

Analisis Strategi Peningkatan *Fundraising* Dana Zakat Infaq Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Kantor Pelaksana Program (KPP) Solo

Angrahita Grahesti^{1*}, Sumadi², Iin Emy Prastiwi³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email correspondence: angrahitahesti03@gmail.com

Abstract

The existence of a gap between the potential and the realization of zakat needs to be considered quite seriously so that there is a need for deeper digging regarding fundraising methods or strategies to increase fundraising. This study aims to determine the effectiveness and evaluation of existing strategies to increase the collection of zakat, infaq, and alms funds at the Amil Zakat DT Peduli Solo Institute. The methods used in this research are literature study, observation, interviews, documentation, and distributing questionnaires. In this study using primary data obtained from interviews and secondary data sourced from relevant literature. The data analysis technique used is SWOT analysis and IFAS-EFAS. The results of the study show that the effectiveness of the strategy implemented by DT Peduli Solo is in the offline strategy, namely in the form of corporate, retail and events. Based on the SWOT analysis, the position of the strategy implemented by DT Peduli Solo is in quadrant I which supports an aggressive strategy, which means that the strategy implemented is good. This was obtained from the IFAS score of 1.46 and EFAS 2.30 so it is recommended to maximize the strength and opportunity factors.

Keywords: *fundraising strategy, ZIS, DT Peduli Solo*

Citation suggestions: Grahesti, A., Sumadi., & Prastiwi, I. E. (2023). Analisis Strategi Peningkatan *Fundraising* Dana Zakat Infaq Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Kantor Pelaksana Program (KPP) Solo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(01), 43-54. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Agama islam merupakan sebuah ajaran yang menata secara detail disetiap sisi kehidupan kita karena islam merupakan agama yang universal. Indonesia dengan demografik muslim terbesar yaitu 87,18% (Grahesti, Hutami, & Rohmah, 2023) merupakan negara paling dermawan yang menduduki peringkat pertama di dunia, hal ini berdasar pada *World Giving Index* yang dikeluarkan oleh badan amal *Charities Aid Foundation* tahun 2022 dengan presentase sebesar 68% pada tanggal 21 Oktober 2022. Pencapaian ini adalah kelima kalinya yang diperoleh dalam 5 tahun berturut-turut. Hal ini mencerminkan kuatnya budaya dan antusiasme menyumbang masyarakat Indonesia dan kuatnya pengaruh ajaran agama. Selain itu, data di atas memberikan makna bahwa para pegiat filantropi islam berhasil dalam memanfaatkan teknologi, informasi dan komunikasi dan berkontribusi dalam mendongkrak posisi Indonesia menjadi negara yang dermawan (Amrullah et al., 2022).

Problematisa umat salah satunya ialah mengenai kemiskinan dan keterbelakangan ekonomi (Rahayu, 2021). Kemiskinan merupakan kondisi dimana masyarakat berada dalam keadaan serba kekurangan atau dibawah tingkatan kesejahteraan sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan harian dasarnya (Normasyuhri et al., 2022). Pada upaya untuk mengentaskan kemiskinan, zakat merupakan salah satu instrumen yang krusial untuk mengatasi permasalahan tersebut (Nuriah & Billah, 2022). Zakat dalam Islam merupakan bentuk ibadah yang bersifat muamalah dan juga termasuk di dalamnya rukun islam yang ketiga. Zakat merupakan sumber dana potensial yang bermanfaat untuk maslahat masyarakat (Sumadi, 2017). Keberadaan zakat memiliki pengaruh sosial yang tinggi di tengah masyarakat (Syafira, 2022).

Zakat bukanlah satu-satunya instrumen dalam islam yang dapat digunakan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat, karena masih terdapat infaq dan sedekah (Hayatudin & Anshori, 2021). Terdapat dua tujuan infaq

yakni untuk menggapai ridho dari Allah serta keteguhan jiwa. Infaq menjadi wujud sebuah bukti tentang rasa peduli dan jaminan sosial kepada masyarakat sekitar. Apabila infaq dinilai sebagai hanya sebagai pemberian sukarela maka sikap yang muncul ialah apatis dan memberi sekadarnya saja.

Sedekah merupakan bentuk kedermawanan yang dilakukan seseorang secara sukarela dan merupakan wujud rasa cinta seorang hamba atas nikmat yang telah Allah berikan guna untuk saling membantu satu sama lain di jalan Allah. Masyarakat yang mayoritas merupakan seorang muslim, seharusnya sudah menjadi sebuah kewajiban untuk ditunaikan setiap individu. Sedekah memiliki dua dimensi yakni secara horizontal dan vertikal. Secara horizontal, dimensi ini berkaitan dengan pola antara sesama manusia, sedangkan vertikal adalah pola hubungan dengan Sang Pencipta.

Potensi yang besar dari zakat, apabila dikelola dengan baik oleh badan pengelola zakat maka dapat membantu dalam pengentasan kemiskinan. Sangat disayangkan pelaksanaan zakat untuk pemberdayaan umat ini masih memiliki hambatan salah satunya terkait *awareness* atau kesadaran masyarakat terkhusus umat muslim dimana dalam melaksanakan zakat belum diiringi dengan pemahaman terkait ibadah zakat itu sendiri jika dikomparasikan dengan ibadah wajib seperti sholat dan puasa. Zakat merupakan sesuatu hal yang wajib untuk dikeluarkan hartanya apabila sudah mencapai nishabnya dan diberikan kepada kelompok-kelompok yang berhak menerimanya (Tho'in & Andrian, 2021).

