

## Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19\*

Nurhidayat<sup>1</sup>

Universitas Muhammadiyah Jakarta



[10.15408/sjsbs.v7i8.16553](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i8.16553)

### Abstract

In January 2020, the world was rocked by a corona virus outbreak, the virus first appeared in Wuhan City in China. The impact is not only China that feels other countries including Indonesia feel the shake. The impact caused by the corona virus is multidimensional social, economic, political, educational, and health. For the corona virus zakat institution, it has an impact on the collection of zakat. The purpose of this paper is to identify and analyze new strategies in collecting zakat in Indonesia. The approach used in this paper is descriptive qualitative. The main data source of this paper is information in various media about the fundraising strategy of zakat institutions which we limit Baznas, Dompot Dhuafa, Lazismu and Lazisnu. The conclusion of this paper is that zakat institutions in Indonesia (Baznas and LAZ) currently still integrate the collection manually and digitally. Both of these strategies are still a mainstay, it is adjusted to the muzaki segmentation.

**Keywords:** Strategy, Fundraising, Zakat, Post-Pandemic

### Abstrak

Bulan Januari 2020, dunia diguncang wabah virus corona, virus tersebut pertama kali muncul di Kota Wuhan China. Dampaknya tidak hanya negara China yang merasakan negara-negara lainpun termasuk Indonesia merasakan guncang tersebut. Dampak yang ditimbulkan virus corona bersifat multidimensional sosial, ekonomi, politik, pendidikan, dan kesehatan. Bagi institusi zakat virus corona ini berdampak terhadap penghimpunan zakat. Oleh sebab itu pasca pandemi institusi zakat harus melakukan inovasi dalam penghimpunan zakat. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana strategi baru dalam penghimpunan zakat di Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam tulisan ini adalah kualitatif deskriptif. Adapun sumber data utama tulisan ini adalah informasi di berbagai media mengenai strategi fundraising zakat institusi zakat yang kami batasi Baznas, Dompot Dhuafa, Lazismu dan Lazisnu. Kesimpulan dari tulisan ini adalah bahwa institusi zakat di Indonesia (Baznas maupun LAZ) saat ini masih mengintegrasikan penghimpunan secara manual dan digital. Kedua strtategi ini masih menjadi andalan, hal tersebut disesuaikan dengan segmentasi muzaki.

**Kata Kunci:** Strategi, Fundraising, Zakat, Pasca Pandemi

---

\*Diterima: 13 April 2020, Revisi: 26 Juli 2020, Diterbitkan 12 Agustus 2020.

<sup>1</sup> **Nurhidayat** adalah Kaprodi Manajemen Zakat dan Wakaf Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ), Dai Ambassador Dompot Dhuafa, Ketua Lazismu Tangerang Selatan, Sekretaris IAEI DKI Jakarta dan ADPISI Jabodetabek. e-mail: [nurhidayat@umj.ac.id](mailto:nurhidayat@umj.ac.id).

## A. PENDAHULUAN

Penyebaran virus corona luar biasa dampaknya dalam kehidupan ekonomi sehingga kalau ini tidak dapat diatasi akan berdampak terhadap meningkatnya jumlah kemiskinan. Ekonom World Bank Vivi Alatas dalam Nurhidayat, mengemukakan hal tersebut berdasarkan perhitungan data ekonomi. Bahkan menurutnya masyarakat miskin ini menjadi salah satu kategori yang paling rentan terdampak virus corona.<sup>2</sup>

Data dari BPS tahun 2019 menyebutkan terdapat 24,7 juta penduduk miskin di Indonesia. Jika persoalan virus corona ini tidak mampu diselesaikan maka pada tahun 2020 ini angka kemiskinan tersebut tidak mustahil akan mengalami peningkatan. Hal ini diakibatkan oleh kekuatan ekonomi yang semakin melemah, sehingga seiring dengan itu tingkat kemiskinan akan mengalami peningkatan. Menurut Direktur Riset Centre of Reform on Economy (Core) Pieter Abdullah, virus corona yang tidak kunjung mereda akan berdampak kepada kenaikan angka kemiskinan di Indonesia. Imbasnya adalah angka kemiskinan Indonesia diperkirakan meningkat.<sup>3</sup>

