

## BAB II

### STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT

#### A. Konsep Zakat

##### 1. Pengertian Zakat

Secara etimologis (bahasa), zakat berasal dari bahasa Arab *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik, dan bertambah. Sedangkan secara terminologis (istilah) di dalam fikih, zakat adalah sebutan atau nama bagi sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah Swt supaya diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (*mustahiq*) oleh orang-orang yang wajib mengeluarkan zakat (*muzakki*)<sup>1</sup>

Zakat ibarat benteng yang melindungi harta dari penyakit dengki dan iri hati, dan zakat ibarat pupuk yang dapat menyuburkan harta untuk berkembang dan tumbuh. Hubungan dengan Allah telah terjalin dengan ibadah shalat dan hubungan dengan sesama manusia telah terikat dengan infak dan zakat. Hubungan vertikal dan horizontal perlu dijaga dengan baik. Hubungan ke atas dipelihara, sebagai tanda bersyukur dan berterima kasih, dan hubungan dengan sesama dijaga sebagai tanda setia kawan, berbagi rahmat dan nikmat.<sup>2</sup>

Adapun menurut istilah, zakat adalah suatu bentuk ibadah kepada Allah Swt dengan cara mengeluarkan kadar harta tertentu yang wajib

---

<sup>1</sup> Umrotul Hasanah, *Manajemen Zakat Modern*, (Malang: UIN Maliki Pres, 2010), 34

<sup>2</sup> M. Ali Hasan, *Masail Fiqhiyah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 2

dikeluarkan menurut syariat Islam dan diberikan kepada golongan atau pihak tertentu.<sup>3</sup>

Ada keterkaitan erat antara makna zakat secara bahasa dan istilah, yaitu bahwa setiap harta yang sudah dikeluarkan zakatnya akan menjadi suci, bersih, baik, berkah, tumbuh dan berkembang. Dalam konteks penggunaannya, selain untuk kekayaan, tumbuh dan suci itu disifatkan untuk jiwa orang yang menunaikan zakat. Dengan demikian, sesudah mengeluarkan zakat seseorang telah suci dirinya dari penyakit kikir dan tamak, hartanya juga telah bersih, karena tidak ada lagi hak orang lain pada hartanya itu.

Perintah Allah Swt untuk melaksanakan zakat tersebut seringkali beriringan dengan perintah pelaksanaan shalat. Hal ini menunjukkan betapa penting peran zakat dalam kehidupan umat Islam. Seperti yang telah disebutkan dalam Qs. *An-Nur* ayat 56:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: Dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat, dan taatlah kepada rasul, supaya kamu diberi rahmat. (Qs. An-Nur:56)

## 2. Landasan Hukum Zakat

Zakat merupakan konsep ajaran Islam yang berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah bahwa harta kekayaan yang dipunyai seseorang adalah amanah dari Allah dan berfungsi sosial. Dasar hukum zakat terdapat dalam Al-Quran dan Hadis antara lain:

---

<sup>3</sup> Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Ustmani, *Fatwa-fatwa Zakat*, (Jakarta: Darussunnah Pres, 2008), 2

a. Al-Qur'an Surat *Al-Baqarah* ayat 110

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ ۗ<sup>4</sup>  
إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Alah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan. (Qs. *Al-Baqarah*:110)<sup>4</sup>

b. Al-Qur'an Surat *Al-Hajj* ayat 78

وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ ۗ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ ۗ مِثْلَ أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ ۗ هُوَ سَمَّاكُمُ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلُ وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ ۗ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاعْتَصِمُوا بِاللَّهِ هُوَ مَوْلَاكُمْ ۗ فَنِعْمَ الْمَوْلَىٰ وَنِعْمَ النَّصِيرُ

