

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI *FUNDRAISING*
DALAM MENINGKATKAN DANA ZIS DI BAZNAS
(STUDI BAZNAS KABUPATEN TANGERANG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Zakat dan Wakaf



Oleh:

Nurul Indah Fitriani

NIM: 21120053

PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ)

JAKARTA

1447 H/2025 M

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI *FUNDRAISING*
DALAM MENINGKATKAN DANA ZIS DI BAZNAS
(STUDI BAZNAS KABUPATEN TANGERANG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Zakat dan Wakaf



Oleh:

Nurul Indah Fitriani

NIM: 21120053

Dosen Pembimbing:

Mulfi Aulia, M.A

PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ)

JAKARTA

1447 H/2025

Persetujuan Pembimbing

Skripsi dengan Judul **“ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DALAM MENINGKATKAN DANA ZIS DI BAZNAS (STUDI BAZNAS KABUPATEN TANGERANG)”** yang disusun oleh Nurul Indah Fitriani Nomor Induk Mahasiswa 21120053 telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Tangerang Selatan, 26 Agustus 2025

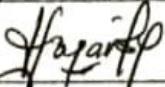
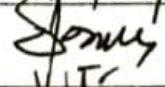
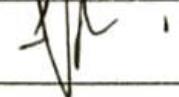
Pembimbing



Muñi Aulia, M.A

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Analisis SWOT terhadap Strategi Fundraising dalam meningkatkan dana ZIS di Baznas (Studi Baznas Kabupaten Tangerang)" yang disusun oleh Nurul Indah Fitriani dengan NIM 21120053 telah diujikan pada sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta pada tanggal 26 Agustus 2025. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Manajemen Zakat dan Wakaf.

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Syarif Hidayatullah, M.A.	Ketua Sidang	
2.	Dr. Syafaat Muhari, M.E.	Sekretaris Sidang	
3.	Fitriyani Lathifah, M. Si.	Penguji I	
4.	Indra Marzuki, Lc., M.A.	Penguji II	
5.	Mulfi Aulia, M.A.	Pembimbing	

Tangerang Selatan, 26 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Dr. Syarif Hidayatullah, M.A.

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Nurul Indah Fitriani

NIM: 21120053

Tempat/ TTL: Tanggerang, 23 Januari 1999

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Analisi SWOT terhadap Strategi Fundrising Dalam meningkatkan Dana ZIS di Baznas (Studi Baznas Kabupaten Tangerang)**" adalah benar-benar karya saya kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan. Kesalah dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Tangerang Selatan, 26 Agustus 2025



Nurul Indah Fitriani

NIM: 21120053

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Indah Fitriani

Nim : 21120053

Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Ilmu Al_Qur'an (IIQ) Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmia saya yang berjudul: **Analisis SWOT terhadap Strategi Fundraising dalam meningkatkan Dana ZIS di Baznas (Studi Baznas Kabupaten Tangerang)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis/ Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Tangerang Selatan

Pada tanggal: Selasa, 26 Agustus 2025

Yang menyatakan



Nurul Indah Fitriani

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, Kupersembahkan karya ini kepada Allah SWT,
Yang telah memberikan petunjuk dan kekuatan, Dalam setiap langkah
perjalanan ini.

Kepada kedua orang tua saya H.edi Durita dan Hj. Uum , yang senantiasa
menjadi sumber inspirasi, do'a dan cinta mereka adalah cahaya, yang
membimbingku melewati setiap badai rintangan kehidupan.

Untuk sahabat-sahabatku di IIQ, yang telah berbagi tawa dan air mata,
dalam setiap sesi belajar dan diskusi, kita tumbuh bersama, saling
menguatkan dalam hal apapun.

Perjalanan ini bukan hanya tentang akademik, namun juga tentang
menghafal Al-Qur'an, menjadi bagian dari kalam-Nya,
yang mengajarkan keteguhan dan keikhlasan.

Untuk teman-teman seperjuangan Mazawa Periode 2024/2025, terimakasih
sudah saling menyemangati dan membantu .

Semoga karya ini menjadi berkah, bagi diriku dan orang-orang di sekitarku,
sebagai wujud syukur atas segala nikmat, dan sebagai inspirasi bagi generasi
mendatang.