Di Indonesia, terkait tata kelola zakat diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. Lembaga pemerintah yang mengelola dan mendistribusikan zakat di Indonesia ialah Badan Amil Zakat baik yang memiliki tingkatan dari nasional hingga daerah (BAZNAS/BAZDA). Sedangkan untuk lembaga non pemerintah terdapat Lembaga Amil Zakat (LAZNAS/LAZDA). Salah satu Lembaga Amil Zakat yang mengelola dan mendistribusikan zakat ialah Daarut Tauhid Peduli Solo (DT Peduli Solo). Pada lembaga amil zakat dan badan amil zakat biasanya model perhitungan yang dilakukan dalam bentuk uang karena umumnya belum adanya kesiapan menerima zakat dalam bentuk barang (kambing, gabah, dll); (Tho'in & Andrian, 2021).

Pada lembaga ataupun organisasi zakat tidak terlepas dari penghimpunan dana zakat atau sering disebut sebagai *fundraising* (Khotimah, 2022). *Fundraising* merupakan aktivitas dalam rangka untuk menghimpun atau mengumpulkan dana yang diperoleh melalui masyarakat dan sumber daya juga sumber-sumber lainnya baik secara individu, kelompok, organisasi, maupun perusahaan dan pemerintah. Kemudian dana tersebut didayagunakan untuk membiayai suatu program yang telah dibentuk oleh organisasi tersebut (Syaiyulloh, 2020). Adanya strategi *fundraising* yang baik, secara tidak langsung akan memberikan pengaruh terhadap masyarakat untuk menyalurkan dana zakatnya kepada organisasi pengelola zakat. Strategi yang tepat dalam pengumpulan dana ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) sangat dibutuhkan sehingga mampu menjaga kestabilan dari lembaga baik pemasukan dan pengeluaran dana dapat terjaga. Apabila terjadi ketidakstabilan maka akan menimbulkan sebuah masalah pada pengelola zakat. Stagnansi akan terjadi, jika tidak dilakukan peningkatan pengumpulan dana dari ZIS bahkan pemasukan dapat mengalami penurunan. Adanya strategi bermanfaat untuk meyakinkan calon *muzzaki* menyalurkan zakatnya dan kepercayaan *muzzaki* tetap terjaga terhadap kredibilitas lembaga sehingga *muzzaki* akan tetap menyalurkan dananya kepada lembaga. Akan tetapi, dalam menggunakan strategi perlu diselaraskan dengan kondisi dan situasi yang sedang berlangsung. Adanya strategi yang baik dan tepat diharapkan dapat membantu peningkatan penghimpunan dana ZIS pada lembaga atau badan amil zakat yang mana dapat dikelola dengan baik dan memberikan kemaslahatan bagi *mustahiq* (Tho'in & Andrian, 2021).

ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) memiliki potensi yang besar untuk pemberdayaan umat. Pada tahun 2021, potensi zakat di Indonesia sebesar Rp327 triliun tetapi dalam realisasi masih sangat jauh yakni berada di posisi Rp14 triliun, hal ini hanya sekitar 4,28% dari potensi yang ada. Kendati dari segi realisasi masih terbilang sedikit, tetapi capaian tersebut meningkat sebesar 33,8% dari tahun sebelumnya (Novelino, 2022). Dilansir dari IDX (Novianto, 2022), rincian dari potensi zakat diantaranya berasal dari zakat perusahaan (Rp144 triliun), zakat penghasilan (Rp139 triliun), zakat tabungan dan deposito (Rp58 triliun), zakat pertanian (Rp19,8 triliun), zakat peternakan (Rp9,5 triliun).

Berdasarkan *outlook* zakat Indonesia pada tahun 2022 ditargetkan untuk pengumpulan ZIS-DSKL sebanyak Rp26 triliun (Achmad et al., 2022). Potensi zakat di Jawa Tengah mencapai Rp24,5 triliun (Choirin et al., 2022), sedangkan perolehan Zakat di Baznas Jawa Tengah dapat mencapai sekitar Rp70 miliar hingga akhir tahun ini dengan perolehan bulan Oktober 2022 mencapai Rp57 miliar (Subagyo, 2022). Dilansir dari Indeks Pemetaan

Potensi Zakat (IPPZ) tahun 2022, Surakarta memiliki potensi zakat sebesar Rp859,52 miliar dengan rincian zakat pertanian (Rp60 juta), zakat peternakan (Rp140 juta), zakat uang (Rp336,91 miliar), zakat perusahaan (Rp210 juta), dan zakat penghasilan (Rp522,25 miliar); (Choirin et al., 2022). Target penghimpunan yang dicanangkan pada tahun 2022 adalah sebesar Rp6,3 miliar dan telah terealisasi Rp921,5 juta periode Januari hingga Mei 2022 (Wiyono, 2022).

Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid di tahun 2022 mempunyai target sebesar 5,6 Miliar dan terealisasi 2,4 Miliar. Sedangkan Daarut Tauhid Peduli Solo, pada November 2022 mencanangkan target penghimpunan dana sebanyak Rp200 juta, akan tetapi realisasi di bulan November 2022 terhimpun Rp15.504.200 juta. Betapa sangat disayangkan antara potensi dan capaian realisasi dari zakat masih sangat jauh terlebih dengan adanya fakta bahwa Indonesia merupakan peringkat pertama negara paling dermawan di Indonesia. Sehingga perlu dilakukan penggalan lebih dalam lagi terkait metode untuk meningkatkan penghimpunan dari sumber-sumber potensial.