Artinya: Dan berjihadlah kamu pada jalan Allah dengan jihad yang sebenar-benarnya. Dia telah memilih kamu dan Dia sekali-kali tidak menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan. (Ikutilah) agama orang tuamu Ibrahim. Dia (Allah) telah menamai kamu sekalian orang-orang muslim dari dahulu, dan (begitu pula) dalam (Al Quran) ini, supaya Rasul itu menjadi saksi atas dirimu dan supaya kamu semua menjadi saksi atas segenap manusia, maka dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berpeganglah kamu pada tali Allah. Dia adalah Pelindungmu, maka Dialah sebaik-baik Pelindung dan sebaik-baik Penolong. (Qs. *Al- Hajj*:78)<sup>5</sup>

c. Al-Qur'an Surat *At- Taubah* ayat 103

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

<sup>4</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 17

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 341

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (Qs. At-Taubah:103)<sup>6</sup>

d. Al-Qur'an Surat *Ali 'Imran* ayat 18

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ ۗ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Artinya: Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang menegakkan keadilan. Para Malaikat dan orang-orang yang berilmu (juga menyatakan yang demikian itu). Tak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (Qs. Ali 'Imran:18)<sup>7</sup>

e. Hadis tentang zakat

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: ( أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ مُعَاذًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ إِلَى الْيَمَنِ (فَذَكَرَ الْحَدِيثَ) وَفِيهِ: ( أَنَّ اللَّهَ قَدْ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً فِي أَمْوَالِهِمْ, تُؤْخَذُ مِنْ أَعْيَانِهِمْ, فَتُرَدُّ فِي فُقَرَائِهِمْ ( مَنَّقُ عَلَيْهِ, وَاللَّفْظُ لِلْبُخَارِيِّ

Dari Ibnu Abbas r. bahwa Nabi Shallallahu 'alaihi wa Sallam mengutus Mu'adz ke negeri Yaman, ia meneruskan hadits itu dan didalamnya (beliau bersabda): "Sesungguhnya Allah telah mewajibkan mereka zakat dari harta mereka yang diambil dari orang-orang kaya di antara mereka dan dibagikan kepada orang-orang fakir di antara mereka. (Muttafaq Alaihi dan lafadznya menurut Bukhari).<sup>8</sup>

3. Syarat-syarat Wajib Zakat

Syarat-syarat wajib zakat itu diantaranya adalah:<sup>9</sup>

- a. Islam
- b. Merdeka

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 203

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 52

<sup>8</sup> Dikutip dari Kitab *Bulughul Maram*, Hadis 621

<sup>9</sup> Abdul Al-Hamid Mahmud Al-ba'ly, *Ekonomi Zakat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 6

- c. *Baligh* dan berakal
- d. Harta yang dimiliki sudah mencapai *nisab* dan mempunyai nilai lebih dari *nisab* tersebut jika dihitung, kecuali pada zakat binatang.
- e. Kepemilikan penuh, Mazhab Maliki berpendapat bahwa yang dimaksud dengan harta yang dimiliki secara penuh ialah harta yang dimiliki secara asli dan hak pengeluarannya berada ditangan pemiliknya.<sup>10</sup>
- f. Telah melewati *haul* (satu tahun), kecuali zakat pada tanaman. Tahun yang dihitung adalah tahun *qomariyah*, bukan tahun *syamsiyah*. Pendapat ini telah disepakati oleh para *tabi'in* dan *fuqaha*.

#### 4. Sasaran Zakat

Ada delapan kelompok (*ashnaf*) orang yang dinyatakan berhak menerima zakat (*mustahiq*). Sebagaimana firman Allah dalam surat *At-Taubah* ayat 60 sebagai berikut:

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ فُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ قَرِيضَةٌ مِنَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya: 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 yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. (Qs. At-Taubah: 60)<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Wahbah Al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, cetakan ke-7 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008),102