MOTTO

*“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah.
Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad.”*

-Abu Hamid Al-Ghazali-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Swt., atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Analisis SWOT terhadap Strategi Fundraising dalam meningkatkan Dana ZIS di Kabupaten Tangerang (Studi Baznas Kabupaten Tangerang)”**. Selawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W. beserta keluarga dan para sahabatnya. Semoga dengan senantiasa bershalawat kepada baginda Rasul, kita mendapatkan syafaatnya di hari perhitungan kelak. Amin. Penulisan Skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis ucapkan banyak terima kasih dan penghormatan yang tak terhingga kepada:

1. Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Dr. Hj. Nadjematal Faizah SH, M. Hum.
2. Wakil Rektor I Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Dr. Hj. Romlah Widayati, M.Ag.
3. Wakil Rektor II Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Bapak Dr. H. M. Dawud Arif Khan, S.E., M.Si., Ak., Cp A.
4. Wakil Rektor III Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Hj. Muthmainah, M.A.
5. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Ilmu Al- Qur'an (IIQ) Jakarta, Bapak Dr. Syarif Hidayatullah, M.A,

6. Ketua Program Studi Manajemen Zakat Wakaf (MZW) Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Bapak. Syafaat Muhari, M.E. yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama menjadi mahasiswi prodi MZW.
7. Dosen Pembimbing Bapak Mulfi Aulia, M.A yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi saran dan masukan, memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) atas beasiswa kuliah penuh yang telah diberikan kepada penulis. Dukungan ini tidak hanya memberikan bantuan secara material, tetapi juga menjadi motivasi besar yang menguatkan semangat penulis dalam menuntaskan pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
9. Ucapan teristimewa penulis haturkan kepada kedua orang tua tersayang, Mama Uum dan bapak Edi atas segala kasih sayang, doa yang tak pernah putus, serta dukungan moril maupun materiil yang begitu besar dalam setiap langkah penulis. Terima kasih telah memberikan izin dan kepercayaan sepenuhnya kepada anak mu ini untuk menimba ilmu di tanah rantau. Semoga pencapaian ini menjadi persembahan kecil yang dapat membahagiakan dan membanggakan Mamah dan Bapak.
10. Segenap Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang telah memberikan masukan dan ilmunya kepada penulis.
11. Seluruh Lembaga Tahfidz dan Qiraat Al-Qur'an (LTQQ) Jakarta dan Instruktur Tahfidz dari semester 1 hingga semester 8 yang telah membimbing, selalu sabar menuntun, dan memberikan arahan dalam hal menghafal Al-Qur'an. Semoga beliau semua mendapatkan derajat yang

paling mulia dan paling tinggi di sisi Allah SWT.

12. Terima kasih sahabat-sahabat seperjuangan di kelas tercinta, teman-teman program studi Manajemen Zakat dan Wakaf angkatan 2021. Tidak terasa waktu telah berlalu, mulai dari berkumpul, bercanda, belajar, dan mengaji tidak luput dari kebersamaan. Setiap hari adalah cerita. Setiap langkah adalah perjalanan. Terima kasih teman-teman, waktu kalian masih panjang, ini baru langkah awal kehidupan. Selamat jalan di kehidupan masing-masing.
13. Terima kasih untuk penulis telah menyelesaikan skripsi ini sampai tuntas. Di hiasi dengan air mata, diiringi dengan canda tawa. Merintih diatas luka, menangis dalam sandaran semesta. Setiap langkah dalam penulisan selalu ada pembelajaran, terima kasih karena sudah kuat, untuk mewujudkan salah satu mimpi yang dulu dianggap mustahil.

Tangerang Selatan, 26 Agustus 2025

02 Rabi'ul Awal 1447 H

Nurul Indah Fitriani

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Dalam penulisan skripsi di IIQ, transliterasi Arab-Latin mengacu kepada SKB Menteri Agama RI, Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI No. 158/1987 dan NO. 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988, pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ⴣ	Ⴣa (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Şad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Konsonan Rangkap karena **tasydīd ditulis rangkap**:

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta 'addidah</i>
عَدَّةٌ	Ditulis	<i>'Iddah</i>

3. **Ta' marbutah** di akhir kata

a. Bila dimatikan, ditulis *h*:

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>hikmah</i>
جِزَيْةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti Zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya) Bila **Ta' Marbutah** diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*:

كَرَامَةُ الْأَوْلَيَاءِ	Ditulis	<i>karāmah alauliyā'</i>
--------------------------	---------	--------------------------

b. Bila **Ta' Marbutah** hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dhammah ditulis *t*:

كاة الفطر	Ditulis	Zakat al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vocal Pendek