Data dari harian Republika terkait dengan virus corona tersebut ternyata berdampak negatif kepada peningkatan harga barang selain karena kelangkaan barang juga diakibatkan oleh biaya transportasi yang meningkat, selain itu daya beli masyarakat mengalami penurunan, dampak dari ini perdagangan mengalami penurunan. Sektor pariwisata yang paling terkena imbasnya, kebijakan *social distancing* dan penutupan beberapa maskapai penerbangan yang dibuat pemerintah mengakibatkan orang tidak berani untuk melakukan bepergian. Hal tersebut berdampak kepada sepi tempat-tempat pariwisata. Kondisi ini yang merasakan akibatnya adalah kelompok menengah ke bawah.

Dampak lain dari penyebaran virus corona ini adalah adanya kemungkinan gelombang PHK secara signifikan yang diakibatkan melemahnya kondisi ekonomi. Laporan hasil kajian INDEF menyimpulkan bahwa virus corona dapat mengakibatkan PHK, hal ini disebabkan menurunnya angka pertumbuhan ekonomin 4-4,5 persen. Data dari Organisasi Buruh Internasional (International Labour Organizations/ILO) memperkirakan virus corona akan menghilangkan 24,7 juta pekerjaan di dunia. Skenario rendahnya sebesar 5,3 juta. Adapun skenario pertengahannya sebanyak 13 juta pekerjaan. Dari total jumlah itu, 7,4 juta berada di negara-negara berpenghasilan tinggi.<sup>4</sup>

Mengantisipasi problem tersebut institusi zakat (Baznas dan LAZ) harus terus berupaya memberikan kontribusi dalam mengantisipasi dampak dari penyebaran virus corona tersebut. Upaya preventif antara lain mengedukasi masyarakat akan pentingnya hidup sehat. Upaya kuratif yang dilakukan institusi zakat (Baznas dan LAZ) adalah dengan menyiapkan rumah sakit yang siap menampung pasien corona, mereka harus menyiapkan tenaga medis dan relawan yang siap melayani masyarakat yang terdampak corona. Yang kedua bantuan konsumtif sebagai upaya untuk

---

<sup>2</sup> Dikutif dari tulisan Nurhidayat, Dampak Corona Terhadap Kemiskinan Dan Cara Dompot Dhuafa Mengatasinya. Carapandang.com. Edisi 29 Maret 2020.

<sup>3</sup> Ibid

<sup>4</sup> Ibid

membantu memenuhi kebutuhan masyarakat miskin yang terdampak virus corona. Apalagi jika diberlakukan lockdown lembaga zakat menjadi garda terdepan dalam melayani masyarakat. Selain itu yang paling penting lagi institusi zakat (Baznas dan LAZ) harus mampu melakukan inovasi dalam penghimpunan zakat. Karena defisit penghimpunan zakat akan berdampak kepada minimnya manfaat zakat yang dirasakan masyarakat. Oleh karena itu strategi baru dalam penghimpunan zakat menjadi solusi.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan dan menganalisis strategi fundraising yang diterapkan oleh empat institusi zakat di Indonesia yaitu Baznas, Dompot Dhuafa, Lazismu dan Lazisnu. Alasan kenapa dibatasi hanya empat institusi zakat pertimbangannya adalah keempat institusi zakat ini mewakili Baznas institusi zakat yang mewakili pemerintah, Dompot Dhuafa institusi zakat swasta dan Lazismu dan Lazisnu mewakili institusi zakat yang dikelola organisasi Islam Muhammadiyah dan Nahdlatul ulama. Data primer dikumpulkan menggunakan pendekatan literatur. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis tematik.

Adapun sumber data utama tulisan ini adalah informasi di berbagai media mengenai strategi fundraising zakat baik itu laporan maupun ulasan dari para ahli yang menulis dan mengomentari atau mengkritisi strategi fundraising zakat.<sup>5</sup> Selanjutnya jika dilihat dari cara pembahasannya, penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskripsi ini adalah untuk membuat deskripsi, atau gambaran, faktual dan akurat mengenai implementasi strategi fundraising zakat.

