuk program-program mereka juga operasionalnya. Ada dua hal yang disa dilakukan OPZ dalam hal ini, pertama; menambah jumlah sumbangan pada setiap donatur atau muzakki, dan yang kedua; menambah jumlah donatur atau muzakki.

c. Membentuk dan Meningkatkan Citra Lembaga Secara Langsung atau Tidak Langsung

Fundraising adalah garda terdepan dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam masyarakat yang mengakibatkan dampak positif bagi organisasi. Jika dampak fositif dapat ditunjukkan organisasi, maka dukungan akan mengalir dengan sendirinya.

3. Model Strategi *Fundraising*

Mengingat urgensi fundraising yang sangat penting, sebagai organisasi amil zakat berupaya merancang strategi *fundraising* yang kreatif dan inovatif

demikian menghimpun donasi sebanyak-banyaknya dan juga merancang program-program yang dibuat oleh organisasi. Merencanakan strategi akan mempermudah dalam langkah-langkah yang akan ditempuh selanjutnya. Setidaknya terdapat dua strategi atau model utama yang dipergunakan oleh organisasi nirlaba terutama organisasi pengelola zakat didalam proses fundraising, yaitu:²¹

a. Strategi *Fundraising* Langsung (*direct fundraising*)

Strategi ini adalah dengan menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi muzakki atau donatur secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bias seketika (langsung) dilakukan. Apabila dalam diri donatur muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari fundraising organisasi, 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 edvertising*, *telefundraising* dan persentase langsung.

b. Strategi *Fundraising* Tidak Langsung (*indirect fundraising*)

Strategi tidak langsung adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan cara promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa secara khusus diarahkan untuk

²¹ April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 12

menjadi transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *Advertorial*, *Image Campaign*, dan penyelenggaraan *Event*

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

Lembaga pengelola zakat perlu melakukan kerja cerdas dan inovatif guna mendapatkan calon muzakki dan guna menghimpun dana ziswaf. Metode dengan menunggu atau hanya melakukan penggalangan dana pada saat bulan ramadhan saja untuk menghimpun zakat fitrah, sudah tidak cukup. Perlu melakukan upaya jemput bola dan menggunakan teknologi informasi untuk menjangkau calon muzakki dalam menggalang dana ziswaf. Penggunaan media baik sosial maupun cetak merupakan pilihan yang sangat diperlukan pada saat ini, karena masyarakat sudah sangat paham dengan media informatika dan telekomunikasi.

Eri Sudewo membagi manajemen pengumpulan zakat menjadi dua, yaitu manajemen penggalangan dana dan layanan donatur. Manajemen penggalangan dana yang dimaksud adalah:²²

a.) Kampanye .

²² Eri Sudewo, *Manajemen Zakat: Tinggalkan 15 Tradisi, Terapkan 4 Prinsip Dasar*, (Jakarta: Institute Manajemen Zakat, 2004), h. 190

Proses kampanye adalah proses membangkitkan kesadaran pembayaran zakat

b.) Kerjasama Program

Kerjasama bias dilakukan dengan lembaga atau perusahaan lain yang berbentuk aktivitas fundraising.

c.) Seminar dan Diskusi

Dalam sosialisasi zakat, galang dana juga dapat melakukan kegiatan seminar atau diskusi dengan tema yang relevan dengan kegiatan.

d.) Pemanfaatan Rekening Bank

Bermaksud memberikan kemudahan donatur dalam menyalurkan dana.

Sedangkan manajemen pelayanan donatur yang dapat dilakukan antara lain

- a.) Melakukan pendataan donatur dengan sistem dokumentasi yang rapi.
- b.) Menerima keluhan donatur dan masyarakat luas.
- c.) *Follow up* keluhan-keluhan yang ada.

3. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga dijelaskan oleh Van Dijk media sosial

adalah platform media yang mengfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah sosial.

2. Manfaat Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial.

a. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan.

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat didalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budanya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah *ensiklopedi global* yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisis yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.

b. Sarana Dokumentasi, Administrasi dan Integrasi.

Beragam aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reformatasi

kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dirancang. Beberapa hal yang bias dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai hal ini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

c. Sarana Perencanaan, Strategi dan Manajemen.

Akan diarahkan di bawa kemana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan *marketing* dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, mengait pelanggan setia, menghimpun mayoritas *customer*, menjajaki market, mendidik public, sampai menghimpun respons masyarakat.

d. Sarana Kontrol, Evaluasi dan Pengukuran

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan

seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial.

Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana *preventif* yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

3. Fungsi Media Sosial

Media sosial adalah salah satu contoh dari sebuah media berbasis online dengan memiliki banyak pengguna yang tersebar hingga keseluruhan penjuru dunia. Media sosial umumnya dimanfaatkan untuk saling berbagi dan berpartisipasi. Tak jarang, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan interaksi sosial. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam mengakses sosial media yang dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Selain pernyataan diatas, berikut adalah beberapa fungsi media sosial lainnya:

a. Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Media sosial berisi jutaan berita, informasi dan juga pengetahuan hingga kabar terkait yang malah menyebarkan hal-hal tersebut lebih cepat sampai kepada khalayak melalui media sosial dari pada media lainnya seperti televisi.

b. Mendapatkan hiburan

Kondisi seseorang atau perasaan seseorang tidak selamanya dalam keadaan yang baik, yang ceria, yang tanpa masalah, setiap orang tentu merasakan sedih, stress, hingga kejenuhan terhadap suatu hal. Salah satu hal yang bias dilakukan untuk mengurangi segala perasaan yang bersifat

negative tersebut adalah dengan mencari hiburan dengan bermain media sosial.

c. Komunikasi *online*

Mudahnya mengakses media sosial dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk bias melakukan komunikasi secara *online*, seperti *chating*, membagikan status, memberi tahu kabar hingga menyebarkan undangan. Bahkan bagi pengguna yang sudah terbiasa, komunikasi secara *online* dinilai lebih efektif dan efisien.

d. Menggerakkan masyarakat

Adanya permasalahan-permasalahan kompleks seperti dalam hal politik, pemerintahan hingga suku, agama, ras dan budaya (SARA), mampu mengundang banyak tanggapan dari khalayak. Salah satu upaya untuk menanggapi berbagai masalah tersebut adalah dengan memberikan kritikan, saran, celaan hingga pembelaan melalui media sosial.

e. Sarana berbagi

Media sosial sering dijadikan sebagai sarana untuk berbagi informasi yang bermanfaat bagi banyak orang, dari satu orang ke banyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut, maka diharapkan banyak pihak yang mengetahui tentang informasi tersebut, baik dalam skala nasional.

4. MANAJEMEN ZAKAT

1. pengertian Manajemen

Manajemen dalam bahasa inggris disebut dengan management diambil dari kata manage yang berarti mengurus, mengatur, melaksanakan, dan

mengelolaedagka management itu sendiri memiliki dua arti yaitu, pertama sebagai kata benda yang berarti direksi atau pimpinan. Dedua berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan atau pengelola. Kata manajemen dalam kamus besar bahasa Indonesia, memiliki arti penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Dalam bahasa arab manajemen diartikan dengan nazzama yang berarti mengatur, mentusun, mengorganisir, menyesuaikan, mengontrol, menyiapkan, mempersiapkan, dan merencanakan. Zakat mencerminkan pertumbuhan, kebaikan, dan kesejahteraan yang menyeluruh, baik secara fisik, moral, maupun spiritual.²³

2. Pengertian zakat

Zakat merupakan salah satu kewajiban dalam agama islam yang berarti “pembersihan” atau “penyucian” secara khusus, zakat merujuk pada kewajiban memberikan sebagian harta yang dimiliki oleh seorang muslim kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan keentuan syariah islam. Pada daarnya, zakat adalah manifestasi dari prinsip keadilan sosial, solidaritas, dan kepedulian sosial dalam islam.²⁴ Melalui zakat, umat muslim diberikan kesempatan berbagi rezeki dengan sesama dan membantu mereka yang membutuhkan, sehingga memperkuat kondisi sosial dan memperbaiki kondisi masyarakat secara keseluruhan.

Zakat menurut bahasa (*lughat*), secara lisan Al Arab, zakat (Al Zakat) ditinjau dari sudut bahasa adalah suci, tumbuh, berkah dan terpuji. Secara

²³ Andi Bahri, “Zakat Sebagai Instrumen Pembangunan Ekonomi Kesejahteraan Ummat,” Jurnal Studi Ekonomi Dan Bianis Islam, 1 16, no. 2 (2016): h. 74

²⁴ Musmulyadi, “Efektivitas Pengelolaan Zakat dan Keuangan Sosial Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Kota Siap,” 4, no. 5 (2021).

etimologi kata zakat tersebut berarti bersih, bertambah, dan bertumbuh.²⁵ Sedangkan zakat menurut istilah (*syara''*), zakat adalah nama suatu ibadah wajib yang dilaksanakan dengan memberikan sejumlah kadar tertentu dari harta milik sendiri kepada orang yang berhak menerimanya menurut yang ditentukan syariat Islam.²⁶

Berdasarkan Undang-undang Nomor 38 Tahun 1999 dalam pasal 1 butir 2, zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh seorang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.²⁷

Ulama Hanafiyyah (mazhab Hanafi) mendefinisikan zakat dengan menjadikan hak milik bagian harta tertentu dan harta tertentu untuk orang tertentu yang telah ditentukan oleh syari'' karena Allah. Ulama Syafi''iyyah (mazhab Syafi''i) mendefinisikan zakat dengan nama bagi sesuatu yang dikeluarkan dan harta atau badan atas jalan tertentu. Dan ulama Hanabilah (mazhab Hanbali) mendefenisikan zakat dengan hak yang wajib dalam harta tertentu bagi kelompok tertentu pada waktu tertentu.²⁸

3. Manajemen zakat

Manajemen zakat pada lembaga amal zakat mencakup penggalangan dana dan penyaluran dana zakat, juga merupakan kegiatan yang sangat penting bagi pengelola zakat dalam upaya mendukung jalannya program dan menjalankan roda operasional agar pengelola tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan dari

²⁵ Hannani, "Zakat Profesi Dalam Tataran Teoritik dan Praktik," (Truts Media Publishing, 2017), h. 1.

