

# PROBLEMATIKA FUNDRAISING DI LAZISNU KUDUS

Abdul Haris Naim  
[Harisnaim869@gmail.com](mailto:Harisnaim869@gmail.com)

Intitut Agama Islam Negeri Kudus

## **Abstract**

*Fundraising zakat activities is a necessity. Lazisnu Kudus is a district-level non-profit organization that is devoted to community empowerment through productive utilization of zakat, infaq, sadaqah funds and other generous funds from individuals, institutions, companies and other agencies. Based on that, the researcher feels it is important to conduct research on Fundraising Lazisnu Kudus problems related to the problems in applying Fundraising. From the results of the research that has been parsed in the previous chapter and the analysis that has been carried out, conclusions can be taken as follows: 1. Fundraising Strategy in Lazisnu Kudus. Lazisnu Kudus has successfully carried out fundraising activities with various strategies. 2. The inhibiting factor of fundraising activities in Lazisnu a. Institutional obstacles. That is the opinion of the advisory board stating that the management and employees of Lazis are amil, so they are not entitled to get the zakat portion. b. Fundraising inhibiting factors, which are direct inhibitors: that is, when direct donors are rejected, and donors permit to donate. And indirectly inhibiting: when conducting fundraising activities, namely fanaticism donors to other ormas, donors did not know the Lazisnu office 3. Supporting Factors from Fundraising*

Abdul Haris naim

*Activities in Lazisnu Kudus. Supporting fundraising activities in Lazisnu is to use more toolmarketing when taking, there are targets and evaluations and rewards given. This can trigger enthusiasm to continue to do fundraising properly so that the funds can be raised.*

*Key word : fundraising, lazisnu*

## **Pendahuluan**

Dalam mengelola penggalangan sumber daya, penggunaan metode *fundraising* adalah sangat bervariasi dan seringkali berubah searah dengan peluang yang mudah untuk dikerjakan baik itu melalui individu maupun kelompok. Media yang biasa digunakan adalah majalah, *brosur*, *leaflet*, surat kabar, media elektronik, *special event* dan sebagainya. Ada juga dengan *open table* (gerai) pengumpul infak, sedekah, zakat dan wakaf, seperti acara penerimaan wali murid, membuat konter kecil, adanya pengajian dan acara Ramadhan. Sedangkan dari sumber perorangan bisa dikategorikan donatur rumah, lembaga atau organisasi perkantoran dan karyawan perusahaan. Sedangkan dilihat areanya bisa dari dalam negeri ataupun luar negeri, khusus luar negeri adalah para tenaga kerja Indonesia. Penghimpunan sumber-sumber dana/daya termasuk zakat sangatlah berkembang.

Sedangkan dalam mengelola pendayagunaan melalui divisi penyaluran atau pendayagunaan dana dalam program-program yang dilakukan adalah: bidang pendidikan dan yatim, bidang dakwah dan masjid, serta bidang kemanusiaan. Ketiga program penyaluran di atas dikonsentrasikan pada 5 bidang garap utama yaitu: 1) meningkatkan kualitas pendidikan, 2) merealisasikan dakwah Islamiyah, 3) memakmurkan masjid, 4) memberikan santunan kepada yatim piatu, dan 5) menyalurkan bantuan kemanusiaan.