Berangkat dari kenyataan di atas, perlu dilakukan kajian yang mendalam terkait strategi *fundraising*. Tujuannya untuk lebih mengetahui efektivitas, serta evaluasi dari strategi yang ada untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat, infaq, dan sedekah pada Lembaga Amil Zakat. Disini peneliti melakukan penelitian di Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Kantor Pelaksana Program (KPP) Solo (DT Peduli Solo). DT Peduli merupakan lembaga nirlaba yang memiliki fokus gerak dibidang penghimpunan dan pendayagunaan dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf sebagai LAZ di tingkat nasional sesuai dengan SK Menteri Agama No. 257 Tahun 2016 pada tanggal 11 Juni 2016. Terdorong dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk menyusun sebuah penelitian dengan judul “Analisis Strategi Peningkatan *Fundraising* Dana Zakat Infaq Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Kantor Pelaksana Program (KPP) Solo”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. yang mana peneliti menjelaskan keadaan yang terjadi setelah melakukan observasi dan wawancara. Pendekatan kualitatif merupakan studi mendalam yang menghasilkan data deskriptif baik lisan maupun tulisan (Hasibuan, 2019). Sumber data pada penelitian ini adalah data primer, data yang langsung diperoleh peneliti melalui wawancara, penyebaran kuesioner, dan observasi. Kemudian, data Sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka. Teknik analisis data, peneliti menggunakan analisis SWOT dan IFAS-EFAS. Teknik analisis SWOT merupakan teknik untuk mengidentifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dari perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *Strength* dan *Opportunity* serta dapat meminimalkan *Weakness* dan *Threats* (Mashuri & Nurjannah, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

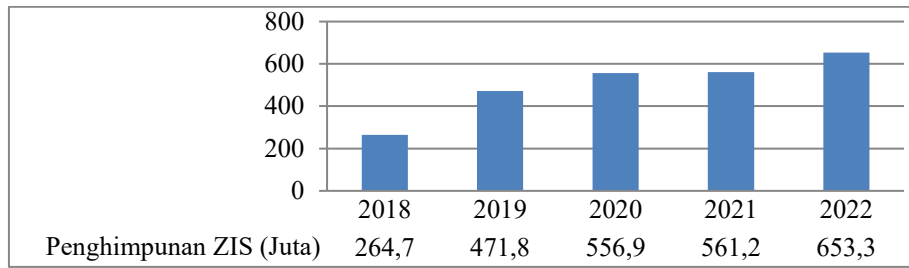
3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Rekapitulasi Penghimpunan dan Jumlah Muzzaki

DT Peduli Solo selalu berupaya untuk merealisasikan penghimpunan dana ZIS, muzzaki, juga pendistribusian sesuai dengan target pencapaian dan tepat pada sasarannya yang mana nanti akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkannya baik yang sifatnya produktif maupun konsumtif. Berikut ini beberapa data realisasi pencapaian LAZ DT Peduli Solo yang telah berlangsung selama 5 tahun terakhir yaitu dimulai dari tahun 2018-2022.

a. Data Penghimpunan ZIS DT Peduli Solo

Penghimpunan dari dana ZIS oleh DT Peduli Solo disetiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal tersebut dikarenakan di setiap proses dalam menghimpun dana selalu mengimplementasikan strategi untuk mempengaruhi para muzzaki serta dapat memahami dan mengerti dengan adanya perubahan kondisi yang selalu berubah di tiap tahunnya.



Gambar 1. Grafik Penghimpunan ZIS

Berdasarkan data diatas ditunjukkan bahwa penerimaan dana ZIS pada Lembaga Amil Zakat DT Peduli Solo dalam 5 tahun terakhir yaitu 2018 dengan perolehan penghimpunan sebanyak Rp.264,7 juta, tahun 2019 mencapai Rp.471,8 juta, tahun 2020 sebanyak Rp.556,9 juta, tahun 2021 sebesar Rp.561,2 juta, dan terakhir tahun 2022 mencapai Rp.653,3 juta.

b. Rekapitulasi Jumlah Muzzaki

Tabel 1. Jumlah Muzzaki DT Peduli Solo

Tahun	Jumlah
2018	192
2019	257
2020	207
2021	185
2022	150

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasar pada tabel di atas, DT Peduli selalu mengusahakan dalam meningkatkan dalam pencapaian jumlah muzzaki di setiap tahun dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar rasa percaya serta profesionalitas lembaga didapatkan oleh muzzaki. Tentu saja, dengan harapan muzzaki akan memberikan amanah sebagian hartanya untuk disalurkan pada lembaga zakat guna dikelola dengan baik dan digunakan semestinya.

Dari tabel diatas, jumlah muzzaki pada lima tahun terakhir yang dimulai dari tahun 2018 yaitu sebanyak 192 orang, tahun 2019 sebanyak 257 orang. Meskipun dari tabel angka dari jumlah muzzaki bersifat fluktuatif dan cenderung menurun, akan tetapi jika kita lihat dari sisi penghimpunan yang malah mengalami peningkatan.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Efektivitas Strategi DT Peduli Solo

Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan dengan bapak Mansyur, dijelaskan bahwa terdapat dua penentuan strategi pada Daarut Tauhid Peduli Solo, yaitu sebagai berikut:

a. Penentuan Strategi DT Peduli Solo

1) Menyesuaikan Perkembangan Zaman

Pada penentuan strategi yang akan digunakan, maka DT Peduli Solo akan menyesuaikan daripada perkembangan zaman yang seperti mengikuti adanya perkembangan teknologi dimana di era ini teknologi semakin maju dan berkembang. Akan tetapi, dalam pengembangannya tetap dilakukan secara bertahap karena membutuhkan dana yang besar. Dan yang tidak kalah pentingnya juga selain perkembangan teknologi ialah pemilihan dan perencanaan agar para muzzaki yang telah berdonasi terus ikut berdonasi dalam program-program yang dicanangka oleh DT Peduli Solo atau disini dapat diartikan *maintenance* kepada para muzzaki terus digerakkan baik itu dalam bentuk *report* penyaluran dana, dokumentasi kegiatan atau yang lainnya.