²⁶ Elsi Kartika Sari, Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf , h. 10.

²⁷ Elsi Kartika Sari, Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf , h. 45

²⁸ Gus Arifin, Keutamaan Zakat, Infak sedekah (Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 2016),

organisasi pengelola zakat. Setiap organisasi niraba dalam melaksanakan perencanaan, pengelolaan, penghimpunan dan penyaluran serta pengawasan yang memiliki berbagai cara dan strategi dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang optimal oleh lembaga amal zakat. Oleh karena itu sebuah lembaga amal zakat harus memiliki manajemen yang harus dikembangkan, baik dalam struktur , operational, pengawasan, evaluasi dan program oleh pegelola lembaga dengan berbagai persfektif manajemen modern yang ada.²⁹

Manajemen zakat merupakan proses kegiatan melalui kerjasama orang lain dalam rangka pendayagunaan zakat sebagai pilar kekuatan ekonomidan sarana peningkatan kesejahteraan da pencerdasan umat islam. Manajemen pendayagunaan zakat diantaranya:

- a. penyelenggaraan program layanan mustahik untuk membantu mereka yang membutuhkan secara konsumtif dan secara produktif.
- b. Menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk membuat program unggulan di bidang pendidikan dan dakwah.
- c. Menjalin kerjasama dengan lembaga lain untuk membuat program unggulan di bidang ekonomi.³⁰

Dengan menetapkan manajemen zakat pada proses-proses dalam manajemen tersebut maka manajemen zakat meliputi kegiatan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*controlling*), terhadap pengumpulan dan pendistribusian serata pendayagunaan zakat. Sedangkat pengertian zakat itu sendiri sudah jelas yangni

²⁹ Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, (Jakarta: Kemetria Agama Rapublik Indonesia, 2012), h.25.

³⁰ Ahmad Hasan Ridwa, *Manajemen Baitul Mal Wat Tanwil*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h.127.

harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau suatu badan yang dimiliki orang muslim (muzakki) sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya (mustahik).³¹ Oleh karena itu, teori manajemen zakat dibutuhkan dalam menspirit manajemen zakat.

Q.S. At-Taubah/9: 103

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

Terjemahnya:

Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.³²

Berdasarkan dalil di atas, dengan melalui pendayagunaan yang bermacam-macam agar dana zakat itu benar-benar tersalurkan secara tepat kepada yang berhak menerimanya, dan manajemen zakat menjadi salah satu acuan bagi badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang mengelola dana zakat.

C. TINJAUAN KONSEPTUAL

Judul proposal skripsi ini adalah “Strategi Fundraising BAZNAS Polman Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis Manajemen Zakat)” judul terseutmengandung unsur-unsur pokok yang perlu dibatasi pengertiannya agar

³¹ Eri Sudiro, Manajeme Zakat, (Jakarta:Institusi Manajemen Zakat, 2004), h.63.

³² Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur`an dan Terjemahannya, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat, Kementerian Agama Republik Indonesia, h. 203. 2019

pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan spesifik. Berikut uraian pembahasan terkait judul penelitian.

1. Strategi

Definisi strategi dapat dinyatakan sebagai rangkaian proses aktivitas manajemen islami yang mencakup tahapan formulasi, implementasi dan evaluasi keputusan-keputusan strategi organisasi yang memungkinkan pencapaiannya tujuannya dimasa mendatang. Perencanaan strategis sebagai bagian dari manajemen yang membuat rencana kerja jangka panjang, menengah dan tahunan. Setiap lembaga pengelola zakat memiliki RENSTRA (rencana strategi) lembaga. Demikian pula lembaga strategi pencapaian, rencana tindakan (action plan) dan indikator kunci.³³

2. Fundraising

Fundraising adalah suatu kegiatan penggalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Proses ini meliputi kegiatan: mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu, atau mengiming-imingi, termasuk juga melakukan penguatan stressing, jika hal tersebut memungkinkan atau diperbolehkan.³⁴

3. Media sosial

Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakilkan dirinya maupu berinteraksi, bekerja sama, barbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara

³³ Ahmad, Manajemen Strategis (Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020), h. 1-2

³⁴ April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 12

virtual. Media sosial merupakan media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang waktu para penggunanya berinteraksi.³⁵

4. Manajemen Zakat

Manajemen zakat merupakan kegiatan yang sangat penting bagi pengelola zakat dalam upaya mendukung jalannya program dan menjalankan roda operasional agar pengelola tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan dari organisasi pengelola zakat. Setiap organisasi nilraba dalam melaksanakan perencanaan, pengelolaan, penghimpunan dan penyaluran serta pengawasan yang memiliki berbagai cara dan strategi dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang optimal oleh lembaga amil zakat.³⁶ zakat adalah rukun yang bercorak sosial ekonomi dari lima rukun islam dengan zakat disamping ikrar tauhid (syahadat) dan sholat.³⁷

Berdasarka pengertian diatas maka dijelaskan bahwa judul ini adalah cara atau strategi suatu organisasi dalam mengingatkan, membujuk, atau merayu muzakki perihal zakat dengan cara memanfaatkan media sosial yang merupakan alat yang digemari oleh semua kalangan, baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa.

D. KERANGKA FIKIR

Adapun kerangka fikir peelitian ini dapat dilihat dari beberapa tahapan di bawah ini sebagai berikut:

³⁵ Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, budaya dan sosiateknologi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015)

³⁶ Ahmad Hasan Ridwa, Manajemen Baitul Mal Wat Tanwil, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h.127.

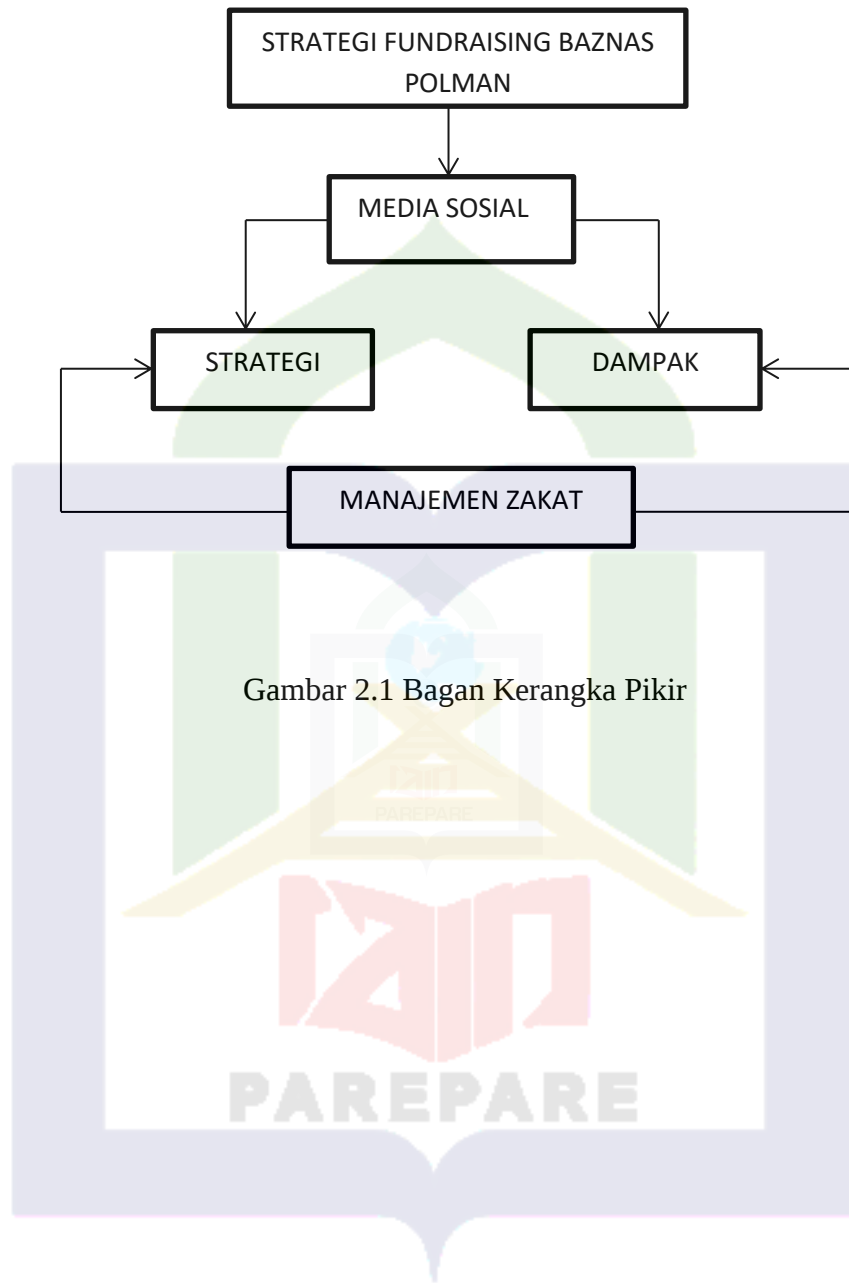
³⁷ Rukiah, “ Konsep Keadilan Dalam Zakat Pertanian dan Zakat profesi,” BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah 1, no. 2 (2019).

Pertama, media sosial memiliki jangkauan yang luas sehingga dapat muzakki dengan mudah, baznas juga dapat memperlihatkan secara langsung kegiatan penyaluran zakat sehingga muzakki dapat melihat transparansi dan manfaat zakat yang mereka salurkan dengan pemanfaatan media sosial.

Kedua, strategi strategi yang diterapkan oleh BAZNAS Polewali Mandar adalah Menyebarkan Program Kegiatan Melalui Media Sosial. Strategi fundraising dilakukan dengan mengunggah program dan kegiatan yang telah dilaksanakan BAZNAS. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan kepada muzakki bahwa zakat yang mereka salurkan telah dimanfaatkan dengan baik.

Ketiga, dampak dari strategi *fundraising* langsung dan strategi *fundraising* tidak langsung, dampak strategi *fundraising* langsung itu adalah: dapat berinteraksi langsung dengan muzakki, dapat membangun kesadaran bagi muzakki, mendapat hasil yang lebih cepat dan dapat memperkuat kepercayaan. Sedangkan dampak strategi *fundraising* tidak langsung adalah: jangkauannya lebih luas, efisiensi waktu dan biaya, memudahkan muzakki dalam mengakses, meningkatkan transparansi dan berpotensi mendapatkan muzakki baru.