## Problematika Fundraising di ...

Berkaitan dengan ketersediaan sumber daya zakat itu, maka aktifitas *fundraising* (menggalang sumber daya) zakat menjadi suatu keniscayaan. *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dan sumber daya lainnya seperti donatur dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah yang digunakan untuk mencapai misi atau tujuan lembaga zakat (Juwaini, 2005: 4) dan juga bisa dimaknai sebagai menggalang muzakki untuk mengembangkan usaha-usaha sosial (*social enterprise*) (Suparman, 2009). *Fundraising* juga berarti menjual ide, program, dan gagasan yang memberikan kemanfaatan kepada masyarakat penerima hasil zakat. Akhirnya *fundraising* dapat menumbuhkan kepercayaan dan hubungan dengan masyarakat. Karena itu, sangatlah tepat mengkaji amil zakat relasinya dalam menggalang sumber daya (*fundraising*) zakat. Hal ini didasarkan beberapa pertimbangan, yaitu: zakat sebagai lembaga kedermawanan sosial Islam (*infaq/sadaqah*, zakat dan wakaf) bermisi untuk pelayanan sosial yang paling tua dibanding dengan lembaga yang sama, *fundraising* sebagai aktifitas utamanya, hasil sumber dana dan skala organisasi yang cukup besar.

Undang-undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, menyatakan bahwa menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam; bahwa zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat; bahwa dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam.

Lazisnu Kudus adalah lembaga nirlaba tingkat Kabupaten yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, *infaq*, *sadaqah* dan dana kedermawanan lainnya baik

Abdul Haris naim

dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya.

Latar belakang berdirinya Lazisnu Kudus adalah, berangkat dari rasa keperihatinan NU atas persoalan kemiskinan dan kebodohan yang terus menyelimuti sebagian besar masyarakat dan upaya pembangunan manusia yang masih sangat rendah. Dengan zakat diyakini mampu memberikan sumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mengentaskan kemiskinan.

Dalam operasional programnya, Lazisnu Kudus didukung oleh jejaring multi lini, sebuah jaringan konsolidasi JPS ZIS (Jaringan Penghimpun dan Salur Zakat Infaq Shadaqah) Lazisnu Kudus yang tersebar di hampir seluruh Pimpinan Anak Cabang dan Ranting NU se Kabupaten Kudus.

Berpijak dari hal itu, peneliti merasa penting untuk mengadakan penelitian terhadap Problematika *Fundraising* Lazisnu Kudus terkait dengan problematika dalam menerapkan *Fundraising* oleh Lazisnu Kudus dalam memperoleh muzakki dan donatur.

Adapun rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: 1. Bagaimana *Fundraising* yang dilakukan Lazisnu Kudus dalam memperoleh muzakki dan donatur? 2. Faktor pendorong dan penghambat apa saja yang terjadi di Lazisnu Kudus dalam memperoleh muzakki dan donatur?

## **Landasan Teori**

### **Pengertian *Fundraising***

Perihal memahami istilah *fundraising* bisa merujuk terlebih dahulu ke dalam kamus bahasa Inggris. *Fundraising* diterjemahkan dengan pengumpulan uang. Ini dikarenakan pengumpulan uang sangat diperlukan untuk membiayai program kerja dan operasional sebuah lembaga. Keberlangsungan sebuah lembaga tergantung pada sejauh mana upaya pengumpulan dana itu dilakukan. *Fundraising*

biasanya dilakukan oleh lembaga-lembaga nirlaba (April Purwanto, 2009 : 12) .

*Fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi. Kata mempengaruhi memiliki banyak arti. *Pertama* mempengaruhi bisa diartikan memberitahukan kepada masyarakat tentang seluk beluk keberadaan organisasi nirlaba/OPZ (Organisasi Pengelola Zakat) karena organisasi pengelola zakat bekerja atas dasar ibadah dan sosial,tidak fokus pada perolehan laba dan keuntungan, maka OPZ menjadi bagian dari organisasi nirlaba. *Kedua*, mempengaruhi dapat jugabermakna mengingatkan dan menyadarkan. Artinya mengingatkan kepada para donatur dan calon donatur untuk sadar bahwa dalam harta yang dimilikinya ada sebagian hak fakir miskin yang harus ditunaikannya. *Ketiga*, Mempengaruhi dalam arti mendorong masyarakat, lembaga dan individu untuk menyerahkan sumbangan dana baik berupa zakat, infak, shadaqah dan lain-lain kepada organisasi nirlaba. *Keempat*, mempengaruhi untuk membujuk para donatur dan muzakki untuk bertransaksi. *Kelima*, dalam mengartikan *fundraising* sebagai proses mempengaruhi masyarakat, mempengaruhi juga dapat diterjemahkan sebagai merayu, memberikan gambaran tentang bagaimana proses kerja, program dan kegiatan sehingga menyentuh dasar-dasar nurani seseorang. *Keenam*, mempengaruhi dalam pengertian *fundraising* dimaksudkan untuk memaksa jika diperkenankan.