<sup>11</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 192

Delapan *ashnaf* tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Fakir; yang dimaksud fakir dalam persoalan zakat ialah orang yang tidak mempunyai barang yang berharga, kekayaan dan usaha sehingga dia sangat perlu ditolong keperluannya.
- b. Miskin; yang dimaksud miskin dalam persoalan zakat ialah orang yang mempunyai barang yang berharga atau pekerjaan yang dapat menutup sebagian hajatnya akan tetapi tidak mencukupinya, seperti orang yang memerlukan sepuluh dirham tapi hanya memiliki tujuh dirham saja.
- c. *Muallaf*; yang dimaksud muallaf disini ada 4 macam yaitu:
  - 1) *Muallaf* muslim ialah orang yang sudah masuk islam tetapi niatnya atau imannya masih lemah, maka diperkuat dengan member zakat.
  - 2) Orang yang telah masuk Islam dan niatnya cukup kuat, dia diberi zakat dengan harapan kawan-kawannya akan tertarik masuk islam.
  - 3) *Muallaf* yang dapat membendung kejahatan orang kaum kafir disampingnya.
  - 4) *Muallaf* yang dapat membendung kejahatan orang yang membangkang membayar zakat.
- d. *Riqab*; yang dimaksud *riqab* ialah budak belian yang diberi kebebasan usaha mengumpulkan kejayaan agar dapat menembus dirinya untuk merdeka.

- e. *Gharim*; yang dimaksud gharim ialah orang yang terlilit hutang dan tidak bisa keluar dari lilitan hutangnya kecuali dengan bantuan zakat
- f. *Sabilillah*; yang dimaksud sabilillah ialah jalan yang dapat menyampaikan sesuatu karena ridho Allah baik berupa ilmu maupun amal.
- g. *Ibnusabil*; yang dimaksud ibnusabil ialah orang yang mengadakan perjalanan dari negara dimana dikeluarkan zakat atau melewati negara itu.<sup>12</sup>

#### 5. Hikmah dan Manfaat Zakat

Setiap kewajiban yang diperintahkan Allah Swt, termasuk adanya kewajiban berzakat, pasti memiliki hikmah dan manfaat. Didin Hafiduddin mengemukakan beberapa peran dan hikmah zakat, yaitu:

- a. Zakat sebagai perwujudan iman kepada Allah SWT, mensyukuri nikmat-Nya, menumbuhkan rasa kepedulian yang tinggi, menghilangkan sifat kikir dan rakus, sekaligus mengembangkan dan mensucikan harta yang dimiliki.
- b. Zakat merupakan sarana untuk menolong dan membina mustahiq terutama ke arah kehidupan yang lebih sejahtera. Zakat sesungguhnya tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif yang bersifat sesaat, melainkan juga memberikan kecukupan kepada

---

<sup>12</sup> Umrotul Hasanah, *Manajemen Zakat Modern*, (Malang: UIN Maliki Pres, 2010), 41-42

mustahiq dengan cara menghilangkan/ memperkecil penyebab kemiskinan.

- c. Zakat sebagai pilar amal bersama (*jama'i*) antara kelompok aghniya yang berkecukupan dengan para mujahid yang waktunya sepenuhnya untuk berjuang di jalan Allah sehingga tidak memiliki waktu yang cukup untuk berusaha bagi kepentingan nafkah diri dan keluarganya.
- d. Zakat merupakan salah satu bentuk konkrit jaminan sosial yang disyari'atkan oleh ajaran Islam bagi para *mustahiq*.
- e. Zakat merupakan salah satu sumber dana pembangunan sarana dan prasarana yang harus dimiliki umat Islam, seperti sarana pendidikan, kesehatan, sosial-ekonomi, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia muslim.
- f. Zakat dapat memasyarakatkan etika bisnis yang benar. Hal ini karena zakat berarti mengeluarkan bagian dari hak orang lain dari harta yang diusahakan dengan baik dan benar.
- g. Zakat merupakan salah satu instrumen pemerataan pendapatan. Melalui zakat, terjadi transfer kekayaan dari *muzakki* yang memiliki kelebihan harta kepada *mustahiq* yang kekurangan harta.
- h. Dorongan ajaran Islam yang begitu kuat untuk berzakat, berinfaq, dan bershadaqah menunjukkan bahwa Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan berusaha agar mampu memenuhi kebutuhan hidup



diri dan keluarganya, serta berlomba- lomba menjadi *muzakki* dan *munfik*.<sup>13</sup>

## B. Konsep Penghimpunan Dana

### 1. Pengertian Penghimpunan (*Fundraising*)

Dalam kamus Inggris-Indonesia *fundraising* diartikan sebagai pengumpulan dana atau penghimpunan dana, sedangkan dalam kamus besar Indonesia, yang dimaksud dengan pengumpulan dana atau penghimpunan dana adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, penghimpun, penyerahan.<sup>14</sup>