Keempat, manajemen zakat merupakan kegiatan yang sangat penting bagi pengelola zakat dalam upaya mendukung jalannya program dan menjalankan roda operasional agar pengelola tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan dari organisasi pengelola zakat. Karena setiap organisasi niraba dalam melaksanakan perencanaan, pengelolaan, penghimpunan dan penyaluran serta pengawasan yang memiliki berbagai cara dan strategi dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang optimal oleh lembaga amil zakat.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah Dan Skripsi) yang diterbitkan IAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku lainnya. Metode penelitian buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan analisis data.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur atau cara yang lain dari kuantifikasi (pengukuran).³⁸ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris.³⁹ Penelitian ini termasuk *field research* atau penelitian lapangan yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari lokasi atau lapangan. Kaitannya dengan penelitian ini, langkah yang dilakukan atau mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk menganalisis data. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu dengan apa adanya. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.⁴⁰ Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang mengungkapkan masalah yang nampak dari

³⁸ Wiratma Sujarni, “Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami”, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h.19

³⁹ Masyuri dan Zainuddin, “Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif”, (Bandung: Refika Aditma, 2011), h. 20

⁴⁰ Moh Nazir, “Metode Penelitian”, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 54.

mencari fakta tentang strategi fundraising baznas polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (analisis manajemen zakat)

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di BAZNAS Kota polewali mandar. Dalam penelitian ini, penulis meneliti di kantor BAZNAS Kota polewali mandar yang fokus penelitiannya mengarah pada bagaimana strategi fundraising baznas polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (analisis manajemen zakat)

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian selama kurang lebih 40 hari dan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti.

Dengan pertimbangan bahwa jarak kampus dengan lokasi penelitian cukup jauh, sehingga data-data yang diperlukan bisa terpenuhi.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul penelitian, maka penulis akan difokuskan untuk melakukan penelitian.⁴¹ terkait dengan strategi fundraising baznas polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (analisis manajemen zakat).

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif artinya data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif ini diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya observasi, analisis

⁴¹ Fikri et al., Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 2023. H. 42

dokumen, dan wawancara. Bentuk lain pengambilan data diperoleh dari gambar melalui peotretan, rekaman atau video.

2. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan oleh penulis dalam penelitian ini terbagi atas dua bagian,yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan penelitian, seperti data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan objek penelitian.

Penelitian ini yang menjadi sumber primer untuk mendapatkan data yaitu dari pegawai, pengelola, dan pimpinan kantor BAZNAS Kota polewali mandar

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer yang bersumber dari buku, jurnal, laporan tahunan, dan dokumen lain yang berhubungan dengan dengan masalah penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari lapangan, misalnya dari koran, dokumen, dan bacaan lainnya.⁴²

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber data lain yang tidak berkaitan secara langsung, seperti data yang diperoleh dari bahan-bahan bacaan berupa buku-buku, majalah, literatur, surat kabar dan informasi yang berhubungan dengan strategi *fundraising* basnas polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (analisis manajemen zakat).

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

⁴² Kun Mariati, Juju Suriyawati, Sosiologi untuk SMA dan MA (Jakarta: Erlangga, 2001), h.110

Dalam mengumpulkan data untuk memperoleh data yang objektif dan valid, berkaitan dengan penelitian yang di lakukan. Maka digunakan beberapa metode ilmiah sebaga landasan untuk mencari pemecahan terhadap permasalahan tersebut. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Observasi*

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak langsung terkat hal-hal yang diamati dan mencatatnya pada alat observasi. *Observasi* dalam penelitian ini dilakkan untuk mencari partisipan yang akan di wawancarai oleh peneliti dengan kriteria pegawai, pengelola, dan pimpinan BAZNAS Kota polewali mandar terkait bagaimana strategi fundraising baznas polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (analisis manajemen zakat).

2. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud ntuk mengkontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, *motivasi*, perasaan, dan sebagainya, yang dilakukan dua pihak, yakni wawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewssee*). Dalam penelitian ini, bentuk wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur, yakni peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini. Wawancara adalah Tanya jawab yang terjadi antara orang yang mencari informasi (pewawancara) dengan orang yang memberi informasi (narasumber) dengan tujuan untuk mengumpulkan data atau memperoleh informasi.⁴³

Adapun teknik wawancara yang di maksud dalam penelitian ini yaitu wawancara langsung dengan para pegawai, pengelola, dan pimpinan BAZNAS Kota

⁴³ Joko Untoro, Tim guru Indonesia, “Buku pintar pelajaran”, (Jakarta Selatan : Cet I, PT Wahyu Media, 2010), h. 245.

polewali mandar terkait dengan strategi *fundraising* baznas polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (manajemen pengelolaan zakat).

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data histori. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan arsip-arsip, dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil-dalil atau hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.⁴⁴

Adapun teknik dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu mencatat data-data seperti arsip-arsip, pengambilan gambar yang terkait dengan strategi *fundraising* baznas polman dalam meningkatkan jumlah muzakki (analisis manajemen zakat).

F. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dalam pengujian keabsahan data. Triangulasi merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan oleh peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Kemudian terkait dengan pemeriksaan data, triangulasi berarti suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal (data) lain yang di gunakan untuk pengecekan dan

⁴⁴ Iryana Risky Kawasati, "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif", (STAIN Sorong, Jurusan Ekonomi Syariah, 2019), h. 10.

perbandingan data berupa sumber, metode, peneliti dan teori.⁴⁵ Dalam penelitian ini, uji keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan dengan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara dengan metode yang ada.⁴⁶

Adapun pihak yang akan diwawancarai dalam penelitian ini yaitu dengan para pegawai, pengelola, dan pimpinan di BAZNAS kabupaten polewali mandar.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Dalam triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama yaitu dapat berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Kemudian pelaksanaannya dapat juga dengan cara cek dan recek.⁴⁷ *Observasi* dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari data yang lengkap dan *valid*, dokumentasi bertujuan untuk mengambil gambar yang terkait dengan strategi pengelolaan dana zakat sebagai upaya dalam mengurangi kesenjangan di masyarakat kota polewali mandar. Sedangkan

⁴⁵ Sumasno Hadi, "Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi". Ilmu Pendidikan 22. 1. (2016), h. 75.

⁴⁶ Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Trianggulasi Pada Penelitian Kualitatif". Teknologi Pendidikan 10. 1.(2010), h. 56.

⁴⁷ Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Trianggulasi Pada Penelitian Kualitatif", h. 57.

wawancara bertujuan untuk mengambil data-data yang ingin diteliti, baik dari pegawai, pengelola, dan pimpinan di BAZNAS kota polewali mandar.

G. Teknik Analisis Data

Adapun dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan. Dengan demikian analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dengan menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.⁴⁸

2. *Data display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. *Flowchart* dan sejenisnya. dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan “ *the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*”. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁴⁹

3. *Conclusion Drawing / verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat

⁴⁸ Sugiyono, “Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R & D” (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 247.

⁴⁹ Sugiyono, “Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R & D”, h. 249.

dan mendukung pada tahap berikutnya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.⁵⁰



⁵⁰Sugiyono, “Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R & D”, h. 252-253.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi *Fundraising* Baznas Polman Melalui Media Sosial

BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar (Polman) telah mengimplementasikan berbagai strategi fundraising melalui media sosial untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah. Penggunaan platform seperti Facebook, Instagram, dan website resmi BAZNAS Polman menjadi sarana utama dalam menyebarluaskan informasi program-program mereka kepada masyarakat luas. Melalui media sosial, BAZNAS Polman mempublikasikan kegiatan penyaluran dana, program kemanusiaan, dan berbagai inisiatif lainnya, yang bertujuan membangun kepercayaan dan ketertarikan masyarakat untuk berpartisipasi dalam program-program tersebut.

Strategi fundraising yang dimaksud adalah strategi yang digunakan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Polewali Mandar dalam menarik para muzakki agar dapat tertarik untuk melakukan pembayaran zakat di BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar

Adapun hasil wawancara penulis dengan bapak Jamaluddin mengenai Strategi fundraising seperti apa yang di gunakan BAZNAS Kaupaten Polewali Mandar untuk menarik muzakki bapak Jamaluddin mengatakan

Strategi yang digunakan yaitu dengan cara meng-share ke media sosial tentang zakat, kampanye zakat tidak harus meminta orang untuk berzakat tetapi meng-share program kegiatan yang dilakukan badan amil zakat sebagai tindak lanjut dari hasil pengumpulan.⁵¹

⁵¹ Jamaluddin Wakil Ketua 1 BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Bidang Pengumpulan
Wawancara 26 November 2024

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa baznas melakukan strategi *fundraising* itu dengan cara meng-share ke media sosial program kegiatan yang telah dilakukan oleh baznas polman seperti dengan cara menunjukkan kepada muzakki bahwa zakat yang di kumpulkan telah di salurkan dengan baik, bapak jamaluddin juga menjelaskan bahwa strategi fundraising atau kampanye zakat itu bukan hanya mengajak untuk berzakat tetapi juga dengan memperlihatkan kegiatan-kegiatan yang di lakukan oleh lembaga zakat.