### **Tujuan Fundraising**

Adapun tujuan dari *fundraising* adalah sebagai berikut (Yessi Rachmasari dkk,hlm 366) :

#### **a. Menghimpun dana**

Menghimpun dana adalah tujuan *fundraising* yang paling dasar. Termasuk dalam pengertian dana adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material. Tujuan inilah yang paling pertama dan utama. Inilah sebab awal mengapa *fundraising* itu dilakukan. Bahkan kita bisa mengatakan bahwa *fundraising* yang tidak menghasilkan dana adalah *fundraising* yang gagal, meskipun memiliki bentuk keberhasilan lainnya. Karena pada akhirnya apabila *fundraising* tidak menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya dihasilkan.

**b. Menghimpun donatur**

Tujuan kedua *fundraising* adalah menghimpun donatur. Lembaga yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donaturnya. Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur pada saat setiap donatur mendonasikan dana yang tetap sama. Di antara kedua pilihan tersebut, maka menambah donatur adalah cara yang relatif lebih mudah daripada menaikkan jumlah donasi dari setiap donatur. Dengan alasan ini maka mau tidak mau *fundraising* dari waktu ke waktu juga harus berorientasi untuk terus menambah jumlah donatur.

**c. Menghimpun simpatisan dan pendukung**

Kadang-kadang ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas *fundraising*, mereka kemudian terkesan, menilai positif dan bersimpati. Akan tetapi pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu sebagai donasi karena ketidak mampuan mereka. Kelompok seperti ini

## Problematika Fundraising di ...

kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini akan berusaha mendukung lembaga dan umumnya secara natural bersedia menjadi promotor atau informan positif tentang lembaga kepada orang lain. Kelompok seperti ini juga diperlukan oleh lembaga sebagai pemberi kabar informal kepada setiap orang yang memerlukan. Dengan adanya kelompok simpatisan dan pendukung ini, maka kita memiliki jaringan informasi informal yang sangat menguntungkan.

### **d. Membangun citra lembaga**

Disadari atau tidak, aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga, baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga. *Fundraising* adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam benak khalayak. Citra ini bisa bersifat positif, bisa pula bersifat negatif.

### **e. Memuaskan donatur**

Tujuan kelima dari *fundraising* adalah memuaskan donatur. Tujuan ini adalah tujuan yang tertinggi. Tujuan memuaskan donatur adalah tujuan yang bernilai jangka panjang, meskipun kegiatannya secara teknis dilakukan sehari-hari. Mengapa memuaskan donatur itu penting? Karena jika donatur puas, maka mereka akan mengulang lagi mendonasikan dananya kepada sebuah lembaga. Juga apabila puas mereka akan menceritakan lembaga kepada orang lain secara positif.

## Unsur *Fundraising*

Adapun unsur-unsur dari *fundraising* adalah sebagai berikut (Atik Abidah, 2016, hlm 172) :