Penghimpunan dana (*fundraising*) dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.<sup>15</sup> *Fundraising* (penghimpunan dana) dapat pula diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, ( Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 10-15

<sup>14</sup> Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 12

<sup>15</sup> Hendra Sutisna, *Fundraising Database*, (Jakarta: Piramedia, 2006), 1

<sup>16</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Sukses, 2009), 12

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi penghimpunan dana (*fundraising*) adalah rencana sebuah proses mempengaruhi masyarakat atau calon donator agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proses mempengaruhi disini yaitu meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu. Dalam kerangka *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donator, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari penghimpunan dana (*fundraising*) di suatu lembaga, maka dibutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.

## 2. Tujuan Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

Adapun tujuan *fundraising* menurut Juwaini adalah sebagai berikut:

- a. Tujuan menghimpun dana adalah sebagai tujuan yang paling mendasar. Tujuan inilah yang paling pertama dan utama dalam pengelolaan lembaga dan ini pula yang menyebabkan mengapa dalam pengelolaan *fundraising* harus dilakukan.

- b. Tujuan kedua adalah menambah calon donator atau menambah populasi donator. Lembaga yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donaturnya.
- c. Meningkatkan atau membangun citra lembaga, bahwa aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), baik secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga.
- d. Menghimpun relasi dan pendukung, kadangkala ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Mereka punya kesan positif dan bersimpati terhadap lembaga tersebut. Akan tetapi, pada saat itu mereka tidak mempunyai kemampuan untuk memberikan sesuatu kepada lembaga tersebut karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini harus diperhitungkan dalam aktifitas *fundraising*, meskipun mereka tidak mempunyai donasi, mereka akan berusaha melakukan dan berbuat apa saja untuk mendukung lembaga dan akan fanatik terhadap lembaga. Dengan adanya kelompok ini, sebuah lembaga telah memiliki jaringan informal yang sangat menguntungkan dalam aktifitas *fundraising*.
- e. Tujuan kelima yaitu meningkatkan kepuasan donatur, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang,

meskipun dalam pelaksanaan kegiatan secara teknis dilakukan sehari-hari. Mengapa kepuasan donatur itu penting? Karena kepuasan donatur akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diberikan kepada lembaga. Mereka akan mendonasikan dananya kepada lembaga secara berulang-ulang, bahkan menginformasikan kepuasannya terhadap lembaga secara positif kepada orang lain. Dengan demikian, secara otomatis kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.<sup>17</sup>

### 3. Ruang Lingkup *Fundraising*

Pada dasarnya fundraising tidak identik hanya dengan uang semata, ruang lingkungannya begitu luas dan mendalam, untuk memahaminya terlebih dahulu dibutuhkan pemahaman tentang substansi dari pada *fundraising* tersebut.

Adapun substansi *fundraising* menurut Miftahul Huda dapat diringkas dalam tiga hal, yaitu:

#### a. Motivasi

Motivasi diartikan sebagai serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan dan alasan-alasan yang mendorong, calon donatur untuk mengeluarkan sebagian hartanya.

---

<sup>17</sup> Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, (Jakarta: Piramedia, 2005), 5-7

b. Program

Substansi *fundraising* berupa program yaitu kegiatan dari implementasi visi dan misi lembaga yang jelas sehingga masyarakat mampu tergerak untuk melakukan zakat, infak dan sedekah.

c. Metode

Substansi *fundraising* berupa metode diartikan sebagai pola, bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat donatur/*muzakki*.