Hal ini di pertegaskan oleh bapak Dzul Qadri Imran yang mengatakan bahwa

Strategi yang digunakan oleh lembaga amil zakat yaitu dengan cara membuat materi pengumpulan melalui media sosial, pada awal-awal kita sering upload ajakan untuk berzakat, tapi untuk sekasrang kita hanya memposting kegiatan-kegiatan penyaluran, dan juga membuat sebuah video-vidio singkat tentang kegiatan penyaluran zakat yang dilakukan dan mempostingnya di media sosial. nah seperti itu strategi fundraisingnya⁵²

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa baznas polman melakukan strategi fundraising itu dengan cara membuat materi pengumpulan dan menghare kegiatan penyaluran berupa postingan dan video singkat walaupun tidak panjang tetapi bisa memperlihatkan tentan kegiatan penyaluran zakat yang dilakukan oleh lembaga amil zakat polman

Baznas polewali mandar memiliki media sosial untuk memposting kegiatan dan memperlihatkan kepada muzzakki mengenai pengelolaan yang dilakukan oleh lembaga zakat polman. Adapun hasil wawancara penulis dengan bapak H. Nurrachman, S.E. selaku ketua BAZNAS Kabupaten polewali mandar dengan pertanyaan media sosial apa saja yang di gunakan BAZNAS untuk melakukan strategi fundraising:

⁵² Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar
Wawancara 28 November 2024

Kita menggunakan media sosial seperti facebook dan juga instagram untuk melakukan strategi fundraising⁵³

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial yang diguaka oleh BAZNAS Polewali mandar untuk melakukan strategi *fundraising* adalah facebook dan juga instagram

Hal ini di pertegaskan oleh bapak jamaluddin yang mengatakan bahwa:

Media sosial yang digunakan BAZNAS itu facebook dan juga instagram,tetapi kita lebih dominan ke facebook dikarenakan facebook ini jangkauannya luas dan semua kalangan juga menggunakan facebook⁵⁴

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa facebook lebih dominan yang digunakan oleh BAZNAS dalam melakukan strategi *fundraising* karena facebook memiliki jangkauan yang luas dan bias dan digunakan oleh semua kalangan

Hal ini dipertegas lagi oleh bapak Dzul Qadri Imran yang mengatakan bahwa

Media sosial yang digunakan yaitu facebook, instagram, dan juga webside tetapi kita lebih berfokus pada facebook Karena jangkauan facebook lebih luas dan semua kalangan menggunakan facebook di bandingkan dengan instagram yang hanya orang orang tertentu saja yang menggunakannya,kita juga ingin membuat akun tiktok⁵⁵

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa di BAZNAS itu menggunakan media sosial berupa facebook, instagram, webside dan juga ingin membuat media sosial diaplikasi tiktok tetapi baznas lebih dominan menggunakan media facebook di karenakan di facebook jangkauannya lebih meluas kareka semua kalangan

⁵³ H Nurrachman Ketua BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 25 November 2024

⁵⁴ Jamaluddin Wakil Ketua 1 BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Bidang Pengumpulan Wawancara 26 November 2024

⁵⁵ Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 28 November 2024

menggunakan facebook dibandingkan dengan instagram dan juga tiktok, walaupun instagram dan tiktok juga banyak peminatnya tetapi lebih kuat jangkauan facebook

Penguatan Kepercayaan Masyarakat melalui transparansi dalam pengelolaan dana dan pelaporan yang jelas, BAZNAS Polman dapat membangun kepercayaan yang lebih kuat di kalangan masyarakat. Kepercayaan ini sangat penting untuk memastikan keberlanjutan penggalangan dana dan partisipasi yang terus meningkat.

Adapun hasil wawancara penulis dengan bapak Dzul mengenai bagaimana BAZNAS membangun komunikasi jangka panjang guna menjaga kepercayaan agar masyarakat tetap membayar zakat ke BAZNAS, beliau mengatakan bahwa:

Dengan cara kalau ada muzakki yang datang ke kantor untuk membayar zakat akan didaftarkan nomornya di grup whatsapp. Jadi ada grup whatsapp khusus muzakki untuk memantau kegiatan penyaluran BAZNAS. Jadi mereka pasti berpikir bahwa ternyata zakat yang mereka setorkan tersalurkan dengan baik dan tidak sia-sia.⁵⁶

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar membuat grup whatsapp untuk para muzakki yang membayar zakat langsung ke BAZNAS. Agar para muzakki dapat memantau kegiatan penyaluran zakat yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar.

Hal ini dipertegas oleh bapak H Nurcrahman selaku ketua BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar yang mengatakan bahwa:

Untuk komunikasi jangka panjangnya ada grup whatsapp yang kami buat khusus untuk semua muzakki BAZNAS kabupaten Polewali Mandar. Di grup whatsapp itu kami akan posting atau melaporkan secara langsung setiap kali kami telah melakukan kegiatan penyaluran. Selain itu, kami juga selalu memposting kegiatan-kegiatan BAZNAS di akun media sosial maupun di website.⁵⁷

⁵⁶ Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 14 Desember 2022

⁵⁷ H Nurrachman Ketua BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 16 Desember 2022

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya komunikasi jangka panjang yang ada grup whatsapp yang dibuat oleh BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar. Grup whatsapp yang dibuat oleh BAZNAS berfungsi untuk melaporkan secara langsung kepada muzakki dalam penyaluran zakat. Selain melalui grup whatsapp BAZNAS juga memposting setiap kegiatan-kegiatan yang telah terlaksanakan ke media sosial maupun website.

Dalam melakukan kebaikan pasti ada saja hamatan dalam menjalankannya. Adapun hasil wawancara yang dilakuka penulis dengan bapak Jamaluddin tentang Apakah ada faktor penghambat dalam melakukan strategi fundraising melalui media sosial:

Faktor penghambatnya itu adalah tidak adanya orang fokus untuk memegang atau mengelola strategi fundraising itu⁵⁸

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang menghambat strategi fundraising melalui media sosial adalah karena tidak adanya seseorang yang fokus untuk memegang dan mengelola strategi fundraising itu

Hal ini di pertegaskan oleh bapak Dzul Qadri Imran yang mengatakan bahwa

Dikantor itu sebenarnya masih belum ada yang benar benar mahir dan ahli dalam menangani masalah strategi fundraising ini kita juga belum betul betul fokus kesana⁵⁹

Hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa di kantor BAZNAS itu belum ada yang ahli dan mahir dalam melakukan strategi fundraising melalui media sosial ini dan mereka juga belum betul betul fokus dalam melakukan strategi *fundraising* ini

⁵⁸ Jamaluddin Wakil Ketua 1 BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Bidang Pengumpulan
Wawancara 26 November 2024

⁵⁹ Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar
Wawancara 28 November 2024

2. Dampak Strategi *Fundraising* Bagi BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar

Strategi *fundraising* yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar memberikan dampak positif dalam berbagai aspek. Pertama, dana zakat yang terkumpul meningkat, memungkinkan BAZNAS untuk memperkuat program pemberdayaan masyarakat. Kedua, strategi edukasi dan transparansi meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat dan membangun kepercayaan kepada BAZNAS. Selain itu, program-program yang didanai membantu pemberdayaan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pendekatan langsung juga mendorong partisipasi sosial dan keagamaan, menciptakan kebersamaan dalam membantu sesama. Secara keseluruhan, strategi ini memperkuat peran BAZNAS dalam memberdayakan umat.

BAZNAS Polewali Mandar merupakan tempat pengumpulan zakat bagi masyarakat yang ada di polewali mandar khususnya yang beragam Islam baik itu berupa zakat mal, zakat fitrah, infaq dan sedekah, dan apa yang harus dilakukan oleh lembaga pengelola zakat di untuk menarik para muzakki baru sebagai donatur tetap untuk BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar. Adapun hasil wawancara penulis dengan bapak jamaluddin selaku wakil ketua 1 BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar bidang pengumpulan dengan pernyataan. Apakah dengan melakukan strategi fundraising BAZNAS Polman telah banyak menarik donatur-donatur baru

Itu belum maksimal tetapi ada pengaruhnya dibuktikan dengan adanya yang tiba-tiba transfer mengirim dananya ke baznas itu karena mereka melihat di media sosial dan itu adalah respon masyarakat yang membaca dan melihat di media sosial⁶⁰

⁶⁰ Jamaluddin Wakil Ketua 1 BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Bidang Pengumpulan
Wawancara 26 November 2024

Hasil wawancaradiatas dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* melalui media sosial cukup berpengaruh dalam menarik donatur itu di buktikan dengan adanya respon langsung dari masyarakat yang tiba-tiba mengtransfer dananya ke BAZNAS Polman dikareakan mereka melihat postigan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga Zakat Polman

Hal ini dipertegaskan oleh bapak Dzul Qadri Imran yang mengatakan bahwa

Lumayan menarik sebenarnya karena setiap kali kita posting ke media sosial ada-ada saja yang tiba-tiba chat di inbox apakah itu melalui WA ,atau facebook atau melalui instagram pasti ada-ada saja tanggapanny dan itu yang menurut saya menarik donatur-donatur baru⁶¹

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi *fundraising* BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar melalui media sosial lumayan menarik donatur dibuktikan dengan setiap kali mereka menguploot atau pemposting kegiatan lembaga zakat pasti ada-ada saja respon yang diberikan oleh masyarakat dengan tiba-tiba menginbox ke media sosial BAZNAS

Fundraising adalah suatu garda terdepan dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam masyarakat yang mengakibatkan dampak positif bagi organisasi. Jika dampak positif dapat ditunjukkan organisasi, maka dukungan akan mengalir dengan sendirinya.