## C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 1. Terminologi Fundraising

Pengertian fundraising dapat diartikan sebagai aktifitas menghimpun atau menggalang dana zakat, infak dan sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok organisasi dan perusahaan) yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.<sup>6</sup>

Andreasen dan Kotler (2008) dalam Rahmatina (2018) lebih lanjut menyatakan bahwa kegiatan penggalangan dana telah melalui tiga fase orientasi di dalamnya pengembangan, terkait dengan produk, penjualan dan pemasaran. Sargeant et al. (2001) dalam Rahmatina mengklasifikasikan kegiatan penggalangan dana menjadi dua pendekatan: pertama pendekatan transaksional, yang berfokus pada kebutuhan

---

<sup>5</sup> Moh. Nazir. (1998), *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia)

<sup>6</sup> Niamulloh. (2013) *Metode Fundraising Dana Zakat, Infak dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Daerah (Bazda) Kabupaten Sukabumi*. EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Vol. 2 No. 1 Juni.

keuangan langsung tanpa menggunakan strategi perencanaan untuk mengamankan sumber daya. Kedua pendekatan strategis, yang dibangun bersamaan dengan visi, misi dan tujuan jangka panjang organisasi, dan yang disinkronkan dengan proyek penggalangan dana dan sumber daya untuk mempertahankan keberlanjutan.<sup>7</sup> Dia berargumentasi bahwa organisasi nirlaba harus melakukan transformasi strategi fundraising dari strataegi tradisional/transaksional kepada metode fundraising strtaeigik yang berfokus pada bagaimana mempengaruhi pilihan donator dan meningkatkan loyalitas donatur. Karena tujuan pendanaan strategis adalah untuk meningkatkan umur panjang donor menggunakan manajemen hubungan donor, nirlaba sektor akan mendapat manfaat dari berbagai konsep manajemen hubungan yang diambil dari pendekatan pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Aishath Muneeza berhasil menemukan dan mengidentifikasi strategi fundraising zakat di lembaga zakat menemukan beberapa kesimpulan pertama strategi fundraising, sebagai kebutuhan untuk meningkatkan tata kelola organisasi; kedua strategi fundraising sebagai penguatan kelembagaan; dan ketiga strategi fundraising memanfaatkan peluang dan tantangan di era digital dengan mengubah teknologi penggalangan dana digital.<sup>8</sup>

Menurut Ashley V. Whillans strategi fundarising yang efektif adalah dengan strategi yang dia sebut DIME yaitu strategi Donation Impact, Motivation dan Effort. Dengan strategi ini tujuan organisasi nirlaba akan tercapai sebab dengan pendektan ini tidak hanya berfokus pada donasi tetapi dampak dari donasi yang diberikan oleh donator.<sup>9</sup>

Menurut Ade Nur Rohim saat ini yang dibutuhkan institusi zakat adalah transformasi strategi fundraising zakat dari komvensional menuju digital fundraising. Transformasi ini menjadi sebuah keharusan karena adanya perkembangan teknologi yang menjadi ciri masyarakat modern yang menjadi user teknologi tersebut.<sup>10</sup>

## 2. Terminologi Zakat

Secara filosofis, zakat memiliki beberapa makna *an-nama'* (pertumbuhan) artinya menumbuhkan harta, kepedulian sosial, ukhuwah kaya dan miskin, sesuai pertumbuhan zaman. *Al-Barokah* (Keberkahan) memberkahkan harta, kehidupan masyarakat, dan mengundang keberkahan Allah. *Az-Ziyadah* (Tambahan/Kelebihan) dikeluarkan setelah mencapai nishab, kelebihan dari kebutuhan. *As-Sholah* (Baik) berdampak baik bagi Muzakki dan mustahik, mengurangi kesenjangan sosial, sebagai

---

<sup>7</sup> Rahmatina A. Kasri, (2018). Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*. 10 (1).

<sup>8</sup> Aishath Muneeza. (2019). The Potential of Application of Technology-Based Innovations for Zakat Administration in India. *INCEIF Malaysia*. 12(1)

<sup>9</sup> Ashley, V. Whillans. (2016). A Breaif Introduction to The Science of Fundraising. Departement of Psychology the University of British Columbia.