- a. Analisis kebutuhan, beberapa analisis kebutuhan bisa berupa tentang:
  - 1) Kesesuaian dengan syari'ah. Donatur adalah orang yang memberikan sebagian dananya untuk membiayai sejumlah program dan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi pengelola zakat. Zakat merupakan bagian dari salah satu rukun Islam yang juga merupakan bentuk peribadatan kepada Allah yang memiliki dampak sosial yang luar biasa
  - 2) Laporan dan pertanggung jawaban, sesuatu yang dibutuhkan donatur selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah ketika ia menyampaikan dana ZIS kepada sebuah OPZ, adalah laporan dan pertanggungjawaban. Kredibilitas OPZ bisa runyam apabila para donator dan muzakki sudah tidak ada kepercayaan lagi kepada OPZ.
  - 3) Manfaat bagi kesejahteraan umat, kebutuhan donatur yang lain selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan laporan pertanggungjawaban tepat waktu adalah sejauh mana manfaat dana ZIS yang diberikan donatur dan muzakki bagi kaum dhuafa.
  - 4) Pelayanan yang berkualitas. Salah satu kekuatan yang mendorong para donatur dan muzakki mau mengeluarkan dana ZIS untuk mendanai program dan kegiatan organisasi pengelola zakat adalah pelayanan yang baik yang diberikan OPZ kepada para donatur dan muzakki.
  - 5) Silaturahmi dan komunikasi, silaturahmi dan

## Problematika Fundraising di ...

- komunikasi kepada para donator dan muzakki penting bagi OPZ untuk meningkatkan pendapatan dana ZIS. Dengan silaturahmi dan komunikasi OPZ dapat memberikan penjelasan panjang lebar terhadap donator dan muzakki tentang program dan kegiatan yang akan dan sudah dilakukannya.
- b. Segmentasi donatur atau muzakki adalah sebuah metode tentang bagaimana melihat donator dan muzakki secara kreatif, baik perorangan, organisasi dan lembaga badan hukum. Artinya mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di masyarakat.
  - c. Identifikasi profil donatur dan muzakki. Hal ini berfungsi untuk mengetahui lebih awal identifikasi calon donatur atau muzakki itu sendiri. Profil donatur atau muzakki yang berbentuk perseorangan ini bisa berupa biodata atau curriculum vite (CV), sedangkan untuk donatur atau muzakki organisasi dan lembaga bisa berupa copian profil lembaga.
  - d. Produk. Dalam pengelolaan zakat produk tidak bisa hanya didefinisikan sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai, yang diterima seseorang dalam sebuah transaksi, tetapi lebih tepat apabila produk diartikan sebagai kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri yang berwujud dan tidak berwujud.

### **Strategi Fundraising**

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, banyak strategi yang digunakan. Strategi *fundraising* tersebut bisa berupa metode atau teknik yang bias dijadikan acuan. Metode yang dimaksud adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka

menghimpun dana dari masyarakat. Metode di sini terbagi menjadi dua jenis, yakni *direct fundraising* (langsung) dan *indirect fundraising* (tidak langsung). Penjelasananya adalah sebagai berikut:

a. Metode *direct fundraising*

Metode ini menggunakan cara-cara yang melibatkan partisipasi (Suparman, 2009, hlm 20) muzakki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri muzakki muncul keinginan untuk melakukan ibadah zakat, infaq, maupun sedekah lainnya setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser*, maka segera dapat melakukan dengan mudah. Sebagai contoh dari metode ini adalah sebagai berikut:

- 1) *Direct Mail*. Yakni penawaran tertulis untuk menyumbang yang didistribusikan melalui surat. Atau sering diartikan sebagai penggalangan dana yang dilakukan dengan cara mengirim surat kepada calon donatur.
- 2) *Telefundraising*. Yakni teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara telepon kepada masyarakat calon donatur.
- 3) Pertemuan langsung. Yaitu teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara melakukan kontak secara langsung dengan masyarakat atau calon donatur. Selain berdialog langsung maka pertemuan ini juga biasanya digunakan untuk membagi brosur, pamflet atau barang cetak lainnya guna mendukung keberhasilan penggalangan dana.

b. Metode *indirect fundraising*

Metode ini menggunakan cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara

## Problematika Fundraising di ...

langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzakki seketika. Metode ini misalnya:

- 1) Event. Event yang biasa diselenggarakan dengan maksud memanfaatkan keuntungan event untuk program sosial. Dalam rangka mengoptimalkan dana zakat mengadakan kerjasama teknis dengan perusahaan dilakukan agar penghimpunan zakat lebih optimal.
- 2) Melalui perantara. Misalnya menggunakan media seperti media cetak dan media elektronik. Media cetak merupakan salah satu media komunikasi yang dapat dipergunakan untuk *fundraising*. Misalnya:
  - a) Buku, bahasa yang dipergunakan hendaknya yang mudah dimengerti oleh masyarakat luas dan mudah difahami.
  - b) Brosur adalah sejenis iklan atau pemberitahuan tercetak yang biasanya terdiri dari 4 halaman atau lebih sedikit yang dilipat atau dijepit sedemikian rupa, sehingga isinya terletak di bagian dalam.
  - c) Majalah adalah barang tercetak yang biasanya terdiri dari banyak halaman yang dijepit dan terbit secara berkala.
  - d) Surat kabar/tabloid adalah alat cetak yang biasanya terdiri dari 4 halaman atau lebih. Tidak dalam keadaan dijepit meskipun terdiri dari 12 sampai 16 halaman melainkan hanya dilipat.
  - e) Spanduk merupakan sejumlah kalimat yang dituliskan di atas kain atau banner yang berbentuk memanjang.
  - f) Pamflet adalah informasi atau pesan yang

Abdul Haris naim

dicetak atau ditulis tangan di atas kertas yang merupakan lembaran lepas. Media ini biasanya ditempelkan di tempat-tempat yang strategis agar mudah dibaca orang.

## ***Fundraising di Lazisnu Kudus***

### **1. Funraising Lazisnu Kudus**

#### **a. Gerakan infaq Nahdhotul Ulama Kudus**

Program ini berupa pendistribusian kaleng infaq INUK. Kaleng ini didistribusikan ke rumah-rumah warga NU baik oleh karyawan Lazisnu maupun oleh pengurus ranting NU.

Dalam tahun 2018 ini target INUK yang sudah disitribusikan sebanyak 5000 buah.

#### **b. Infaq rutin warga NU lewat badan otonom NU.**

Salah satu kelebihan Lazisnu adalah karena Lazisnu bisa bekerjasama dengan organisasi NU dan Badan Otonom di bawahnya, mulai dari tingkat Cabang sampai tingkat ranting.

### **2. Faktor Penghambat dari Kegiatan *Fundraising* di azisnu Kudus**

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* di Lazisnu Kudus mengalami beberapa faktor penghambat yang mengakibatkan kendala dalam melakukan kegiatan *fundraising* sehingga belum bisa dikatakan maksimal. Berikut adalah perincian dari beberapa kendala yang dialami:

#### **a. Kendala Lembaga**

Secara kelembagaan terdapat kendala, yakni Lazisnu di Kudus tidak bertindak sebagai Amil. Singkatan LAZISNU adalah LEMBAGA AMAL ZAKAT INFAQ DAN SODAQOH, bukan AMIL. Hal ini dikarenakan pendapat para ulama/Kyai di Kudus yang berpendapat bahwa orang yang berkecimpung di Lazisnu tidak bisa disebut amil

## Problematika Fundraising di ...

dan tidak berhak menjadi mustahiq. Sehingga mereka tidak berhak mendapat 12,5% dari harta zakat yang dikumpulkan. Hal ini dikarenakan:

- 1) Pengelola di Lazisnu adalah orang-orang yang bekerja paruh waktu.
- 2) Pengelola di lazisnu sudah mempunyai penghasilan lain.

Kendala ini mengakibatkan lazisnu tidak dapat mengelola zakat wajib secara maksimal.