Hasil wawancara penulis dengan bapak Dzul Qadri Imran dengan pernyataan. Apakah strategi fundraising BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar melalui media sosial sudah efisien bagi peningkatan jumlah dana zakat

⁶¹ Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar
Wawancara 28 November 2024

Kalau sekarang belum terlalu optimal di media sosialnya karena itu tadi kita belum bias betul-betul fokus untuk kampanye zakat secara digital dan belum ada yang betul-betul bias atau belum mahir dalam mengelola media sosial, seandainya sudah ada yang bias dan meng-up setiap harinya ke media sosial pasti sudah sangat efisien untuk peningkatan dana zakat⁶²

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi fundraising melalui media sosial belum cukup efisien dalam peningkatan jumlah dana zakat dikarenakan belum adanya anggota yang betul-betul mahir dalam mengatur strategi *fundraising* melalui media sosial ini jika sudah ada anggota yang betul-betul bisa mengelola ini dan meng-up kegiatan atau ajakan berzakat pasti strategi fundraising melalui media sosial ini sudah sangat efisien dalam peningkatan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar

Hal ini dipertegaska oleh bapak Jamaluddin yang menyatakan bahwa

Sudah efisien tapi kitanya yang belum maksimal di kegiatan itu dikarenakan belum maksimal kegiatan kampanyenya dan belum ada yang betul-betul bias dalam bidang itu karnakan kita harus rajin untuk meng-share ajakan berzakat setiap harinya. Nah itu yang belum bias kita lakukan sekarang⁶³

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa metode ini belum efisien karena kurangnya pemahaman dan belum ada yang mahir memegang langsung fundraising ini, jika ada maka strategi fundraising BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar ini sudah pasti sangat efisien dalam peningkatan dana zakatnya

Mengingat urgensi fundraising yang sangat penting, sebagai organisasi amil zakat berupaya merancang strategi fundraising yang kreatif dan inivatif demi

⁶² Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar
Wawancara 28 November 2024

⁶³ Jamaluddin Wakil Ketua 1 BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Bidang Pengumpulan
Wawancara 26 November 2024

menghimpun donasi sebanyak-banyaknya dan juga merancang program-program yang dibuat oleh organisasi. Merencanakan strategi akan mempermudah dalam langkah-langkah yang akan ditempuh selanjutnya. Setidaknya terdapat dua strategi atau model utama yang dipergunakan oleh organisasi nirlaba terutama organisasi pengelola zakat didalam proses fundraising, yaitu fundraising langsung dan fundraising tidak langsung.⁶⁴

Hasil wawancara penulis dengan bapak nurrachman dengan pernyataan. Bagaimana dampak atau perbandingan dari strategi fundraising langsung dan strategi fundraising tidak langsung

Kalau yang paling berdampak sebenarnya melalui media sosial karena dengan sekali meng-share sudah puluhan bahkan ratusan yang melihat kalau yang langsung kita gunakan metode kotak yang seperti celengan dan di sititipkan di warung-warung atau konter dan kantor itu juga berdampak walaupun hanya 1000 atau 2000 tapi itu lumayan banyak jika dikumpulkan. Dua-duanya berdampak tapi fundraising langsung kita butuh tenaga yang banyak karena itu harus dor to dor berbeda dengan media sosial kita hanya meng-share ke media sosial sudah banyak yang melihat tapi terkendala juga di seseorang yang belum ada yang betul-betul bisa mengelolanya⁶⁵

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dampak dan perbandingan dari strategi fundraising langsung dan tidak langsung, di media sosial paling berdampak karena dengan sekali posting sudah puluhan bahkan ratusan yang melihat tapi terkendala di seseorang yang belum ada yang betul-betul bisa memengang fundraising ini, kalau yang langsung juga cukup berdampak walaupun hanya 1000 atau 2000 tetapi jika dikumpulkan pasti akan besar tetapi terkendala di tenaganya karena fundraising langsung membutuhkan banyak tenaga karena harus turun langsung dor to dor

⁶⁴ April Purwanto, Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 12

⁶⁵ H Nurrachman Ketua BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 25 November 2024

Hal ini dipertegas oleh bapak Dzul Qadri Imran yang menyatakan bahwa

Banyak sebenarnya dampaknya, kalau melalui media sosial sebenarnya lebih mudah untuk berzakat bisa langsung klik saja di hpnya karna kita juga ada Qris jadi pasti lebih mudah lebih banyak menjangkau juga apalagi kalau kita membuat program untuk mengumpulkan orang-orang yang ingin berdonasi pasti itu lebih mudah untuk menjangkau hingga ke ujung kabupaten dan itu udah tidak ribet lagi karena melalui media sosial, sedangkan fundraising langsung kita harus bisa betul-betul bisa komunikasi dan menyampaikan materi harus diperhalus karena biasanya jika membahas masalah ekonomi pasti ada-ada saja komentar-komentar yang belum menerima karena biasanya ada-ada saja peserta sosialisali yang masih belum terbuka hatinya untuk meyalurkan zakatnya⁶⁶

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi fundraising langsung harus bisa menyampaikan secara halus terkait zakat karena masih banyak masyarakat yang belum terbuka hatinya untuk membayar zakat, strategi fundraising tidak langsung itu lebih mudah dalam menjangkau hingga ke ujung kabupaten jika ingin melakukan fundraising

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi *Fundraising* Baznas Polman Melalui Mesia Sosial

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap hasil penelitian dalam bentuk deskriptif analisis yaitu dengan menjabarkan data yang telah terkumpulkan sebagaimana adanya. Untuk menganalisis hasil penelitian, penelitian ini akan memberikan kesan, pendapat atau pandangan sesuatu, dari hasil wawancara penulis dengan beberapa informasi yang telah penulis laksanakan, yaitu bagaimana Strategi Fundraising Baznas Polman Melalui Mesia Sosial.

⁶⁶ Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar
Wawancara 28 November 2024

Fundraising merupakan bagian penting dalam upaya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Polewali Mandar untuk menarik minat para muzakki (wajib zakat) agar melakukan pembayaran zakat melalui lembaga ini. Salah satu metode yang digunakan adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana utama dalam strategi fundraising.

Strategi strategi yang diterapkan oleh BAZNAS Polewali Mandar adalah Menyebarkan Program Kegiatan Melalui Media Sosial strategi fundraising dilakukan dengan mengunggah program dan kegiatan yang telah dilaksanakan BAZNAS. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan kepada muzakki bahwa zakat yang mereka salurkan telah dimanfaatkan dengan baik.⁶⁷ Bapak Dzul Qadri Imran menambahkan bahwa BAZNAS membuat materi berupa video pendek atau postingan tentang penyaluran zakat untuk diunggah ke media sosial. Strategi ini fokus pada transparansi dan kepercayaan daripada sekadar ajakan untuk berzakat.⁶⁸

Pemilihan Media Sosial yang Dominan Media sosial yang digunakan meliputi Facebook, Instagram, dan website. Namun, Facebook menjadi platform utama karena memiliki jangkauan yang luas dan dapat menjangkau semua kalangan. Rencana untuk memanfaatkan platform lain seperti TikTok juga dipertimbangkan untuk menjangkau lebih banyak audiens.⁶⁹

Membangun Komunikasi Jangka Panjang Untuk menjaga kepercayaan muzakki, BAZNAS membuat grup WhatsApp khusus. Dalam grup ini, BAZNAS melaporkan secara langsung kegiatan penyaluran zakat sehingga muzakki dapat melihat transparansi dan manfaat zakat yang mereka

⁶⁷ BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar, Laporan Kinerja BAZNAS Polewali Mandar, Polewali Mandar: BAZNAS Polman 2023.

⁶⁸ Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 28 November 2024

⁶⁹ BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar, Laporan Kinerja BAZNAS Polewali Mandar, Polewali Mandar: BAZNAS Polman 2023.

salurkan. Selain grup WhatsApp, kegiatan juga dilaporkan secara rutin di media sosial dan *website* resmi BAZNAS.

Faktor Penghambat Strategi *Fundraising*. Walaupun strategi ini berjalan dengan baik, terdapat beberapa kendala: Kurangnya Sumber Daya Manusia yang Ahli Menurut Bapak Jamaluddin, salah satu hambatan utama adalah tidak adanya orang yang fokus dan ahli dalam mengelola strategi fundraising melalui media sosial. Bapak Dzul Qadri Imran menegaskan bahwa belum ada tenaga khusus yang mahir dalam menangani *fundraising*, sehingga fokus pada strategi ini belum optimal.⁷⁰

2. Dampak Strategi *Fundraising* Bagi BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar

Sebagai lembaga pengelola zakat, infaq, dan sedekah, BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar berperan penting dalam menghimpun dan menyalurkan dana zakat untuk kesejahteraan masyarakat. Strategi fundraising menjadi elemen kunci dalam menarik minat muzakki baru dan meningkatkan jumlah dana zakat. Dampak strategi ini terhadap operasional BAZNAS dapat dilihat dari respon masyarakat serta tantangan yang dihadapi.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Polewali Mandar merupakan lembaga yang bertugas mengelola zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Dalam upayanya meningkatkan pengumpulan zakat, BAZNAS menerapkan berbagai strategi fundraising, baik langsung maupun melalui media sosial. Strategi ini bertujuan untuk menarik

⁷⁰ Dzul Qadri Imran Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar
Wawancara 28 November 2024

perhatian muzakki baru, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat, dan memastikan transparansi dalam pengelolaan dana.⁷¹

Pengaruh Media Sosial. strategi fundraising melalui media sosial terbukti menarik donatur baru. Banyak masyarakat yang merespon secara langsung dengan mengirim dana melalui transfer setelah melihat postingan di media sosial. setiap posting di media sosial seringkali memunculkan interaksi berupa chat atau pertanyaan dari masyarakat melalui platform seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Ini menunjukkan strategi ini cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

Dibandingkan dengan strategi langsung seperti pengumpulan dana melalui kotak zakat, strategi media sosial lebih praktis. Menurut Bapak Nurrachman, dengan satu kali posting di media sosial, informasi dapat menjangkau puluhan hingga ratusan orang tanpa memerlukan tenaga tambahan. Kendala dalam Strategi Fundraising

Perbandingan strategi Fundraising langsung dan strategi fundraising tidak langsung adalah:

1. Strategi *Fundraising* Tidak Langsung (*Digital*)

BAZNAS Polman dapat memanfaatkan berbagai strategi tidak langsung untuk menjangkau lebih banyak donatur secara efisien. Salah satunya adalah optimalisasi media sosial dan website resmi untuk menyampaikan program serta menyediakan tautan donasi. Kolaborasi

⁷¹ Badan Amil Zakat Nasional BAZNAS, “Panduan Strategi Fundraising Digital”, (Jakarta: BAZNAS Pusat, 2023).

dengan platform crowdfunding seperti Kitabisa.com juga efektif dalam memperluas jangkauan donatur, terutama untuk kampanye khusus.

Strategi lain adalah pemasangan kotak donasi di lokasi strategis seperti pusat perbelanjaan dan bank syariah, serta penerapan sistem payroll zakat melalui kerja sama dengan perusahaan atau instansi. Selain itu, kampanye melalui media massa seperti radio dan koran dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat.⁷²

Pemanfaatan teknologi seperti QR Code untuk donasi melalui aplikasi digital memberikan kemudahan bagi masyarakat modern. Dengan transparansi dan pelaporan yang baik, strategi ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta memperkuat dukungan terhadap program BAZNAS.⁷³

Dampak Positif

- a. Jangkauan yang lebih luas
- b. Efisiensi waktu dan biaya
- c. Kemudahan akses bagi muzakki
- d. Penguatan branding melalui media
- e. Peningkatan transparansi
- f. Potensi muzakki baru

Dampak Negatif

- a. Kurangnya interaksi personal
- b. Ketergantungan pada teknologi

⁷² Baznas Pusat, Buku Panduan Amil Zakat Nasional. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional 2020.