<sup>10</sup> Nur Rohim, Ade. (2019). Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. 4. (1).

perilaku yang terpuji, mendatangkan kebaikan dunia dan akhirat. *Ath-Thoharoh* (Suci) membersihkan harta dari hak orang lain, hati dari penyakit kikir dan rakus, hati orang miskin dari benci, hasad dan dendam terhadap orang kaya, sumber dana zakat harus penghasilan yang halal.<sup>11</sup>

Zakat sebagai ibadah maliyah merupakan kewajiban yang dibebankan kepada orang atau korporasi yang memiliki kelebihan harta (nishab), jadi bagi kalangan masyarakat yang memiliki surplus ekonomi atau muzaki mereka diwajibkan untuk diambil zakatnya. Lihat surat at taubah 103 Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.<sup>12</sup>

Untuk siapa zakat ini diberikan kepada mereka yang memiliki defisit ekonomi (mustahik). Hal ini dijelaskan dalam surat at taubah ayat 60. “Sesungguhnya zakat itu untuk fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, debitur, profesi dakwah, ibn sabil. Jadi zakat ini merupakan solusi terhadap persoalan ekonomi. Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.<sup>13</sup>

Zakat memiliki beberapa fungsi antara lain fungsi Ibadah (Keta'atan dan Syukur). Fungsi Sosial (Ukhuwah dan Keseimbangan). Fungsi Ekonomi (Pemerataan dan Pemberdayaan) Fungsi Pembentukan Karakter dan Mental (Dermawan, Ikhlas, Peduli, Disiplin, Tidak Cinta Dunia, Mulia). Zakat membentengi akidah umat dari masalah ekonomi. Karena itu Zakat ini jaminan penghidupan. Zakat bukan hanya sekali tapi diambil secara berulang-ulang setiap tahun begitu juga zakat ftrah setiap tahun. Secara konseptual zakat memang dapat membantu mustahik untuk meningkatkan konsumsi dan produksi yang secara agregat berkontribusi meingkatkan pertumbuhan ekonomi khususnya di era pandemi.<sup>14</sup>

Dalam konteks sejarah sejak masa Rasulullah, dan khulafaur rasyidin, zakat dihimpun melalui lembaga, sehingga zakat memiliki *multiplier effect*. Yang kedua zakat tidak hanya konsumtif tetapi produktif. Pada saat pandemi covid-19 zakat harus responsif dalam memenuhi kebutuhan mustahik. Banyak mustahik baru akibat wabah ini, mereka yang di PHK butuh pekerjaan. Ini adalah mustahik alamiah. Zakat tidak

---

<sup>11</sup> Kartika Andiani, Didin Hafidhuddin, Irfan Syauqi Beik, M. Khalifah Ali. (2018). Strategy of BAZNAS and Laku Pandai for Collecting and Distributing Zakah in Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*. 10 (2)

<sup>12</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia. (2011). *Alqur'an&Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan. Jakarta: PT. Widya Cahaya.

<sup>13</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia. (2011). *Alqur'an&Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan. Jakarta: PT. Widya Cahaya. Baca juga Nurhidayat, Ekonomi Ramadhan Ditengah Wabah Covid-19. *Monitor.co.id*. Edisi 24 April 2020

<sup>14</sup> Euis Amalia. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*. Depok: Gramata Publishing.

memenuhi kebutuhan sesaat tetapi mempunyai pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat. Melalui pemberdayaan kemiskinan didibuatkan lapangan pekerjaan.

Pada zaman Umar bin Abdul Aziz dalam tempo 30 bulan tidak ditemukan lagi masyarakat miskin, karena semua muzakki mengeluarkan zakat dan distribusi zakat tidak sebatas konsumtif, tetapi juga produktif. Peran zakat sangat penting dan strategis. Fakta sejarah membuktikan di zaman sahabat, ummayyah, dan Abbasiyah, ekonomi umat tumbuh karena potensi zakat umat digali secara optimal.<sup>15</sup>

Inilah kelebihan dari zakat yang dikelola secara profesional melalui lembaga amil zakat. Sehingga dengan manajemen modern zakat memiliki frekuensi yang besar dalam menuntaskan problematika ekonomi. Dengan zakat produktif zakat mempunyai multiplier effect. Surat Rum 39 menjelaskan makna implisit dari multiplier effect ini. Walau secara zahirnya zakat itu berkurang, tetapi hakikatnya menjadi sebab bangkitnya ekonomi negara.