### b. Kendala secara langsung di Lapangan

Kendala yang bisa dirasakan secara langsung adalah ditolak donator secara langsung

### 3. Faktor Penunjang dari Kegiatan *Fundraising* di Lazisnu Kudus

Selain kendala dan solusi di atas, ada beberapa yang menjadi penunjang dalam kegiatan *fundraising*. Penunjang kegiatan *fundraising* yang ada di Lazisnu adalah *Toolmarketing*. *Toolmarketing* adalah alat-alat yang bisa menunjang keberhasilan dari kegiatan *fundraising*. Karena tanpa *toolmarketing* tidak bisa melakukan kegiatan tersebut. *Toolmarketing* diantaranya adalah, brosur, majalah, kuitansi, buku profil Lazisnu, *vocer* kegiatan ramadhan muharom dan wakaf, proposal kegiatan, web NU Care Lazisnu beserta *toolmarketing* lainnya.

### **Analisis strategi *fundraising* yang ada di Lazisnu Kudus**

Lazisnu adalah salah satu lembaga nirlaba yang menggantungkan perolehan dananya kepada kegiatan *fundraising*. Strategi yang dilakukan di Lazisnu mengenai *fundraising* adalah mereka menggunakan strategi *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Analisisnya adalah sebagai berikut:

#### a. *Direct Fundraising*

Strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1) *Direct Mail*

Lazisnu melakukan kegiatan *fundraising* menggunakan strategi *direct mail* yakni dengan cara mempersiapkan *directmail* yang berupa brosur kegiatan dan brosur Lazisnu kemudian dimasukkan kedalam sebuah amplopmaupun proposal kegiatan. Saat *door to door* membawa beberapa amplop lalu menyebar ke semua tempat yang mungkin dijangkau tersebut. Kemudian memberikan amplop tersebut ke toko-toko yang menjadi sasaran donatur.

Selain itu menawarkan program Lazsinu yang akan berjalan kepada perusahaan- perusahaan maupun instansi terkait agar bisa berpartisipasi dalam perogram tersebut dengan cara memberikan proposal kegiatan kepada perusahaan- perusahaan maupun instansi terkait.

2) Pertemuan langsung

Lazisnu melakukan kegiatan *fundraising* menggunakan strategi pertemuan langsung yakni dengan cara memberikan ceramah kepada sebuah *audience*, sesuai dengan program yang ada yakni memberikan layanan ceramah.

b. *Indirect Fundraising*

Strategi yang dilakukan oleh Lazisnu adalah sebagai berikut :

1) *Event*

Strategi yang digunakan mengenai *indirect fundraising* bisa berupa ikut serta dalam *event*. Misalnya Korban Idul Adha dan lainnya.

2) Melalui perantara

Strategi yang digunakan mengenai *indirecfundraising* bisa berupa melalui perantara. Perantara di sini yang dimaksud adalah

## Problematika Fundraising di ...

perantara media tertulis maupun media elektronik. Lazisnu memiliki *toolmarketing* diantaranya adalah brosur, spanduk.

Sedangkan untuk perantara dalam media elektronik, Lazisnu memanfaatkan internet dengan caramembuka webresmi Lazisnu Kudus [www.nu.or.id/](http://www.nu.or.id/), Facebook, Twitter, dan Intagram. Ketika menggunakan media sosial mereka share program-program yang dijalankan.

### b. *Telefundraising*

Kegiatan *fundraising* menggunakan strategi *telefundraising* yakni dengan cara mempersiapkan kontak dari beberapa calon donator yang telah menjadi target dalam strategi *telefundraising*

### **Analisis Faktor Penghambat dari Kegiatan *fundraising* di Lazisnu Kudus**

Setiap perusahaan atau lembaga yang bergerak di bidang apapun pasti memiliki penghambat dalam melaksanakan kegiatannya masing-masing, serta penghambatnya juga pasti berbeda-beda. Sama halnya dengan Lazisnu yang memiliki berbagai kendala yang menghambat kegiatannya. Terutama pada kegiatan *fundraising*.