◦	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
◦	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◦	<i>Dhammah</i>	Ditulis	U

5. Vocal Panjang

1.	<i>Fathah + alif</i>	Ditulis	Ā
	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2.	<i>Fathah + ya‘mati</i>	Ditulis	Ā
	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.	<i>Kasrah + ya‘mati</i>	Ditulis	Ī
	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.	dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

6. Vocal Rangkap

1.	<i>Fathah + ya’ mati</i>	Ditulis	Ai
	بینک	Ditulis	<i>Bainakum</i>

2.	Fathah + <i>wawu</i> mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A 'antum</i>
اعدٌ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La 'in Syakartum</i>

8. Kata sanding Alif + Lām

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. bila diikuti huruf Syamsiyyah

السماء	Ditulis	<i>al-samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>al-syams</i>

9. penulisan kata-kata dalam rangkaian ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	ditulis	<i>Zawi al-Furiūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl Al-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

PERSETUJUAAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PENULIS	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
PERSEMBERAHAN	ix
MOTTO	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvii
DAFTAR ISI.....	xxiii
ABSTRAK	xxvii
ABSTRACT.....	xxix
الملخص	xxxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	14
1. Identifikasi Masalah.....	14
2. Pembatasan Masalah.....	14
3. Rumusan Masalah.....	14
4. Manfaat Penelitian	15
C. Kajian Pustaka.....	16
D. Metode Penelitian.....	19
E. Sistematika Penulisan.....	27
BAB II	29
LANDASAN TEORI	29
A. Teori Strategi.....	29
1. Pengertian Strategi.....	29

2.	Proses Penyusunan Strategi.....	31
3.	Analisis situasi	32
4.	Pemilihan strategi	33
5.	Tahapam-Tahapan Strategi	33
6.	Evaluasi Strategi	34
	Strategi Agresif, Defensif, dan Turn Around	35
B.	Fundrising	38
1.	Pengertian Fundrising	38
2.	Tujuan Fundrising.....	39
3.	Metode Fundrising	42
C.	Zakat, Infaq dan Sedekah.....	43
1.	Pengertian Zakat	43
2.	Pengertian Infak.....	44
3.	Pengertian Sedekah	45
D.	Hukum dan Landasan Zakat.....	48
1.	Hukum Zakat.....	48
2.	Landasan Zakat	48
3.	Zakat Core Principles.....	51
E.	ANALISIS SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats).....	54
1.	Pengertian Analisis SWOT	54
2.	Faktor-faktor dalam Analisis SWOT	56
3.	Hal-hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Analisis SWOT	58
4.	Komunikasi dalam Fundraising.....	63
5.	Motivasi dalam Fundraising.....	63
6.	Relasi dalam Fundraising	64
7.	Kepuasan dalam Fundraising.....	65
8.	Maintenance dalam Fundraising	66

9. Hubungan antara Fundraising, Strategi, dan Zakat.....	66
BAB III	
GAMBARAN UMUM	69
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
1. Profil Baznas Kabupaten Tangerang	69
2. Visi dan misi Baznas Kabupaten Tangerang	70
3. Struktur Baznas Kabupaten Tangerang	71
4. Legalitas Baznas Kabupaten Tangerang.....	73
B. Program Baznas Kabupaten Tangerang	75
C. Laporan Fundraising Baznas Kabupaten Tangerang Tahun 2022-2024	76
1. Laporan Tahun 2022.....	76
2. Laporan fundraising Baznas Kabupaten Tangerang Tahun 2023.....	76
3. Laporan Baznas Kabupaten Tangerang Tahun 2024.....	78
BAB IV	79
HASIL DAN PEMBAHASAN	79
A. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Baznas Kabupaten Tangerang .	79
B. Strategi Baznas Kabupaten Tangerang menggunakan Analisis SWOT.....	83
C. Faktor pendukung dan Penghambat pada Strategi Fundraising di Baznas Kabupaten Tangerang dalam meningkatkan perolehan Dana ZIS	94
BAB V	97
PENUTUP.....	97
A. KESIMPULAN	97
B. SARAN.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	107
RIWAYAT HIDUP	116

ABSTRAK

Nurul Indah Fitriani, 2025, Analisis SWOT terhadap Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Dana ZIS di Kabupaten Tangerang (Studi pada BAZNAS Kabupaten Tangerang), Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW), Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta (IIQ) Jakarta.