Dalam pandangan Arramli Assyafii zakat menolak bahaya ekonomi yang diakibatkan oleh berbagai bencana. Oleh karenanya Lembaga Zakat dapat mengalokasikannya untuk pembelian alat-alat medis, atau alat kesehatan, dan menolong korban PHK. Namun demikian, karena jumlah dana yang dihimpun Lembaga zakat tidak seimbang dengan jumlah mustahik. Maka lembaga zakatpun membutuhkan langkah-langkah strategis dan taktis yang dapat dilakukan antara lain merelokasi anggaran dan melakukan efisiensi. Dalam kondisi yang mendesak seperti ini sehingga menurut Ibnu Hazm jika lembaga zakat tidak mampu mengatasi persoalan ekonomi akibat pandemi ini maka negara dapat memaksa aghniya untuk menanggung mereka.

Solusi jangka pendek lembaga zakat dalam situasi ini adalah terus melakukan edukasi kepada masyarakat akan pentingnya membayar zakat di tengah situasi meningkatnya jumlah mustahik, kedua lembaga zakat harus melakukan strategi pengumpulan melalui strategi digitalisasi fundraising, dan yang ketiga lembaga zakat harus membuat skala prioritas saat ini dengan mengalokasikan dan memprioritaskan zakat konsumtif.

### 3. Belajar Fundraising dari Didi Kempot

Ada tiga pelajaran berharga dari fenomena Didi Kempot ini. *Pertama*, bagi lembaga zakat menampilkan figur atau tokoh dalam strategi *fundraising* itu sangat dibutuhkan. Lembaga zakat bisa mengajak berbagai figur untuk menghimpun zakat melalui berbagai program. Dalam strategi dakwah mereka ini adalah dai. Dai tidak harus selalu pendekatannya agama tapi juga bisa melalui pendekatan seni, budaya, olahraga dan lainnya. Figur ini menjadi magnet dalam menghimpun zakat.

---

<sup>15</sup> Yusuf Qaradhawi. (2005). *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*, (Jakarta: PT. Zikrul Hakim).

Pelajaran *kedua*, ternyata pandemi covid-19 tidak menjadi kendala dalam melakukan *fundraising* zakat. Konser Amal dari Rumah adalah sebuah fenomena baru dalam strategi konser sekaligus strategi *fundraising*. Rumah bagi Didi Kempot ternyata berhasil menghimpun amal melebihi konser yang dilakukan di stadion atau lapangan terbuka.

Pelajaran *ketiga*, dari Konser Amal Didi Kempot adalah pentingnya membangun komunitas, sahabat Ambyar adalah komunitas yang melintasi sekat-sekat primordial, usia dan juga budaya. Walaupun lagu yang ditampilkan lagu-lagu campur sari, tetapi penggemarnya dari berbagai daerah. Komunitas yang dibangun oleh Didi Kempot adalah komunitas milenial yang mereka ini menguasai teknologi informasi. Sehingga konsernya *dishare* di berbagai media sosial.

Didi Kempot meninggalkan pelajaran berharga dalam penghimpunan dana. Melalui pendekatan seni ini Didi Kempot sangat menginspirasi. Di akhir hayatnya berhasil menghimpun dana yang dibagikan kepada warga tidak mampu yang diakibatkan Covid-19. Kontribusinya sangat besar dan bermanfaat ini sebagai indikator kebajikannya.<sup>16</sup>

Selain Didi Kempot yang berhasil mengumpulkan dana cukup besar Presiden Republik Indonesia Pertama Ir. Soekarno pernah menghimpun dana yang besar sehingga mampu membeli pesawat pertama Republik Indonesia. Masyarakat Aceh membuktikan semangat Filantropi pada awal Indonesia merdeka, ketika Presiden Soekarno bulan Juni 1948 berkunjung ke Aceh. Masyarakat Aceh mampu mengumpulkan donasi untuk membeli pesawat pertama yang dimiliki bangsa Indonesia. Para pengusaha Aceh dan masyarakat berhasil menghimpun donasi sejumlah 120.000 dolar Malaysia dan 20 kg emas pada waktu itu. Sehingga dengan donasi tersebut mampu membeli dua pesawat berjenis dakota yang menjadi cikal bakal penerbangan Indonesia.