Kendala dari kegiatan *fundraising* yang ada di Lazisnu adalah sebagai berikut:

#### a. Kendala secara langsung

Kendala yang bisa dirasakan secara langsung adalah sebagai berikut:

##### 1) Ditolak donator secara langsung

ketika melakukan *fundraising* secara *door to door*, yakni *fundraiser* yang terjun langsung ke lapangan yang belum tentu mereka kenali. Cara penolakan mereka juga beragam.

.Hal ini bisa saja sering terjadi dikarenakan

Lazisnu kurang memperhatikan Analisis kebutuhan dari donatur, yakni bisa berupa tentang :

- a) Kesesuaian dengan syari'ah. Donatur adalah orang yang memberikan sebagian dananya untuk membiayai sejumlah program dan atau kegiatan yang dilakukan oleh lembaga yang akan dituju. Zakat merupakan bagian dari salah satu rukun Islam yang juga merupakan bentuk peribadatan kepada Allah, karena zakat adalah bentuk ibadah maka harus sesuai dengan tuntunan yang pernah diajarkan oleh rasulullah Muhammad SAW.
- b) Laporan dan pertanggung jawaban. Sesuatu yang dibutuhkan donatur selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah ketika ia memberikan dana ZIS kepada sebuah LAZ maupun BAZ, adalah laporan dan pertanggungjawaban. Faktor kepercayaan, merupakan hal utama dalam meningkatkan perolehan dana ZIS bagi LAZ maupun BAZ. Untuk menjaga tingkat kepercayaan para donatur dan muzakki itulah laporan dan pertanggungjawaban sangat diperlukan.
- c) Manfaat bagi kesejahteraan umat, Kebutuhan donatur yang lain selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan laporan pertanggungjawaban tepat waktu adalah sejauh mana manfaat dana ZIS yang diberikan donatur dan muzakki bagi kaum dhuafa. Donatur dan muzakki perlu mengerti penggunaan dana ZIS yang diberikan kepada LAZ maupun BAZ.

## Problematika Fundraising di ...

- d) Pelayanan yang berkualitas. Salah satu kekuatan yang mendorong para donatur dan muzakki mau mengeluarkan dana ZIS untuk mendanai program dan kegiatan LAZ maupun BAZ adalah pelayanan yang baik yang diberikan LAZ maupun BAZ kepada para donatur dan muzakki. Kemudahan tersebut bisa berupa memudahkan dalam melakukan transaksi, misalnya: pembayaran ZIS melalui gesek kartu kredit atau transfer melalui ATM, layanan jemput zakat bagi yang sibuk untuk keluar melakukan pembayaran ZIS, membuka konsultasi ZIS bagi para donatur dan muzakki yang kesulitan untuk menghitung dan mengeluarkan zakatnya
  - e) Silaturahmi dan komunikasi. Ini menjadi hal penting bagi peningkatan pendapatan dana zakat, infak dan shadaqah. Ini juga merupakan salah satu kebutuhan bagi para donatur dan muzakki yang harus dipahami oleh organisasi pengelola zakat. Silaturahmi dan komunikasi kepada para donatur dan muzakki penting bagi LAZ maupun BAZ untuk meningkatkan pendapatan dana ZISnya.
- 2) Donatur ijin libur berdonasi
- Kendala yang lain adalah ketika donatur memutuskan untuk berhenti atau ijin libur berdonasi ke Lazisnu. Bagi Lazisnu ini sangatlah menghambat, dikarenakan di Lazisnu ada tarjet. Hal ini bisa terjadi dikarenakan beberapa faktor.
- a. Donatur ijin berdonasi bisa saja karena apabila donatur sedang ada butuh dana

untuk dialokasikan ke yang lain jadi tidak ada sisa untuk didonasikan ke Lazisnu. Bisa juga pelayanan dari Lazisnu kurang baik. Bisa juga terjadi miskomunikasi antar Lazisnu dengan donatur yang bersangkutan.

b. Kendala secara tidak langsung

Kendala yang tidak bisa dirasakan langsung yakni sebagai berikut:

Fanatisme terhadap Organisasi Masyarakat (ORMAS). Ketika terjun langsung dalam event, Lazisnu menawarkan brosur-brosur maupun *tool marketing* kepada khalayak ramai yang ikut serta dalam *event*.

### Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah diurai pada bab sebelumnya dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Strategi *Fundraising* yang ada di Lazisnu Kudus  
Lazisnu Kudus telah berhasil melaksanakan kegiatan *fundraising* dengan berbagai strateginya.
2. Faktor penghambat dari kegiatan *fundraising* di Lazisnu Kudus
  - a. Hambatan kelembagaan. Yakni pendapat dewan penasehat yang menyatakan bahwa pengurus dan karyawan Lazisnu bukanlah amil, sehingga tidak berhak mendapatkan bagian zakat.
  - b. Faktor penghambat *fundraising*, yakni penghambat secara langsung: yakni ketika ditolak donatur secara langsung, dan donatur ijin libur berdonasi. Dan pnhambat secara tidak langsung: ketika melakukan kegiatan *fundraising* yakni donatur fanatisme terhadap ormas lain, donatur tidak mengetahui kantor Lazisnu
3. Faktor Penunjang Kegiatan *Fundraising* di Lazisnu Kudus

## Problematika Fundraising di ...

Penunjang kegiatan *fundraising* yang ada di Lazisnu adalah menggunakan *toolmarketing* lebih banyak lagi saat melakukan pengambilan, adanya target dan evaluasi serta reward yang diberikan. Hal ini dapat memicu semangat untuk terus melakukan *fundraising* dengan baik agar perolehan dananya meningkat.

### Daftar Pustaka

- Abidah, Atik, *Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo*, Kodifikasi, Volume 10 No 1, 2016
- Beik, Irfan Syauqi. "Outlook Zakat Nasional 2014, Tantangan UU No 23/2011," dalam <http://www.republika.co.id>.
- Fakhrudin, *Fiqh dan Menejemen Zakat di Indonesia*, Malang : UIN Malang Press, 2008.
- Hasan, Abd. Kholiq, *Tafsir Ibadah*, Yogyakarta : Pustaka Pesantren, 2008.
- Huda, Miftahul, *Model Manajemen Fundraising Wakaf, Ahkam*, Vol XIII, No. 12 2013
- Nadhari, Abdullah Khatib, *Pengelolaan Zakat Di Dunia Muslim*, Ejournal, Vol.3 No. 2, 2013
- Purwanto, April, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Yogyakarta : Sukses, , 2009
- Qardhâwî, Yusuf. *Fiqh Zakâh*, Juz II. Beirut: Muassasâh Risâlah, 1988.
- Qardhawi, Yusuf, *Spektrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Rakyat*, Jakarta : Daar El-Syoruk, 2005.
- Ra'ana, Irfan Mahmud. *Sistem Ekonomi Pemerintahan Umar Ibn al-Khatab*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997.

Abdul Haris naim

- Sudarsono, Heri, *Konsep ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia,,2002
- Suparman, *Strategi Fundraising Wakaf Uang*, VolumeII, Nomor2,BWI, 2009
- Syidieqy, Hasbi Asy, *Pedoman Zakat*, Semarang : Pustaka Rizki Putra, 2009.
- Yessi Rachmasari dkk, *Penerapan Strategi Fundraising Di Rumah Singgah Bina Anak Pertiwi Jakarta*, Jurnal Prosiding KS, Volume 3 No. 3, Jakarta
- Zuhaili, Wahbah Al, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, Bandung : Remaja Rosdakarya,1995.
- Zuhaili, Wahbah Az, *Tafsir Munir*, Beirut : Daarul Fikr, 2009.
- Undang-undang RI Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2014 tentang Pelaksanaan UU Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Inpres RI Nomor 3 Tahun 2014 tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat di Kementerian/Lembaga, Sekretariat Jenderal Lembaga Negara, Sekretariat Jenderal Komisi Negara, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah Melalui Badan Amil Zakat Nasional.