2) *Trial and Error*

Penentuan strategi yang digunakan oleh DT Peduli Solo ialah berdasarkan *trial and error*. Apabila terdapat strategi baru yang dilakukan ternyata tidak efektif maka DT Peduli akan menggantinya dan mencari strategi lain yang diharapkan dapat lebih efektif. Jadi DT Peduli menerapkan sistem pembelajar pada strategi untuk menemukan strategi mana yang paling efektif untuk dapat menarik masyarakat.

3) Strategi Fundraising DT Peduli Solo

Adapun Strategi yang dilakukan dalam menghimpun dana zakat oleh DT Peduli Solo, yaitu:

1) Strategi *Offline*

Merupakan penghimpunan dana yang dilakukan secara langsung tanpa bantuan internet dalam kegiatannya.

a) *Corporate*

Merupakan penghimpunan dana yang berhubungan dengan instansi perusahaan baik yang sifatnya pemerintahan, industri maupun swasta termasuk sekolah-sekolah atau komunitas taklim yang mana sifatnya bukan perorangan.

b) *Retail*

Merupakan penghimpunan dana yang sifatnya berupa perorangan atau individu. Pada strategi penghimpunan ini ada beberapa cara yang dilakukan diantaranya:

(1) *Kenceleng*

Merupakan celengan yang diberikan kepada donatur secara gratis sebagai media sedekah harian. ketika celengan ini sudah penuh,

(2) *Kotak Kalimat*

Merupakan sarana infak seperti kenceleng hanya saja kotak kalimat ini biasanya ditempatkan di warung makan dan sejenisnya.

(3) *Pelayanan FO*

Pelayanan melalui Front Office merupakan pelayanan yang dilakukan secara langsung oleh petugas kepada donatur yang ingin membayar zakat atau bersedekah dan lainnya.

(4) *Brosur*

Berisikan tentang program-program Daarut Tauhid, materi singkat tentang zakat, nomor telepon kantor, nomor rekening, dan lainnya.

(5) *Majalah Swadaya*

Majalah swadaya di terbitkan setiap bulan oleh DT Peduli. Majalah ini berisikan informasi seputar DT Peduli mengenai dokumentasi program, laporan keuangan bulanan pusat..

c) *Event*

Merupakan strategi penghimpunan dana yang disinergikan dengan event-event atau kegiatan yang mana kegiatan tersebut diberikan support dari instansi/perusahaan dalam pelaksanaannya. Pada event biasanya di buat rangkaian acara seperti safari dakwah atau kajian yang diselenggarakan untuk masyarakat umum. Pada hal ini penghimpunan dana dilakukan dengan menyebarkan kotak amal ke jamaah.

2) Strategi *Online*

Merupakan strategi penghimpunan dana yang dilakukan secara tidak langsung seperti pemanfaatan media sosial. Adapun beberapa cara yang dilakukan oleh Daarut Tauhid dalam strategi onlinennya:

a) *Facebook, Whatsapp, dan Instagram*

Melalui akun media sosial ini DT Peduli secara aktif akan menyampaikan informasi, memperkenalkan setiap program kegiatan yang dikemas dengan menarik agar mendapat minat masyarakat untuk melakukan donasi.

b) *Website*

DT Peduli memiliki website yang berisikan semua tentang DT Peduli. Website ini dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat di internet.

c) *QRIS*

QRIS merupakan kodebatang yang dapat di scan melalui smartphone. Adanya QRIS ini sangat memudahkan donatur untuk melakukan donasi atau membayar zakatnya secara mudah dan simpel.

d) *M-banking*

Merupakan bentuk layanan dimana donatur atau muzaki dapat melakukannya melalui handphone yang mana pada m-banking ini sudah memuat menu-menu layanan yang ada salah satunya ialah transfer.

Adapun dari dua strategi pengumpulan dana ZIS yang diterapkan oleh DT Peduli Solo, strategi yang paling efektif dalam penghimpunan dana ialah strategi *offline*. Hal tersebut dilakukan dengan cara jemput donasi, membangun silaturahmi, dan bersinergi dari program-program yang telah disusun. Sebelum dilakukan kunjungan, maka DT Peduli terlebih dahulu menyiapkan program apa saja yang akan dirancang dengan menarik agar para calon muzakki tertarik untuk menyalurkan dananya kepada lembaga.

Strategi *offline* ini mempunyai kelebihan yaitu dapatnya berkomunikasi atau menjalin silaturahmi dengan para calon muzakki. Sehingga dapat saling mengerti kebutuhan dan ketertarikan program dari masing-masing muzakki. Apabila dibandingkan dengan cara yang online, meskipun disatu sisi memudahkan para muzakki dalam hal melakukan pembayaran dan juga dapat menjangkau semua kalangan masyarakat, akan tetapi cara online ini tidak dapat *face to face*.

3.2.2. Evaluasi Strategi Fundraising dengan Analisis SWOT dan IFAS-EFAS

a. Analisis SWOT Strategi *Fundraising* DT Peduli Solo

Berdasarkan hasil dari wawancara dan temuan data pada LAZ DT Peduli Solo maka analisis SWOT pada strategi penghimpunan dana guna meningkatkan *funding*.