Aceh menjadi para meter keberhasilan fundraising, pada tahun 2004 ketika Aceh dihantam bencana tsunami warga dunia menyumbang bantuan untuk negara-negara Asia yang menjadi korban bencana tsunami termasuk Aceh, dana terhimpun mencapai US\$ 500 juta. Bantuan berasal dari Bank Dunia dan dari 30 negara anggota PBB. Ini adalah bentuk kedermawanan dunia yang Bank Dunia akan memberikan bantuan paling besar, Inggris adalah negara terbesar Inggris memberikan bantuan sebesar US\$ 96 juta, diikuti Swedia US\$ 75,5 juta, Spanyol US\$ 68 juta, Cina US\$ 63,2 juta, dan Perancis US\$ 57 juta. Cina adalah negara yang menambah jumlah bantuannya dari US\$ 2,6 juta ditambah US\$ 60.42 juta.

Masyarakat dunia sangat terpenggil dengan bencana yang terjadi di Aceh dan negara lainnya. Palang Merah Amerika Serikat menerima bantuan dari warga negaranya sebesar US\$ 3,5 juta, bantuan tersebut belum ditambah bantuan pemerintah AS sebesar US\$ 35 juta. Sebuah yayasan di Inggris, Yayasan Inggris di bawah payung the Disasters Emergency Committee (DEC) berhasil mengumpulkan dana US\$ 49,5 juta

---

<sup>16</sup> Nurhidayat. (2020). Didi Kempot dan Strategi Fundraising Zakat, Carapandang.com. Edisi 13 Mei 2020

dalam 48 jam. Kampanye pengumpulan bantuan ini melibatkan Oxfam, Save the Children, the British Red Cross, World Vision, dan Christian Aid. Negara-negara penyumbang besar lainnya adalah Australia yang menjanjikan mengucurkan bantuan US\$ 46.7 juta, Kanada US\$ 44 juta Jepang US\$ 40 juta, Belanda US\$ 36 juta, Jerman US\$ 27 juta, Australia \$A 35 juta, Portugal US\$ 11 juta, dan Arab Saudi US\$ 10 juta. Ini adalah pelajaran berharga dari Aceh yang menjadi gerakan filantropi masyarakat dunia yang terbesar sepanjang sejarah.<sup>17</sup>

#### 4. Digitalisasi fundraising

Dalam kondisi pandemi covid-19 Baznas mengembangkan layanan lima strategi fundraising digital. Strategi ini sebetulnya sudah dilakukan Baznas sejak 2016. Pada masa pandemi ini diperkuat lagi dengan membentuk tim khusus Digital fundraising yang beranggotakan tenaga muda, tim ini juga didukung oleh divisi CRM (customer relationship management) dan divisi IT (Information Technology).<sup>18</sup>

Kelima strategi yang dikembangkan Baznas itu antara lain pertama internal platform. Dengan strategi ini Baznas antara lain mengembangkan layanan donasi via situs internet dan android. Strategi kedua eksternal platform, Baznas menjalin kerjasama dengan provider penyedia platform toko online dan bisnis digital. Strategi ketiga social media platform dengan mengembangkan program donasi via media sosial (line, whatsapp dan facebook). Strategi keempat artificial intelligence platform artinya Baznas menciptakan mesin cerdas yang bertujuan untuk mempermudah dan memperkuat layanan fundraising dengan membuat aplikasi zakat yang dapat diunduh melalui aplikasi. Dan strategi kelima innovation platform, melalui strategi ini Baznas mengembangkan inovasi fundraising digital yang sesuai dengan tuntutan, kebutuhan dan adaptasi teknologi.