⁷³ Nurul Hasanah, Strategi Fundraising Zakat dan Wakaf di Era Digital. Bandung: Pustaka Amanah 2021.

- c. Persaingan yang kuat
- d. Potesi penyalaguan data
- e. Resiko interaksi tidak sampai
- f. Biaya pengelolaan media

2. Strategi *Fundraising* Langsung

BAZNAS Polman dapat menerapkan beberapa strategi fundraising secara langsung untuk mengoptimalkan pengumpulan dana. Pertama, melalui sosialisasi dan edukasi di komunitas-komunitas, masjid, dan pusat kegiatan masyarakat, agar masyarakat memahami pentingnya zakat dan infak. Kedua, kolaborasi dengan institusi dan pemimpin lokal seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan tokoh masyarakat untuk memperluas jangkauan penggalangan dana.⁷⁴

Selain itu, program kreatif dan berbasis kepercayaan seperti "Gerakan Seribu Rupiah Sehari" dan transparansi penggunaan dana juga penting untuk menjaga kepercayaan masyarakat. Momen keagamaan, khususnya bulan Ramadan, bisa dimanfaatkan dengan membuka posko zakat di masjid-masjid. Terakhir, pendekatan *door-to-door* di daerah pedesaan atau komunitas kecil dapat meningkatkan partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam berzakat.

Dampak Positif

⁷⁴ BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar, Laporan Kinerja BAZNAS Polewali Mandar, Polewali Mandar: BAZNAS Polman 2023.

- a. Meningkatkan interaksi langsung dengan muzakki
- b. Efektif dalam membangun kesadaran bagi muzakki
- c. Hasil yang lebih cepat
- d. Transparansi dalam menjelaskan dana secara rinci
- e. Memperkuat kepercayaan

Dampak Negatif

- a. Biaya operational yang tinggi
- b. Keterbatasan jangkauan
- c. Ketergantungan pada petugas
- d. Resiko penolakan atau ketidak nyamanan
- e. Pengelolaan waktu yang menantang

3. Strategi *Fundraising* Dianalisis Dari Manajemen Zakat Bagi BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar

Manajemen zakat merupakan kegiatan yang sangat penting bagi pengelola zakat dalam upaya mendukung jalannya program dan menjalankan roda operasional agar pengelola tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan dari organisasi pengelola zakat. Setiap organisasi nilraba dalam melaksanakan perencanaan, pengelolaan, penghimpunan dan penyaluran serta pengawasan yang memiliki berbagai cara dan strategi dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang optimal oleh lembaga amil zakat.⁷⁵

1. Analisis Manajemen Zakat di BAZNAS Polman

⁷⁵ Ahmad Hasan Ridwa, Manajemen Baitul Mal Wat Tanwil, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h.127.

Manajemen zakat di BAZNAS Polman mencakup serangkaian kegiatan pengelolaan zakat yang melibatkan aspek pengumpulan, pendistribusian, dan pelaporan secara transparan. Berdasarkan wawancara dan data yang diperoleh, BAZNAS Polman menerapkan prinsip-prinsip manajemen zakat yang meliputi:

a. Perencanaan Strategis (*Strategic Planning*):

1. BAZNAS Polman melakukan pemetaan potensi muzakki melalui *survei* dan data penduduk yang mampu secara finansial.
2. Target pengumpulan zakat ditentukan berdasarkan analisis kebutuhan mustahik dan potensi wilayah.

b. Pengorganisasian (*Organizing*):

1. Pembagian tugas dilakukan secara *profesional*, melibatkan tim penggalangan dana, tim *edukasi*, dan tim pendistribusian.
2. Kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan lembaga lokal untuk meningkatkan partisipasi muzakki.

c. Pelaksanaan (*Actuating*):

1. Melibatkan berbagai metode *fundraising*, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui platform digital dan media sosial).
2. Penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya zakat sebagai kewajiban agama dan instrumen pemberdayaan ekonomi.

d. Pengawasan dan Evaluasi (*Controlling*):

1. BAZNAS Polman secara berkala mengevaluasi efektivitas program *fundraising* melalui indikator kinerja utama (KPI), seperti jumlah muzakki baru, dana terkumpul, dan dampak program kepada mustahik.

2. Laporan keuangan dipublikasikan untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik.

2. Strategi *Fundraising* di BAZNAS Polman

Strategi *fundraising* yang diterapkan oleh BAZNAS Polman dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama:

1. Strategi *Fundraising* Langsung:

- a. Metode Konvensional: Mengunjungi langsung masyarakat atau lembaga untuk mengedukasi dan mengumpulkan zakat, seperti membuka gerai zakat di lokasi strategis.
- b. Ceramah dan Dakwah: Melibatkan tokoh agama dan ulama untuk menyampaikan khutbah tentang kewajiban zakat.

2. Strategi *Fundraising* Tidak Langsung:

- a. Pemanfaatan Teknologi Digital: BAZNAS Polman menggunakan media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, untuk kampanye zakat. Selain itu, platform digital seperti aplikasi zakat online digunakan untuk mempermudah pembayaran zakat.
- b. Kolaborasi dengan Mitra: Bekerja sama dengan bank syariah dan e-commerce lokal untuk menyediakan layanan pembayaran zakat.

3. Analisis Keberhasilan Strategi *Fundraising*

Keberhasilan strategi *fundraising* BAZNAS Polman dapat dianalisis berdasarkan beberapa indikator berikut:

- a. Jumlah Dana Zakat yang Terkumpul. Data menunjukkan peningkatan jumlah zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang terkumpul

dari tahun ke tahun. Hal ini mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan

- b. Peningkatan Jumlah Muzakki. Sosialisasi dan edukasi yang intensif berhasil menarik muzakki baru, baik individu maupun institusi.
- c. Kepercayaan Publik. Transparansi pengelolaan dana meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada BAZNAS Polman. Hal ini ditunjukkan melalui testimoni positif dari muzakki.
- d. Efektivitas Penyaluran Dana. Dana yang terkumpul didistribusikan secara tepat sasaran kepada mustahik dalam bentuk bantuan konsumtif dan program pemberdayaan ekonomi.

4. Tantangan dalam Strategi *Fundraising*

Meskipun strategi *fundraising* yang diterapkan cukup efektif, BAZNAS Polman menghadapi beberapa tantangan, di antaranya:

- a. Kesadaran Masyarakat yang Masih Rendah. Sebagian masyarakat belum memahami pentingnya zakat sebagai kewajiban agama dan instrumen pemberdayaan ekonomi.
- b. Keterbatasan Infrastruktur Digital. Di beberapa wilayah pedesaan, akses teknologi dan internet masih terbatas, sehingga menghambat strategi *fundraising* berbasis digital.
- c. Kompetisi dengan Lembaga Amil Zakat Lain. BAZNAS Polman menghadapi persaingan dengan lembaga zakat swasta yang memiliki pendekatan lebih inovatif.

5. Solusi dan Rekomendasi

Untuk mengatasi tantangan di atas, beberapa solusi dan rekomendasi yang dapat diterapkan adalah:

- a. Edukasi dan Sosialisasi Intensif: Mengadakan program edukasi berbasis komunitas untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat.
- b. Penguatan Infrastruktur Digital. BAZNAS Polman perlu berinvestasi dalam teknologi dan pelatihan digital bagi timnya untuk memperluas jangkauan *fundraising*.
- c. Inovasi Program *Fundraising*. Mengembangkan kampanye kreatif, seperti "Zakat untuk Pendidikan" atau "Zakat untuk Pemberdayaan UMKM," yang menarik minat masyarakat.
- d. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Swasta. Menggandeng pemerintah daerah, bank syariah, dan perusahaan untuk mendukung program zakat dan meningkatkan partisipasi muzakki.

6. Dampak Strategi *Fundraising* terhadap Mustahik

Strategi *fundraising* yang efektif tidak hanya meningkatkan jumlah dana zakat yang terkumpul, tetapi juga memberikan dampak positif kepada mustahik, di antaranya:

- a. Peningkatan Kesejahteraan. Program pemberdayaan ekonomi, seperti pelatihan usaha dan bantuan modal, membantu mustahik menjadi mandiri secara finansial.
- b. Akses terhadap Pendidikan. Dana zakat digunakan untuk memberikan beasiswa kepada anak-anak mustahik yang kurang mampu.
- c. Perbaikan Kondisi Sosial. Distribusi zakat yang tepat sasaran membantu mengurangi kesenjangan sosial di masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, dapat ditarik simpulan tentang Strategi Fundraising BAZNAS Polman Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis Manajemen Zakat) antara lain:

1. Strategi *fundraising* yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar melalui media sosial menitikberatkan pada transparansi dan komunikasi yang akurat dengan muzakki. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook dan Instagram, serta membangun grup WhatsApp, BAZNAS berhasil menarik perhatian sekaligus menjaga kepercayaan muzakki. Strategi ini menunjukkan efektivitas dalam menjangkau masyarakat luas dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan para donatur. Namun, peningkatan sumber daya manusia yang ahli di bidang pengelolaan media sosial menjadi kebutuhan mendesak untuk lebih mengoptimalkan strategi yang sudah ada. Pelatihan dan pengembangan tenaga ahli di bidang ini sangat diperlukan agar dampak positif dari pendekatan media sosial dapat terus diperkuat.
2. Strategi *fundraising* melalui media sosial telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar, terutama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Penggunaan media sosial sebagai platform komunikasi dan promosi terbukti efektif dalam menyampaikan informasi sekaligus menarik perhatian muzakki. Namun, tantangan yang dihadapi adalah kurangnya pengelolaan profesional media sosial dan keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang ini, yang perlu segera diatasi. Dibandingkan dengan metode *fundraising* langsung, pendekatan digital terbukti lebih efisien dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan di masa depan. Oleh karena itu, fokus pada

peningkatan kapasitas SDM dan pengelolaan media sosial yang lebih terarah akan menjadi kunci untuk memaksimalkan keberhasilan strategi digital ini.