1) *Strength*

- a) DT Peduli Solo memiliki badan hukum atau legalitas formal.
- b) Pengelolaan didasarkan pada syariat islam
- c) Amil pada DT Peduli Solo sudah tersertifikasi
- d) Sesuai dengan SOP lembaga
- e) Database muzakki dan mustahik
- f) Kekuatan ketokohan pendiri DT Peduli Solo
- g) Transparansi penyaluran dana kepada publik

2) *Weakness*

- a) SDM yang masih sedikit
- b) Kurangnya pengetahuan masyarakat baik terkait zakat dan juga terkait DT Peduli
- c) Kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat tentang pemahaman zakat yang dikelola oleh DT Peduli Solo
- d) Jangkauan instansi ataupun daerah yang belum luas
- e) Kurang variatifnya program
- f) Komunikasi yang relatif rendah

3) *Opportunity*

- a) Masyarakat mayoritas umat Islam
- b) Lokasi yang strategis
- c) Kepercayaan masyarakat yang meningkat
- d) Perkembangan teknologi
- e) Kesadaran berzakat masyarakat yang meningkat
- f) Sinergi dengan MPZ, komunitas, dan instansi

4) *Threat*

- a) Kabar miring atau isu negatif
- b) Kurangnya pemahaman masyarakat terkait zakat dan keagamaan
- c) Faktor psikologis masyarakat
- d) Program yang lebih menarik dari lembaga zakat lain

b. Analisis IFAS dan EFAS

Langkah selanjutnya setelah melakukan analisis SWOT strategi pada DT Peduli Solo ialah melakukan analisis dari matrik IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*).

1) Hasil IFAS

Tabel 2. Matriks IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Strength</i>			
DT Peduli memiliki badan hukum atau legalitas formal	0,10	4	0,38
Pengelolaan yang dilakukan oleh DT Peduli Solo didasarkan pada syariat Islam	0,09	4	0,34
Amil pada DT Peduli Solo sudah tersertifikasi sebagai amil	0,09	3	0,31
DT Peduli Solo melakukan kinerja sudah sesuai dengan SOP lembaga	0,09	4	0,31
DT Peduli memiliki database muzzaki dan mustahik	0,09	4	0,32
Kekuatan ketokohan ulama pendiri dari DT Peduli	0,10	4	0,36
DT Peduli Solo melakukan transparansi atas kegiatan penyaluran dana yang dilakukan kepada public	0,09	3	0,30
Total			2,31

Sumber: Data Primer, 2023

<i>Weakness</i>			
Terbatasnya SDM	0,06	2	0,14
Kurangnya pengetahuan masyarakat baik terkait zakat dan juga terkait DT Peduli Solo	0,05	2	0,12
Kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat tentang pemahaman zakat yang dikelola oleh DT Peduli Solo	0,06	2	0,15
Jangkauan instansi ataupun daerah yang belum luas	0,07	3	0,19
Kurang variatifnya program	0,06	2	0,15
Komunikasi yang relative rendah	0,05	2	0,11
Total			0,85

Sumber: Data Primer, 2023

Menurut tabel faktor internal di atas, kita dapat mengetahui bahwa variabel internal DT Peduli Solo memiliki skor kekuatan sebesar 2,31 dan kelemahan skornya sebesar 0,85. Sehingga total skor dari variabel internal adalah 3,16.

2) Hasil EFAS

Tabel 3. Matriks EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunity</i>			
Masyarakat mayoritas umat islam	0,14	4	0,53
Lokasi yang strategis	0,13	4	0,52
Perkembangan teknologi	0,14	4	0,52
Kepercayaan masyarakat yang meningkat	0,12	3	0,43
Kesadaran masyarakat untuk berzakat meningkat	0,14	4	0,52
Sinergi dengan MPZ, komunitas, dan instansi	0,14	4	0,52
Total			3.05

Sumber: Data Primer, 2023

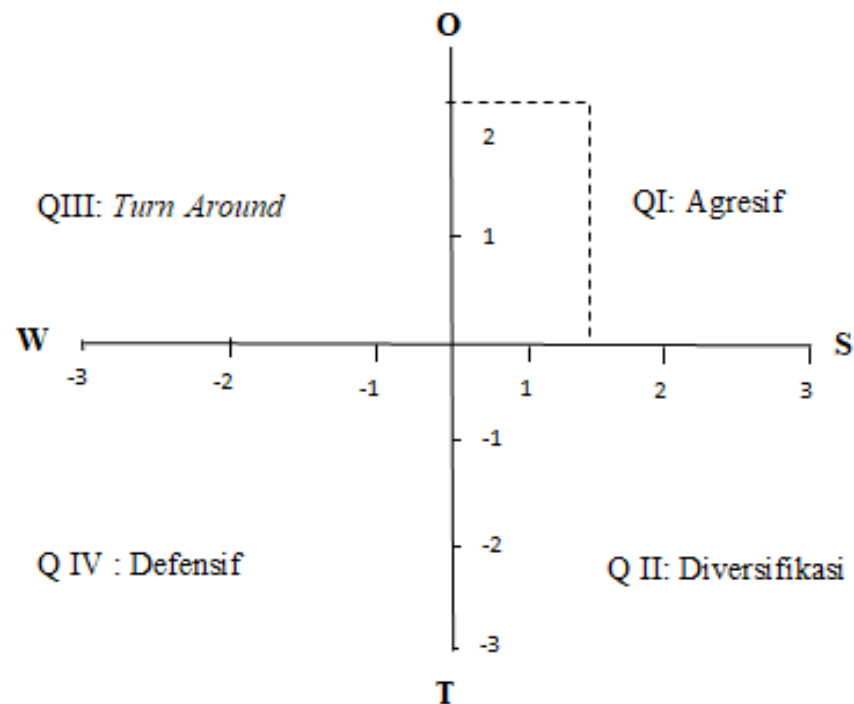
<i>Threath</i>			
Kabar miring atau isu negative	0,08	2	0,17
Kurangnya pemahaman masyarakat terkait zakat dan keagamaan	0,09	3	0,23
Faktor psikologis masyarakat	0,06	2	0,11
Program yang lebih menarik dari lembaga zakat lain	0,09	3	0,24
Total			0,75