Menurut Dian strategi penghimpunan zakat pada BAZNAS meliputi: a). Peningkatan kerja sama dengan berbagai instansi termasuk instansi pemerintah; b). Menambah frekuensi sosialisasi melalui pelaksanaan seminar dan workshop zakat; c). Memberikan beasiswa kepada mahasiswa di program studi zakat; d). Menjaring muzakki dari kalangan petani; e). Menambah lokasi konter zakat di beberapa lokasi strategis; f). Mengembangkan sistem ICT dalam pengelolaan zakat; g). Mengoptimalkan pemfungsian NPWZ.<sup>19</sup>

Strategi yang sama juga dilakukan oleh Dompot Dhuafa, donasi digital yang dikembangkan Dompot Dhuafa dengan menghadirkan Donasi Mobile QR Code. Fasilitas ini memberikan kemudahan kepada muzaki untuk melakukan penghitungan zakat dan payment gateway berbasis teknologi dengan pemanfaatan bar code. Dengan strategi ini muzaki bisa melakukan pembayaran zakat tanpa uang tunai (*cashless*).

---

<sup>17</sup> Dikutip dari Nurhidayat. (2020). Gerakan Filantropi Ramadhan Saat Pandemi Covid-19. Genial.id. Edisi 30 April 2020.

<sup>18</sup> Data didapatkan dari Republika.co.id 15 Mei 2020

<sup>19</sup> Dian Purnamasari, dan Achmad Firdaus, (2017). Analisis Strategi Penghimpunan Zakat Dengan Pendekatan Business Model Canvas. Human Falah: 4 (2).

Selain itu Dompot Dhuafa juga menyediakan layanan rekening ponsel. Program ini memberikan kemudahan, kecepatan dan kenyamanan dalam melakukan pembayaran zakat.<sup>20</sup>

Dompot Dhuafa melakukan strataegi digital fundraising dengan empat langkah pertama Dompot Dhuafa melakukan optimalisasi kanal-kanal komunikasi digital. Kedua memberikan kemudahan layanan zakat bagi muzaki sambil terus melakukan edukasi penyadaran pentingnya membayar zakat. Ketiga memperluas portofolio program yang langsung berdampak kepada mustahik. Dan keempat melakukan pendistribusian zakat secara transparans dan akuntabel. Semua itu dilakukan dalam upaya mengikat muzaki untuk terus memberikan kepercayaan kepada Dompot Dhuafa.<sup>21</sup>

Berdasarkan laporan Institute for Demographic and Poverty Studies (Ideas) menyatakan penghimpunan dana di lembaga zakat (LAZ) turun drastis di tengah pandemi Covid-19. Ideas merekomendasikan beberapa strategi yang bisa diambil Laz agar mampu bertahan di tengah pandemi yang sampai saat ini belum diketahui kapan berakhir. Strategi pertama, menjalin kolaborasi program dengan pihak-pihak lain. Kedua, memperketat keuangan lembaga selama krisis dengan membuat skala prioritas, terutama dalam anggaran operasional lembaga.

Strategi berikutnya adalah meningkatkan kanal pembayaran donasi secara digital sejalan dengan meningkatkan brandinLaz. Bagi Laz yang menjadi implementasi proyek dari donor, lembaga harus menguatkan kepercayaan kepada donor. Bahwa lembaga mereka bisa tetap bekerja sesuai dengan target yang ditetapkan tanpa mengurangi efektivitas layanan program kepada masyarakat.

Ideas melakukan survei terhadap 100 responden melalui form online. Sebanyak 49 persen responden merupakan pegiat sosial yang bekerja di lembaga amil zakat, sebanyak 15,3 persen bekerja di lembaga yayasan sosial, dan 35,7 persen bekerja pada bisnis sosial. Hasil survei menemukan fakta bahwa pandemi Covid-19 berdampak pada menurunnya penghimpunan lembaga secara drastis pada kisaran 20-50 persen. Padahal biasanya bulan Ramadhan adalah puncak penghimpunan dana zakat.<sup>22</sup>

#### D. KESIMPULAN

Kesimpulan dari tulisan ini adalah bahwa institusi zakat di Indonesia (Baznas maupun LAZ) saat ini masih mengintegrasikan penghimpunan secara manual dan digital. Kedua strrtategi ini masih menjadi andalan. Hal tersebut disesuaikan dengan segmentasi muzaki. Segmentasi muzaki diperkotaan dan muzaki milenial lebih menyukai digital fundraising.