3. Strategi *fundraising* yang dianalisis dari manajemen zakat di BAZNAS Polman menunjukkan hasil yang positif, meskipun masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Dengan mengoptimalkan edukasi, teknologi, dan inovasi program, BAZNAS Polman dapat meningkatkan jumlah zakat yang terkumpul dan memberikan dampak sosial yang lebih luas kepada mustahik.

B. Saran

Hasil penelitian yang penulis lakukan, dari simpulan pembahasan Strategi Fundraising Baznas Polman Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis Manajemen Zakat), maka penulis memiliki beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar diharapkan agar segera merekrut anggota yang betul-betul ahli dalam bidang strategi fundraising, serta memiliki tanggung jawab dan kompetensi yang baik untuk mengembangkan zakat terutama dalam bidang strategi fundraising. Terus menjaga kepercayaan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap muzakki di BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar.
2. Bagi muzakki di BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar diharapkan agar menyetorkan zakatnya apabila hartanya sudah mencapai nisab dan haul.
3. Bagi peneliti diharapkan dapat menjadi penelitian yang membawa dampak baik dan juga dapat menjadi referensi peneliti lain mengenai Strategi Pengumpulan Zakat di BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar sehingga dapat ilmu dari penelitian ini sehingga ilmu yang didapatkan dapat menjadi bermanfaat bagi sesama.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Adinugraha, Hendri Hermawan. *"Fundraising Manajemen Optimalization Of Zakat Infaq and Alms In The Countyside"*. Jakarta: Universitas Indonesia. 2017.

Ahmad. *"Manajemen Strategi"*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka. 2020.

Ananda, Syaviera Dena. *"Pemanfaatan Media Online dalam Program-Program di Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI)"*. Skripsi Sarjana, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam: Jakarta. 2020.

Arifin, Gus, *"Keutamaan Zakat, Infak Sedekah"*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2016.

Arisputra, Muhammad. *"Reforma Agraria di Indonesia"*. Jakarta Timur : Sinar Grafika. 2015.

Bachri, Bachtar S. *"Meyakinkan validasi Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif"*. Teknologi pendidikan. 2010.

Badan Amil Zakat Nasional BAZNAS, *"Panduan Strategi Fundraising Digital"*, Jakarta: BAZNAS Pusat, 2023.

Bahri, Andi. "Zakat Sebagai Instrumen Pembangunan Ekonomi Kesejahteraan Ummat." *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 16, no. 2 (2016).

Baznas Pusat, *"Buku Panduan Amil Zakat Nasional"*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional 2020.

BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar, *"Laporan Kinerja BAZNAS Polewali Mandar"*, Polewali Mandar: BAZNAS Polman 2023.

David, Fred R. *"Manajemen Strategi Konsep"*. Jakarta: Salemba Empat. 2005.

David, Fred R. *"Strategic Management:Manajemen Strategi Konsep"*. Jakarta: Salemba Empat. 2016.

Fikri, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, (2023).

Hadi, Sumasno. *"Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi"*. Ilmu Pendidikan 22.1. 2016

- Hamali, Arif Yusuf. *“Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan”*. Jakarta: Kencana. 2016.
- Hannani. *Zakat Profesi Dalam Tataran Teoritik dan Praktik*. TrustMedia Publishing, 2017.
- Hariadi, Bambang. *“Strategi Manajemen”*. Malang: Banyumedia Publising. 2003.
- Hasanah, Nurul, *“Strategi Fundraising Zakat dan Wakaf di Era Digital”*. Bandung: Pustaka Amanah 2021
- Hasanuddin, *“Manajemen Zakat dan Wakaf”*. Pamulang: Buku Ajar. 2010.
- Huda, Miftahul, *“Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising,”* Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia. 2012.
- Imran, Dzul Qadri Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 28 November 2024
- Ismail. *“Zakat Produkti: Sistem Alternatif dalam Pengentassan Kemiskinan”*. Jakarta: Tesis-Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah. 2005.
- Jamaluddin Wakil ketua 1Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 26 November 2024
- Juwaini, Ahmad. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*. Jakarta: Piramedia. 2008.
- Kawasat, Iryana Resky. *“Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif”*. STAIN Sorong Jurusan Ekonomi Syariah. 2019.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *“Al-Qur`an dan Terjemahannya”*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur`an, Badan Litbang dan Diklat, Kementrian Agama Republik Indonesia. 2019.
- Mariati, Kun dan Suriawati, Juju. *“Sosiologi untuk SMA dan MA”*. Jakarta: Erlangga. 2001.
- Masyuri dan Zainuddin. *“Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif”*. Bandung: Refika Aditama, 2011.
- Muliadi. *“Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa, Edisi Ketiga”*. Jakarta: Salemba Empat. 2001.

- Musmulyadi. “Efektivitas Pengelolaan Zakat dan Keuangan Sosial Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Kota Siap.” https://www.ijrrjournal.com/current_issue_ijrr.html 4, no 5 (2021)
- Rukiah. “Konsep Keadilan Dalam Zakat Pertanian dan Zakat Profesi.” BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah 1, no. 2 (2019).
- Nawawi, Hadari. “*Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi dibidang Pendidikan*”. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, Cet. 1. 2000.
- Nazir, Moh. “*Metode Penelitian*”. Bogor: Galia Indonesia. 2011
- Nurrahman Ketua BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Wawancara 25 November 2024
- Purwanto, April. “*Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Zakat*”. Yogyakarta: Teras. 2009.
- Ridwan, Ahmad Hasan, “*Manajemen Baitul Mal Wat Tanwil*”. Bandung: CV Pustaka Setia. 2013.
- Sani, M Anwar. “*Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Bisnis*”. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum. 2010.
- Sari, Elsi kartika. “*Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*”.
- Sudewo, Eri. “*Manajemen Zakat*”. Tinggalkan 15 Tradisi, Teraokan 4 Prinsip Dasar. Jakarta: Institut Manajemen Zakat. 2004.
- Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*”. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Sujami, Wiratma. “*Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*”. Yogyakarta: Pustaka Baru. 2014.
- Syahrullah, Muhammad Anggi. “*Strategi Fundraising dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*”. Jakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah. 2018.

- Tim Penyusun Direktor Pemberdayaan Zakat. “*Manajemen Pengelolaan Zakat*”. Jakarta: Direktor Pemberdayaan Zakat, Direktor Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI. 2009.
- Untoro, Joko. Tim Guru Indonesia, “*Buku Pintar Pelajaran*”. Jakarta Selatan: Cet 1 PT Wahyu Media. 2010.
- Wahyono, Sentot Imam. “*Manajemen Tata Kelola Manajemen Bisnis*”. Surabaya: Indeks. 2008.
- Wahyu, A Rio Makkulau, and Wirani Aisiyah Anwar. “Sistem Pengelolaan Zakat Pada Baznas.” *Al-Azhar Journal of Islamic Econimics*, 2020, 12-13.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : HADIJAH
NIM : 18.2700.008
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
JUDUL : STRATEGI FUNDRAISING BAZNAS POLMAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH MUZAKKI (ANALISIS
MANAJEMEN ZAKAT)

PEDOMAN WAWANCARA

- A. Strategi fundraising BAZNAS melalui media sosial
1. Strategi fundraising seperti apa yang di gunakan pihak BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar untuk menarik muzakki?
 2. Media sosial apa saja yang di gunakan BAZNAS untuk melakukan strategi Fundraising?
 3. Bagaimana BAZNAS membangun komunikasi jangka panjang guna menjaga kepercayaan agar para donatur tetap membayar zakat di BAZNAS?
 4. Apakah ada faktor penghambat dalam melakukan strategi fundraising melalui media sosial?
- B. Dampak strategi fundraising

1. Apakah dengan melakukan strategi fundraising BAZNAS polman telah banyak menarik para donatur-donatur baru?
 2. Apakah strategi fundraising BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar melalui media sosial sudah efisien bagi peningkatan jumlah dana Zakat?
 3. Bagaimana dampak atau perbandingan dari strategi fundraising langsung dan strategi fundraising tidak langsung?
- C. Strategi fundraising dianalisis dari manajemen Zakat
1. Bagaimana strategi fundraising dianalisis dari manajemen zakat?

Setelah mencermati instrument dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrument tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 13 November 2024

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

(Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.)
NIP. 19610320 199403 1 004

(Dra. Rukiah, M.H.)
NIP.19650218 199903 2 001

LAMPIRAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.3723/In.39.8/PP.00.9/9/2021
Lampiran : -
Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

7 September 2021

Yth: **1. Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.** (Pembimbing Utama)
2. Dra. Rukiah, M.H. (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Hadijah
NIM. : 18.2700.008
Prodi. : Manajemen Zakat dan Wakaf

Tanggal **3 Agustus 2021** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

STRATEGI FUNDRAISING BAZNAS POLMAN MELALUI MEDIA SOSIAL (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Muhammad Kamal Zubair

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : HADIJAH
N I M : 18.2700.008
Prodi : Manajemen Zakat dan Wakaf

Menyatakan bahwa judul skripsi semula:

STRATEGI FUNDRAISING BAZNAS POLMAN MELALUI MEDIA SOSIAL
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

Telah diganti dengan judul baru:

STRATEGI FUNDRAISING BAZNAS POLMAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH MUZAKKI (ANALISIS MANAJEMEN ZAKAT)

dengan alasan / dasar:

Mat. Cakupannya lebih luas tidak hanya
fokus pada media sosial saja.

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 03 Februari 2025

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd.

Dra. Rukiah, M.H.