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan data yang telah ditunjukkan dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel eksternal DT Peduli Solo yaitu *opportunity* dan *threat* memiliki skor 3,05 dan 0,75. Sehingga total yang didapatkan untuk variabel eksternal adalah 3,79.

a) Analisis Diagram SWOT

Faktor internal dan eksternal yang telah diklasifikasikan, maka perlu adanya analisis dengan diagram SWOT yang mana data didapatkan dari hasil yang telah diolah pada tabel faktor internal juga eksternal. Guna menentukan titik koordinat maka perlu dilakukan pengurangan dari kekuatan (S) dengan kelemahan (W) atau dirumuskan dengan $X=S-W$. kemudian, untuk titik koordinat y dapat dicari dengan pengurangan jumlah peluang (O) dengan jumlah ancaman (T) atau dirumuskan dengan $Y=O-T$. sehingga dari hasil tersebut dapat dihasilkan titik sumbu untuk mencari posisi organisasi yang akan ditunjukkan dari titik (x,y). Berdasarkan data tersebut, kita dapat melihat bahwa analisis faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) memiliki nilai 1,46 dan 2,30. Apabila kita runuskan dalam diagram SWOT maka ditunjukkan sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar 2 diatas, menunjukkan bahwa posisi strategi DT Peduli Solo berada di tingkat agresif. Hal tersebut dapat kita ketahui dari titik kordinat (x,y) yang berada di angka (1,46; 2,31) yang berarti titik tersebut berada pada kuadran 1. Dapat dipaparkan bahwa berada pada posisi tersebut strategi yang diterapkan oleh Dt Peduli Solo sudah berada pada situasi yang menguntungkan, dimana DT Peduli Solo mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan dengan baik. Strtaegi yang perlu untuk diterapkan pada situasi dan kondisi seperti ini ialah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Maka fokus strategi ini dilakukan dengan tujuan mencapai pertumbuhan pada kekuatan kelegalan lembaga, program unggulan, manajemen lembaga, dan kepercayaan muzzaki. Dimana diharapkan dapat menjadi sebuah Lembaga Amil Zakat yang terpercaya dan terbaik.

b) Analisis Matriks SWOT

Pada analisis matriks SWOT ini, akan digambarkan dengan jelas tentang bagaimana peluang serta ancaman dari eksternal yang tengah dihadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Pada matriks ini nantinya dapat menghasilkan empat sel kemungkinan yang dapat dijadikan sebagai strategi alternative. Berikut penjelasannya.

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strength (S) 1. DT Peduli memiliki badan hukum atau legalitas formal 2. Pengelolaan yang dilakukan oleh DT Peduli Solo didasarkan pada syariat Islam 3. Amil pada DT Peduli Solo sudah tersertifikasi sebagai amil 4. DT Peduli Solo melakukan kinerja sudah sesuai dengan SOP lembaga 5. DT Peduli memiliki database muzzaki dan mustahik 6. Kekuatan ketokohan ulama pendiri dari DT Peduli 7. DT Peduli Solo melakukan transparansi atas kegiatan penyaluran dana yang dilakukan kepada public	Weakness (W) 1. Terbatasnya SDM 2. Kurangnya pengetahuan masyarakat baik terkait zakat dan juga terkait DT Peduli Solo 3. Kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat tentang pemahaman zakat yang dikelola oleh DT Peduli Solo 4. Jangkauan instansi ataupun daerah yang belum luas 5. Kurang variatifnya program 6. Komunikasi yang relative rendah
Opportunity (O) 1. Masyarakat mayoritas umat islam 2. Lokasi yang strategis 3. Perkembangan teknologi 4. Kepercayaan masyarakat yang meningkat 5. Kesadaran masyarakat untuk berzakat meningkat 6. Sinergi dengan MPZ, komunitas, dan instansi	Strategi SO 1. Menjaga citra lembaga kepada masyarakat dengan adanya kelegalan lembaga yang telah dimiliki dan amil yang telah tersertifikasi 2. Menjaga dan memelihara kepercayaan dari masyarakat 3. Memperluas sinergi dengan komunitas daerah dan melakukan pendekatan ke tokoh-tokoh masyarakat 4. Menjaga dan memelihara akuntabilitas, transparansi, dan kredibilitas lembaga 5. Meningkatkan database muzzaki dan mustahik 6. Bekerjasama dengan institusi pendidikan atau akademik dalam membuat program	Strategi WO 1. Menambah kuantitas dan kualitas SDM 2. Meningkatkan maintenance dan memperbaiki komunikasi untuk menjaga muzzaki 3. Meningkatkan sosialisasi agar masyarakat lebih tahu terkait DT Peduli Solo dan memahami terkait zakat 4. Memaksimalkan pemanfaatan perkembangan teknologi sebagai media untuk promosi dan menghimpun dana ataupun untuk membuat program-program online yang menarik.
Treath (T) 1. Kabar miring atau isu negative 2. Kurangnya pemahaman masyarakat terkait keagamaan dan zakat 3. Faktor psikologis masyarakat 4. Program yang lebih menarik dari lembaga zakat lain	Strategi ST 1. Menjaga citra lembaga 2. Pengembangan program 3. Monitoring dan pembinaan untuk masyarakat	Strategi WT 1. Giat melakukan sosialisasi 2. Melakukan pendekatan untuk membangun kepercayaan kepada muzzaki lebih intens 3. Pembinaan untuk menguatkan faktor ruhiyah masyarakat 4. Pengembangan program 5. Bersinergi dengan pengelola zakat lainnya