Berdasarkan kesimpulan tersebut penulis berpendapat bahwa strategi fundraising sangat mempengaruhi muzaki. Oleh sebab itu inovasi dengan

---

<sup>20</sup> Data didapatkan dari Republika.co.id 2020

<sup>21</sup> Data didapatkan dari Republika.co.id 2020

<sup>22</sup> Data didapatkan dari Republika.co.id. Edisi 28 Mei 2020

mengintegrasikan manual dan digital menjawab kebutuhan sekaligus mempermudah muzaki dan membayar zakat. Strategi baru yang bisa dipakai antara lain adalah pendekatan keluarga dan konser amal yang tidak hanya bermaterikan agama tetapi juga pentingnya kedermawanan sosial. Seperti halnya yang dilakukan oleh Almarhum Didi Kempot.

Penulis sangat berharap dengan tulisan ini dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis tulisan ini semoga dapat memperkaya literatur tentang manajemen zakat di Indonesia, dan secara praktis kepada institusi zakat semoga tulisan ini bisa menjadi pedoman dalam mengembangkan model fundraising zakat.

#### REFERENSI:

- Andiani, Kartika, Hafidhuddin, Didin, Beik, Irfan Syauqi, Ali, M. Khalifah. (2018). Strategy of BAZNAS and Laku Pandai for Collecting and Distributing Zakah in Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*. 10 (2)
- Anggraeni, RR Dewi. "Wabah Pandemi Covid-19, Urgensi Pelaksanaan Sidang Secara Elektronik," 'Adalah, Volume 4, No. 1 (2020)
- Euis Amalia. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*. Depok: Gramata Publishing.
- Kasri, Rahmatina, A. (2018). Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*. 10 (1).
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2011). *Alqur'an&Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan. Jakarta: PT. Widya Cahaya.
- Muneeza, Aishath. (2019). The Potential of Application of Technology-Based Innovations for Zakat Administration in India. *INCEIF Malaysia*. 12(1)
- Nazir. Moh. (1998), *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia)
- Niamulloh. (2013) *Metode Fundraising Dana Zakat, Infak dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Daerah (Bazda) Kabupaten Sukabumi*. EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Vol. 2 No. 1 Juni
- Nur Rohim, Ade. (2019). Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. 4. (1).
- Nurhidayat, (2020). *Ekonomi Ramadhan Ditengah Wabah Covid-19*. Monitor.co.id. Edisi 24 April 2020
- Nurhidayat. (2020). *Didi Kempot dan Strategi Fundraising Zakat*, Carapandang.com. Edisi 13 Mei 2020
- Nurhidayat. (2020). *Gerakan Filantropi Ramadhan Saat Pandemi Covid-19*. Edisi 30 April 2020

- Purnamasari, Dian dan Firdaus, Achmad. (2017). Analisis Strategi Penghimpunan Zakat Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Human Falah*: 4 (2).
- Qaradhawi, Yusuf. (2005). *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan*, (Jakarta: PT. Zikrul Hakim).
- Rachmasari, Yessi, Nulhaqim, Soni, Akhmad dan Apsari, Nurliana Cipta. (2016). Penerapan Strategi Fundraising Di Save the Children Indonesia (Fundraising Strategy Implementation in Save the Children Indonesia). *Social Work Jurnal*. 6 (1).
- Republika.co.id. Edisi Mei 2020
- Republika.co.id. Kamis 28 Mei 2020
- Sharianews.com. Edisi 11 Mei 2020
- Soleh, Mohammad. (2020). Zakat Fundraising Strategy: Opportunities and Challenges in Digital Era. *Journal of Nahdlatul Ulama Studies*.1 (1)
- Whillans, V. Ashley. (2016). *A Breaif Introduction to The Science of Fundraising*. Departement of Psychology the University of British Columbia.

**Nurhidayat**