Metode ini pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu: metode langsung (*direct fundraising*) adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung. Sedangkan metode tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti contohnya: *image campaign*, penyelenggara event, menjalin relasi, melalui referensi, mediasi para tokoh, dan lain-lain.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 36-37

## C. Strategi Penghimpunan Dana Zakat

### 1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang berarti seni atau ilmu menjadi jenderal. Makna strategi tersebut, tidak lepas dari sejarah pemakaian istilah strategi sebagai istilah yang digunakan di ranah militer. Menurut Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani “*strategos*”, yang berasal dari kata “*stratos*” yang berarti militer dan “*Ag*” yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Tidaklah mengherankan jika pada awalnya strategi ini populer dalam dunia militer, sedang perkembangannya di dunia usaha dalam dekade 50-an dapat digunakan sebagai pijakan.<sup>19</sup> Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia kata strategi berarti 1) ilmu siasat perang 2) siasat, tipu akal muslihat untuk mencapai suatu maksud. Atau dengan kata lain, strategi juga berarti cara atau taktik.<sup>20</sup> Strategi di definisikan sebagai kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah dari suatu organisasi<sup>21</sup>

Giffin, sebagaimana dikutip oleh Tisnawati dan Kurniawan Saefullah mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk

---

<sup>19</sup>Setiawan Hari Purnomo & Zulkieflimansyah, t.th. *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia), 8.

<sup>20</sup> JS Badudu, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hal. 1357

<sup>21</sup> Benjamin B. Tregoe dan John W. Zimmerman, *Strategi manajemen*, terj. R. A. Rivai, (Jakarta: Erlangga, 1980), 15

mencapai tujuan organisasi (*strategy is a accomplishing an organization's goal's*). Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi di maksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan di bandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>22</sup>

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah paduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.<sup>23</sup>

Seiring perkembangan pesat media, lembaga harus mampu memanfaatkan setiap media yang ada untuk mengembangkan komunikasi dengan donatur, *muzakki*, atau masyarakat. Komunikasi adalah hal yang paling utama yang harus dimiliki oleh lembaga amil zakat untuk melakukan aktivitas fundraising. Komunikasi pemasaran merupakan

---

<sup>22</sup> Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2005), 132

<sup>23</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cetakan ke-22 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 32

usaha untuk menyampaikan pesan kepada public terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk dipasar.<sup>24</sup>

Meskipun istilah strategi yang dikemukakan oleh para ahli di atas mempunyai arti yang bermacam-macam, namun esensinya tidak jauh berbeda. Secara singkat dapat dikatakan bahwa strategi merupakan sikap lembaga dalam menghadapi lingkungan atau keadaan sekelilingnya agar tujuan lembaga dapat tercapai. Seandainya suatu lembaga berusaha tanpa strategi, mungkin saja bisa sukses, akan tetapi kesuksesan itu bisa dikatakan sebagai sukses yang kebetulan. Sasaran bisa saja tercapai tanpa strategi, tapi belum pasti efisien. Namun, strategi saja tidak cukup, dibutuhkan pengaturan atau manajemen yang memungkinkan perusahaan atau lembaga mencapai tujuan. Manajemen strategilah yang lebih tepat supaya strategi-strategi perusahaan atau lembaga dapat terlaksana dengan baik.

Manajemen strategi adalah perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan/atau jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan

---

<sup>24</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 267



pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi.<sup>25</sup>

Pendekatan strategi pada hakekatnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Memusatkan perhatian pada kekuatan atau power
- b. Memusatkan pada analisa dinamik, gerak dan analisa aksi
- c. Memusatkan pada tujuan yang ingin dicapai serta gerak untuk mencapai tujuan tersebut.
- d. Memperhatikan faktor waktu dan lingkungan.
- e. Berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konsep, kemudian mengadakan analisa mengenai kemungkinan-kemungkinan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka menuju tujuan itu sendiri.<sup>26</sup>

## 2. Tahapan Strategi

Fred R. David menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

### a. Perumusan Strategi

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah merumuskan strategi, yang didalamnya mencakup kegiatan pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektifitas, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi untuk

---

<sup>25</sup> Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik*, cetakan ke-2 (Gajah Mada University, 2003), 149-152

<sup>26</sup> Ali Moestopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: CSIS, 1978), 8-9

dilaksanakan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

b. Implementasi Strategi

Langkah kedua setelah merumuskan strategi adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi.

c. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dari strategi ini adalah evaluasi strategi, evaluasi strategi ini diperlukan karena menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

Ada tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi yaitu:

- 1) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi.
- 2) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan).
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002),30