BAZNAS Kabupaten Tangerang menghadapi sejumlah tantangan dalam penghimpunan dana zakat, salah satunya adalah kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat. Selain itu, rendahnya kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat melalui BAZNAS menjadi kendala utama dalam strategi fundraising. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi fundraising dalam meningkatkan dana ZIS di BAZNAS Kabupaten Tangerang.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik wawancara terfokus (*focused interview*) dan analisis SWOT (*Strengths, weakness, opportunity dan threats*). Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Wakil Ketua I BAZNAS Kabupaten Tangerang yang membidangi fundraising, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi berupa tabel, catatan rapat, foto, maupun rekaman. Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui strategi fundraising BAZNAS Kabupaten Tangerang dalam meningkatkan perolehan dana ZIS, dan (2) untuk mengidentifikasi faktor pendukung serta penghambat dalam pelaksanaan strategi fundraising.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi fundraising yang diterapkan BAZNAS Kabupaten Tangerang meliputi upaya memelihara hubungan dengan muzakki serta meningkatkan kesadaran masyarakat melalui sosialisasi. Faktor pendukung antara lain keberadaan staf yang berpengalaman, struktur organisasi yang jelas, serta dukungan pemerintah dan masyarakat. Namun, terdapat faktor penghambat berupa rendahnya kesadaran masyarakat dan adanya persaingan dengan lembaga zakat lainnya.

Kata Kunci: **Fundrising Zakat, Baznas, Strategi**

ABSTRACT

Nurul Indah Fitriani, 2025. SWOT Analysis of Fundraising Strategies in Increasing ZIS Funds in Tangerang Regency (A Study of Baznas Tangerang Regency). Zakat and Waqf Management Study Program (MZW), Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta (IIQ) Jakarta.

Baznas Tangerang Regency faces several challenges in zakat collection. One of them is the gap between the potential and the actual realization of zakat. In addition, the lack of public awareness in paying zakat through Baznas has become a challenge in zakat fundraising. Therefore, this research aims to analyze fundraising strategies to increase ZIS funds in Baznas Tangerang Regency.

This study employs a qualitative research method in the form of focused interviews using SWOT analysis techniques. The primary data obtained comes directly from informants, namely the Vice Chairman I of Baznas Regency, who is responsible for Fundraising of ZIS funds. The secondary data consists of information gathered from graphic documents (tables, records, meeting minutes, etc.), photographs, films, and video recordings. The objectives of this research are, first, to determine how fundraising strategies at Baznas Tangerang Regency are implemented in efforts to increase ZIS fund collection. Second, to identify the supporting and inhibiting factors in the fundraising strategies at Baznas Tangerang Regency.

The fundraising strategies of Baznas Tangerang Regency are as follows: first, maintaining relationships with existing muzakki and increasing public awareness through outreach programs. Second, supporting factors include experienced staff, a clear organizational structure, and support from both the government and the community. However, inhibiting factors include low public awareness and competition with other institutions.

Keywords: *Zakat Fundraising, Baznas, Strategy*

الملخص

نورول إداه فيترياني، 2025، تحليل سنوات لاستراتيجية جمع التبرعات في زيادة أموال الزكاة والصدقات في مقاطعة تانجيراخج (دراسة عن بازناس مقاطعة تانجيراخج)، برنامج دراسات إدارة الزكاة والوقف، معهد علوم القرآن في جاكرتا (IIQ) جاكرتا.

تواجه بازناس محافظة تانغيراخ عددًا من التحديات في جمع أموال الزكاة، من أبرزها الفجوة بين الامكانيات المتاحة والواقع الفعلي للزكاة. كما يمتد ضعف وعي المجتمع بأهمية دفع الزكاة عبر بازناس تحدياً إضافياً في مجال جمع التبرعات الزكوية. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتحليل إستراتيجية جمع التبرعات في "تنمية موارد الزكاة والاتفاق والصدقات في بازناس محافظة تانغيراخ".

"Focused Interviews" تعتد هذه الدراسة على منهج البحث النوعي من خلال المقابلات المركزية، أما البيانات الأولية فقد استمدت مباشرةً من المخبرين، وبالتالي من ذات SWOT. مستخدمةً أسلوب تحليل الرئيس الأول لبيانات في المحافظة المسؤول عن جمع أموال الزكاة والاتفاق والصدقات. في حين أخذت البيانات الثانية من الوثائق البيانية (الجدوال، السجلات، حاضر الاجتماعات وغيرها)، والصور الفوتوغرافية، والأفلام، والتسجيلات المرئية. وتهدف هذه الدراسة أولاً إلى معرفة كيفية إستراتيجية جمع التبرعات في بازناس المحافظة في سعيها لزيادة حصيلة أموال الزكاة والاتفاق والصدقات في بازناس محافظة تانغيراخ. ثانياً، تهدف إلى التعرف على العوامل الداعمة والمعيقية في إستراتيجية جمع التبرعات في بازناس محافظة تانغيراخ.