Merunut hasil daripada analisis SWOT yang dilakukan terhadap strategi *fundraising* DT Peduli Solo guna meningkatkan penghimpunan dana, menunjukkan hasil yang baik pada tiap proses berjalannya aktivitas program yang telah dibuat, dengan kekuatan, peluang, dan kemampuan dalam manajemen strategi yang baik. Sehingga dapat dijalankan dengan lancar dalam meningkatkan *funding*. Dari hasil analisis SWOT ini dapat disimpulkan dengan mengintegrasikan dari data penghimpunan dana DT peduli Solo secara *year to year* yang menunjukkan peningkatan.

Penerapan strategi *funding* yang diterapkan oleh DT Peduli pada 5 tahun terakhir ini yaitu 2018-2022 terus bertambah. Dimana dapat ulas kembali dari tabel 1 dan 2 yang menggambarkan terkait rekapitulasi penghimpunan dana dan jumlah muzzaki. Disini, kita melihat bahwa dari tahun 2018-2022 penghimpunan dana dari DT Peduli Solo mengalami peningkatan sedangkan disisi muzzaki malah cenderung menurun. Artinya dari strategi yang ada sudah dikatakan berjalan dengan baik seperti hasil penilaian yang telah dirumuskan dan berada di kuadran I yaitu mendukung strategi agresif.

Apabila dilakukan analisa secara mendalam, *funding* dapat mengalami peningkatan dengan baik selain karena nilai progresif dari amal yang semakin meningkat, juga dapat kita lihat dari beberapa faktor lainnya seperti jumlah donatur yang kecil akan tetapi kuantitas menyalurkan dananya besar. Kedua, bisa jadi suatu bentuk rasa syukur yang tinggi dari donatur, dan terakhir adalah adanya progress dari MPZ. Adapun faktor lain yakni terkait faktor momentum waktu yang dapat berpengaruh kepada muzzaki. Terdapat pula catatan atau evaluasi terkait penurunan dari sisi muzzaki. Jika kita menilik kembali pada analisis SWOT di atas, komunikasi yang relative rendah, jangkauan instansi yang kurang luas, terbatasnya SDM, kurang pengetahuan masyarakat terkait eksistensi DT, dan program yang kurang variatif juga ikut andil menjadi faktor turunnya muzzaki. Pada dasarnya, ketika masyarakat tahu terkait eksistensi DT Peduli, kemudian SDM juga mumpuni sehingga dapat menjalin komunikasi yang baik akan mendongkrak untuk dapat meningkatkan jumlah donatur.

Komunikasi menjadi hal yang sangat krusial. Berada pada posisi strategi agresif, maka DT Peduli banyak dituntut terkait masalah menjaga dan memelihara. Sehingga perlu ada *maintenance* yang lebih baik lagi baik dengan cara silaturahmi secara langsung sehingga dapat terbangun *chemistry* seperti yang dijelaskan dalam penelitian yang telah dilaukan oleh Angrahita Grahesti dkk tahun 2023 dalam “Mengurai Permasalahan Pendistribusian Zakat Dengan Analisis SWOT Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Solo” (Grahesti, Hutami, Sari, et al., 2023) dan rasa kepercayaan dari donatur ataupun *follow up* donatur-donatur lama yang tidak aktif dan donatur yang pasif. SDM yang terbatas juga sedikit menjadi hambatan karena apabila SDM dari sisi kuantitas mencukupi maka jangkauan pun juga tersebar dengan luas berbeda dengan SDM yang terbatas, jangkauan pun juga terbatas. Sehingga dengan semakin luas jangkauan maka potensi-potensi yang belum tergarap dapat di jangkau untuk meningkatkan donatur dan juga penghimpunan.

Tentunya disetiap aktivitas dalam *fundraising* dipastikan akan mengalami kendala yang mesti untuk dihadapi dan perlu untuk di evaluasi, seperti halnya yang dijelaskan oleh Bapak Mansyur dalam wawancara bahwa DT Peduli Solo juga melakukan evaluasi dalam *fundraising* seperti setor kegiatan harian, evaluasi bulanan, penilaian kinerja, dan kontrol dari *yaumiyah*.