Mengetahui;
Dekan,



Drs. Muzdalifan Muhammadun, M.Ag.
NIR 197102082001122002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-4846/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2024

19 November 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI POLEWALI MANDAR
Cq. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
di

KAB. POLEWALI MANDAR

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : HADIJAH
Tempat/Tgl. Lahir : MAMMI, 14 Juli 1999
NIM : 18.2700.008
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Zakat dan Wakaf
Semester : XIII (Tiga Belas)
Alamat : DUSUN MAMMI II, DESA MAMMI, KECAMATAN BINUANG,
KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI POLEWALI MANDAR dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI FUNDRAISING BAZNAS POLMAN MELALUI MEDIA SOSIAL (ANALISIS MANAJEMEN ZAKAT)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 25 November 2024 sampai dengan tanggal 30 Desember 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Manunggal Nomor 11 Pekkabata Polewali, Kode Pos 91315
Website: dpmptsp.polmankab.go.id Email: dpmptsp@polmankab.go.id

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2 /0886/IPL/DPMTSP/XI/2024

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 atas perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
 2. Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mandar Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2009 tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat Bappeda dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Polewali Mandar;
 3. Memperhatikan :
 - a. Surat permohonan sdr. HADIJAH
 - b. Surat rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor : B-0886/Kesbangpol/B.1/410.7/XI/2024, Tgl 21-11-2024

MEMBERIKAN IZIN

Kepada : Nama : HADIJAH
NIM/NIDN/NIP/NPn : 182700008
Asal Perguruan Tinggi : IAIN PAREPARE
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jurusan : MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
Alamat : MAMMI KEC. BINUANG
KAB. POLEWALI MANDAR

Untuk melakukan penelitian di Baznas Kabupaten Polewali Mandar yang dilaksanakan Pada bulan Nopember s/d Desember 2024 dengan proposal berjudul **"STRATEGI FUNDRAISING BAZNAS POLMAN MELALUI MEDIA SOSIAL (ANALISIS MANAJEMEN ZAKAT)"**

Adapun izin penelitian ini dibuat dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Pemerintah setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil penelitian kepada Bupati Polewali Mandar up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Surat izin penelitian akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin penelitian tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.
6. Izin penelitian ini hanya berlaku 6 bulan sejak diterbitkan.

Demikian izin penelitian ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Tembusan :
1. Unsur forkopin di tempat



BAZNAS

Badan Amil Zakat Nasional

KAB. POLEWALI MANDAR

Alamat : Jl. Mr. Muli Yamin No. 89 Pekkabata, Polewali

SURAT KETERANGAN

Nomor : 87/BAZNAS-POLMAN/XII/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Polewali Mandar, menerangkan bahwa :

Nama : HADIJAH
NIM : 18.2700.008
Fak/Prodi : Manajemen Zakat dan Wakaf
PTN : Institut Agama Islam Negeri Pare-Pare
Alamat : Mammi

Benar mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian penyelesaian studi (skrpsi) di Badan Amil Zakat Nasional kabupaten Polewali Mandar.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana perlunya.

Polewali, 31 Desember 2024

Badan Amil Zakat Nasional
Kabupaten Polewali Mandar

Ketua


H. Nur Rachman, SE

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : H. Nurachman, SE
Umur : 66 Tahun
Alamat : Polewali

Menerangkan bahwa

Nama : Hadijah
Nim : 18.2700.008
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Fundraising Baznas Polman Melalui Media Sosial (Analisis Manajemen Zakat)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan semestinya

Polewali Mandar, 25 November 2024



H. Nurachman, SE.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Jamalu dcln
Umur : 43 thn
Alamat : Jln. H. Andi Dapu, Polman

Menerangkan bahwa

Nama : Hadijah
Nim : 18.2700.008
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Fundraising Baznas Polman Melalui Media Sosial (Analisis Manajemen Zakat)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan semestinya

Polewali Mandar, 26 November 2024



PALEPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : *Dzul Qadri Imran*
Umur : *28 Tahun*
Alamat : *Ds Palece, kec. Limboro*

Menerangkan bahwa

Nama : *Hadijah*
Nim : *18.2700.008*
Pekerjaan : *Mahasiswa Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf*
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Fundraising Baznas Polman Melalui Media Sosial (Analisis Manajemen Zakat)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan semestinya

Polewali Mandar, 28 November 2024

Dzul Qadri Imran
.....
Dzul Qadri Imran



Keterangan: Wawancara dengan Ketua BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar



Keterangan: Wawancara Dengan Wakil Ketua 1 BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar Bidang Pengumpulan



**Keterangan: Wawancara Dengan Staf Bidang Pengumpulan BAZNAS
Kabupaten Polewali Mandar**



Keterangan: Media sosial BAZNAS Kabupaten Polewalai Mandar



Selasa, 28 November 2023



PROGRAM INFAQ PRODUKTIF

Penyerahan Bantuan Modal Usaha oleh H. Nur Rachman, S.E. Ketua BAZNAS Polewali Mandar bersama Pemerintah Kelurahan Lantora Kecamatan Polewali kepada warga Kaum Dhuafa sebanyak 10 Orang, usaha mikro kecil (UMK) di Jln. Kartini Kel. Lantora Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar.



Berzakat dan Berinfak jadi lebih muda dengan layanan digital
BAZNAS Polewali Mandar
Transfer melalui rekening:

	0526310710 Kode Bank : 009	Zakat
	7185398212 Kode Bank : 451	Zakat
	3334444006 Kode Bank : 451	Infak
	025901026172537 Kode Bank : 002	Infak

Atau Scan
Qris di Sini

a.n. BAZNAS KAB POLMAN



Layanan BAZNAS Polewali Mandar
BAZNAS kab.polewalimandar@baznas.go.id
082543798251 Atau melalui link
baznaspolman.org

@baznas_polman | BAZNAS Kab. Polman | baznaspolman.org

Call Center 082193338868

Keterangan: Penyerahan Bantuan Usaha Kepada Kaum Dhuafa



Sosialisasi Pengelolaan Zakat BAZNAS KAB. POLMAN
Kerjasama Mahasiswa Stain KKN Majene dan Pelantikan
Pengurus UPZ Desa Karama Sekaligus
Penyerahan Paket Sembako
Desa Karama Kecamatan Tinambung

Kamis, 23 Februari 2023

baznaspolman.org | @baznas_polman | BAZNAS Kab. Polman | baznaspolman

Call Center : 0852-4248-0988

Keterangan: Sosialisasi Pengelolaan Zakat

BUKTI SETOR

BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional
Kabupaten Polewali Mandar

**BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**
JL. MR. MUH. YAMIN NO. 89 PEKKABATA
TELP :

TELAH TERIMA DARI

NPWZ / NO ID KTP :
NAMA : *Ni'Mat*
ALAMAT : *Manding - Jl. Cendrawasih*

NOMOR KWITANSI :
TELP / HP : *08951005816*
KODE POS :

PEMBAYARAN : ☐ Zakat Fitrah ☒ Zakat Harta ☐ Infaq ☐ Sedekah
JUMLAH : *R. 150.000*
TERBILANG : *Seratus lima puluh Ribu rupiah*
KETERANGAN : *Zakat Penghasilan*

Polewali Mandar, *9/12/2022*

Penerima : *[Signature]*
BAZNAS
Kab. Polewali Mandar

Penyetor : *[Signature]*

Semoga Allah memberikan ganjaran pahala terhadap apa yang telah engkau berikan dan semoga Allah memberikan keberkahan terhadap harta yang engkau sisakan dan semoga Allah menjadikannya sebagai pundi-pundi untuk orang-orang yang membutuhkan.
(Kitab "Al-Kasyafan Hapaqi Ghwamidhi al-Tanzil" Dan Imam Syafri Rahimahullah)

Keterangan: Bukti Setor Zakat secara Manual

 BAZNAS Badan Amil Zakat Nasional		BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL Kabupaten Polewali Mandar Jl. Mr. Muhammad Yamin No. 89 Kel. Pekkabata Kec. Polewali Kab. Polewali Mandar 085311099625		Lembar 1 Untuk Arslip Wajib Zakat
Bukti Setoran Zakat				
Nomor		: 09/12/22/km/1/0000003		
Periode		: Desember 2022		
Telah terima dari		: NI'MAT		
NPWZ		: 760430010002820		
NPWP		:		
Alamat		: JL. CENDRAWASIH, MANDING		
Telepon/Email		: /		
Objek ZIS	Uraian	Via	Jumlah (Rp)	
Zakat	Zakat Penghasilan/Gaji Profesi*	Cash	150.000	
Total			150.000	
Terbilang: Seratus lima puluh ribu rupiah				
Semoga Allah SWT memberikan pahala kepada Ibu NI'MAT atas harta yang telah dikeluarkan dan menjadi berkah dan suci atas harta yang lainnya.				
Pengetuhan Petugas Amil Polewali Mandar Tgl 09/12/2022 Petugas: <i>[Signature]</i> Polewali Mandar		Penyetor / Wajib Zakat Polewali Mandar Tgl 09/12/2022 Nama: NI'MAT		

*Korupsi yang merusak: BAZNAS memberikan bukti setoran zakat sesuai dengan UU No. 23 tahun 2011 pasal 28 ayat 1.
**Bukti setoran zakat ini dapat digunakan sebagai pengantar pengajuan pengajuan zakat sesuai UU No. 23 tahun 2011 pasal 28 ayat 2.
***BAZNAS hanya menerima zakat dari sumber yang sah, tidak menerima dengan persyaratan yang berbeda, dan tidak menyalahgunakan kepercayaan yang diberikan.
****Harta wajib zakat adalah harta yang dimiliki oleh wajib zakat yang memenuhi syarat zakat.

Keterangan: Bukti Setor Zakat pada Aplikasi SIMBA (Sistem Manajemen Informasi BAZNAS)

BIODATA PENULIS



HADIJAH, Lahir di Mammi pada tanggal 14 Juli 1999, Alamat Mammi Desa Mammi Kec. Binuang, Kab. Polewali Mandar, anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan suami istri, Bapak Basri dan Ibu Hawa, memiliki dua kakak perempuan dan dua kakak laki-laki. Penulis memulai pendidikan dasar di RA DDI Mammi pada tahun 2004 dan tamat pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SD 052 Mammi pada tahun 2006 dan selesai pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikan di MTs Darul Iman Mammi, tamat pada tahun 2015, dan melanjutkan pendidikan di MA DDI Kanang dan menjadi alumni pada tahun 2018. Selanjutnya pada tahun yang sama peneliti melanjutkan pendidikan program S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama menjadi mahasiswa di IAIN Parepare Peneliti melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di kantor BAZNAS Kabupaten Polewali Mandar pada tahun 2021. Kemudian melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di dusun paredean, desa buntu batuan, Kec. Malua, Kab. Enrekang pada tahun 2021. Tepatnya pada tahun 2025, Penulis menyelesaikan Skripsinya dengan judul Strategi Fundraising BAZNAS Polman Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Analisis Manajemen Zakat).