### 3. Konsep Strategi Penghimpunan Dana Zakat

Penggalangan 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 organisasi pengelola zakat. Setiap organisasi nirlaba dalam melaksanakan penghimpunan/ penggalangan dana memiliki berbagai cara dan strategi dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang optimal. Oleh karena itu aktivitas *fundraising* dalam sebuah lembaga harus dikembangkan, baik dalam konteks awal perencanaan maupun pengawasan oleh pengelola lembaga dengan berbagai perspektif manajemen modern yang ada. Ada beberapa rumpun manajemen yang perlu diramu untuk mengembangkan *fundraising* dalam sebuah lembaga, yaitu: manajemen pemasaran dan manajemen produksi/ operasi.<sup>28</sup>

Manajemen pemasaran bukanlah diperuntukkan bagi perusahaan bisnis semata dan tidak pula hanya mengenai menjual semata, namun untuk penggalangan/penghimpunan dana di suatu lembaga perlu kemampuan pemasaran dan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip pemasaran juga. Sedangkan manajemen produksi/operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (faktor produksi: lembaga, modal, teknologi, peralatan dan lainnya)

---

<sup>28</sup> Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 25

dalam proses transformasi dari *input* menjadi produk lembaga seperti program organisasi.<sup>29</sup>

Selain perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengevaluasian untuk lebih mengoptimalkan strategi penghimpunan dana, maka sebelumnya perlu mengetahui unsur-unsur dalam kegiatan *fundraising*, yaitu:

a. Analisis kebutuhan

Kepercayaan dan pelayanan yang berkualitas merupakan kebutuhan donatur dan *muzakki* yang harus dipenuhi oleh LAZ yang berisi tentang kesesuaian dengan syariah, laporan dan pertanggungjawaban yang dibutuhkan oleh donatur dan *muzakki*.

b. Segmentasi

Segmentasi dalam pengelolaan zakat yang dimaksud adalah donatur dan *muzakki*, yang berperan sebagai upaya fundraising dalam mempermudah LAZ untuk menentukan langkah-langkah kebijakan strategi yang akan datang.

c. Identifikasi profil donatur

Profil calon donatur difungsikan untuk mengetahui lebih awal idensitas calon donatur itu sendiri. Identifikasi calon donatur berfungsi dalam membantu menentukan target dan sasaran.

---

<sup>29</sup> Ibid., 27

d. Positioning

Positioning sering dijelaskan sebagai strategi untuk memenagkan dan menguasai benak donatur dan masyarakat umum melalui produk-produk yang ditawarkan. Dengan kata lain *positioning* juga diartikan sebagai upaya untuk membangun dan mendapatkan kepercayaan dari para donatur dan masyarakat umum.

e. Produk

Lembaga seyogyanya mempunyai satu atau beberapa produk program yang ditawarkan kepada para calon donatur. Produk ini mengacu kepada peruntukan program yang dilakukan. Jumlah donasi atau aset yang disumbangkan dimaksudkan berapa jumlah donasi atau aset yang didonasikan sesuai dengan program apa yang dikembangkan oleh lembaga.

f. Promosi

Promosi dari lembaga kepada calon donatur digunakan untuk menginformasikan kepada donatur mengenai produk atau program yang ditawarkan. Promosi ini juga untuk meyakinkan kepada mereka untuk bersimpati dan mendukung terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

g. Maintenance

*Maintenance* adalah upaya lembaga untuk senantiasa menjalin hubungan dengan donatur dan *muzakki*, tidak ada maksud lain yang

diharapkan dalam menjalin hubungan kecuali adanya loyalitas dalam rangka meningkatkan perkembangan lembaga.<sup>30</sup>

Dengan demikian, Strategi pemasaran penghimpunan dana ZIS adalah sebuah cara yang dilakukan setiap lembaga amil zakat dalam menghimpun dana ZIS dengan mempromosikan, mendistribusikan, dan memberi pelayanan kepada *muzakki* agar *muzakki* merasa ingin menyalurkan hartanya melalui lembaga zakat tersebut.

---

<sup>30</sup> Ibid., 37-39