4. KESIMPULAN

Berangkat dari adanya gap potensi dan realisasi pada DT Peduli Solo, sehingga perlu adanya analisa yang mendalam terkait strategi guna meningkatkan *fundraising*, disini peneliti melakukan penelitian yang telah dipaparkan diatas dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Efektifitas strategi yang diterapkan oleh DT Peduli Solo adalah strategi *offline* dimana pada strategi ini dapat bercengkerama secara langsung dengan para calon muzzaki juga muzzaki sehingga dapat terjalin silaturahmi yang baik. Adapun strategi offline yang diterapkan oleh DT Peduli yang terbagi dalam strategi *corporate*, *retail*, dan *event*.
- b. Berdasarkan analisis SWOT, posisi strategi yang diterapkan oleh DT Peduli Solo berada pada posisi kuadran I yang mendukung strategi agresif yang berarti strategi yang diterapkan sudah baik. Hal tersebut diperoleh dari

nilai skor IFAS sebesar 1,46 dan EFAS 2,30. Adapun strategi yang dapat dirumuskan guna menjadi strategi alternative untuk meningkatkan penghimpunan dana bagi DT Peduli Solo, yaitu:

- 1) Menjaga citra lembaga kepada masyarakat dengan adanya kelegalan lembaga yang telah dimiliki dan amil yang telah tersertifikasi
- 2) Menjaga dan memelihara kepercayaan dari masyarakat Memperluas sinergi dengan komunitas daerah dan melakukan pendekatan ke tokoh-tokoh masyarakat
- 3) Menjaga dan memelihara akuntabilitas, transparansi, dan kredibilitas lembaga
- 4) Meningkatkan database muzaki dan mustahik
- 5) Bekerjasama dengan institusi pendidikan atau akademik dalam membuat program

Pada dasarnya suksesnya suatu lembaga ialah berhasil dalam mencapai misi secara luas dan tidak hanya berhenti pada target penghimpunan saja. Guna men-*support* keberhasilan lembaga juga perlu penilaian kapasitas yang menjadi alat bantu untuk lembaga guna meningkatkan kinerja penghimpunan dan juga pendistribusian kedepannya nanti. Penilaian tersebut dapat diperuntukkan guna mengelola sumber daya dalam mencapai visi, misi, dan tujuan secara efektif serta efisien agar DT Peduli Solo dapat menghadapi rintangan kedepannya.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya penelitian ini dapat diselesaikan. Tidak lupa juga kami ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini yakni kampus tercinta ITB AAS Indonesia, Surakarta.

6. REFERENSI

- Achmad, N., Mahdun, M., Hosen, M. N., Noor, Za., Sakwan, S., Kurniawan, R., Chamdani, N., Sudrajat, A., Amin, K., Suminto, Hudori, M., Purwakananta, A., & Zayadi, A. (2022). *Outlook Zakat Indonesia 2022*. Puskas BAZNAS.
- Amrullah, A., Mabrurroh, & Hafizah, H. (2022). Indonesia Kembali Dinobatkan Sebagai Negara Paling Dermawa Di Dunia. *Republika.Co.Id*.
- Choirin, M., Farchatunnisa, H., Raraocta, A. V., Hartono, N., Gustani, Anggraini, D., Tsabita, K., Siddiq, M. R., Saputra, D., & Supriyadi. (2022). *Indikator Pemetaan Potensi Zakat*. Puskas BAZNAS. www.puskasbaznas.com
- Grahesti, A., Hutami, A. S., & Rohmah, J. M. (2023). Pengaruh Akuntabilitas , Kredibilitas , dan Transparansi Terhadap Minat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1421–1429. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7558>
- Grahesti, A., Hutami, A. S., Sari, N. N., Rohmah, J. M., & Prastiwi, I. E. (2023). Mengurai Permasalahan Pendistribusian Zakat dengan Analisis SWOT Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Solo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1411–1420. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8188>
- Hasibuan, H. (2019). Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat Infak dan Sedekah Pada Badan Amil Zakat Nasional Sumatera Utara. *Skripsi*.
- Hayatudin, A., & Anshori, A. R. (2021). Analisis Model Pengelolaan Zakat , Infaq dan Shadaqah (ZIS) di Mesjid Al Istiqomah Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 661–668. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2230>
- Khotimah, U. (2022). Strategi Penghimpunan Zakat Melalui Telemarketing Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Inisiatif Zakat Indonesia Kantor *Skripsi*.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Normasyuhri, K., Budimansyah, & Rohadi, E. (2022). Strategi Pengelolaan Zakat , Infaq dan Sedekah (ZIS) Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Umat Dalam Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1947–1962. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5792>
- Novelino, A. (2022, April). Realisasi Pengumpulan Zakat di RI Baru Rp14 T pada 2021. *CNN Indonesia*.
- Novianto, R. D. (2022, April). Potensi Zakat di Indonesia Tembus Rp327 Triliun, Ini Rinciannya. *IDX Chanel*.

- Nuriah, S., & Billah, Z. I. (2022). Efektifitas Pendistribusian dan Pendayagunaan ZIS dalam Mengentaskan Kemiskinan (Studi Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1373–1380. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4780>
- Rahayu, R. (2021). Strategi Pengumpulan Dana (Fundraising) Zakat Pada Amil Zakat Dompot Dhafa Riau. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(Juni), 49–61.
- Subagyo, T. (2022). Baznas RI: Keberhasilan Jateng karena program empat penguatan. *Antara*.
- Sumadi, S. (2017). OPTIMALISASI POTENSI DANA ZAKAT, INFAQ, SADAQAH DALAM PEMERATAAN EKONOMI DI KABUPATEN SUKOHARJO (Studi Kasus di Badan Amil Zakat Daerah Kab. Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 16. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.68>
- Syafira, A. A. (2022). Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Azka Al-Baitul Amien Kabupaten Jember. *Skripsi*, 1–116.
- Syaifulloh, M. A. (2020). Strategi Fundraising Dana Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ Harfa) Banten. *Skripsi*.
- Tho'in, M., & Andrian, R. Y. (2021). Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat , Infak dan Sedekah Pada Lembaga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1689–1695. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3659>
- Wibisono, Y. (2015). *Mengelola Zakat Indonesia* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Wiyono, S. (2022). Tempati Kantor Baru , Baznas Surakarta Ditargetkan Rp 6,3 Milliar. *Suara Merdeka*.