تتمثل إستراتيجية بازناس بمحافظة تانغيراخ في مجال جمع التبرعات أولاً في المحافظة على العلاقات مع المزكين الحاليين وتعزيز وعي المجتمع من خلال حملات التوعية. ثانياً، تشمل العوامل الداعمة وجود كادر ذي خبرة، وهيكل تنظيمي واضح، إضافةً إلى الدعم من الحكومة والمجتمع. غير أن العوامل المعيقية تتمثل في ضعف وعي المجتمع ومنافسة المؤسسات الأخرى.

الكلمات المفتاحية: جمع التبرعات للزكاة، بازناس، الإستراتيجية

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia mempunyai sebuah potensi yang terbilang besar terhadap pengumpunan zakat. Menurut Baznas pada tahun 2023 potensi dana Zakat di Negara Indonesia mencapai Rp. 327 T. Peta potensi zakat keseluruhan di Indonesia mencapai Rp. 327 T mencakup dari zakat perusahaan Rp.121,8 T, zakat penghasilan Rp.154,8 T, zakat uang Rp.64,8 T, zakat peternakan Rp.11,3 T dan zakat pertanian Rp.19,5 T.¹

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang sangat besar. Menurut data BAZNAS, potensi zakat nasional diperkirakan mencapai lebih dari Rp300 triliun per tahun, namun realisasi penghimpunannya masih jauh di bawah angka tersebut.² Dalam rangka memaksimalkan potensi tersebut, pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga resmi dan satu-satunya yang berwenang melakukan pengelolaan zakat pada tingkat nasional maupun daerah.³

BAZNAS dituntut untuk menjalankan fungsi penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan dana ZIS secara profesional, transparan, dan akuntabel. Salah satu aspek penting dalam pengelolaan zakat adalah kegiatan *fundraising*, yaitu strategi sistematis untuk

¹ Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), *Outlook Zakat Indonesia 2023* (Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2023), h. 12

² BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2023* (Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2023), h. 12.

³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 6.

menghimpun dana dari masyarakat, baik individu, kelompok, maupun lembaga, guna mendukung program pemberdayaan umat.⁴

Pengumpulan Zakat Nasional selalu mengalami peningkatan setiap Tahunnya walaupun belum bisa mencapai potensi Zakat Nasional yang sudah diperhitungkan, pengumpulan dana Zakat mengalami kenaikan sampai 24 persen per tahun diestimasi waktu selama 5 tahun terakhir. Serta dana Zakat yang terhimpun pada tahun 2022 mencapai Rp.21,3 triliun ini meningkat 52,14 persen dari tahun sebelumnya 2021 yang hanya 14 triliun. Oleh karena itu butuh evaluasi kembali agar mencapai potensi Zakat yang sudah diperkirakan.⁵

Dalam sistem ekonomi Islam, zakat berperan sebagai alat penting yang digunakan untuk mendorong pemerataan distribusi kekayaan dan mengurangi jurang ketimpangan ekonomi di antara berbagai lapisan masyarakat Muslim.⁶ Zakat berfungsi sebagai instrumen strategis dalam sistem ekonomi Islam yang bertujuan untuk menciptakan keadilan distribusi pendapatan serta menekan kesenjangan ekonomi antar kelompok dalam masyarakat Muslim.⁷

Zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi Islam yang memiliki peran strategis dalam mengurangi kesenjangan sosial, meningkatkan kesejahteraan umat, serta memperkuat solidaritas sosial antar sesama.⁸

⁴ Abdul Wahab, *Manajemen Pengelolaan Zakat Modern* (Jakarta: Rajawali Pers, 2019), h. 87

⁵ <https://www.baznastangerangkab.or.id/> diakses pada tanggal 2 Agustus 2024 pada pukul 20.15 wib

⁶ Fakhrudin, *Fiqih dan Manajemen Zakat di Indonesia*, (Yogyakarta: UIN Malang press 2022), cet 8 h. 183

⁷ Departemen Agama RI. (2009). *Tuntunan Zakat, Infak dan Sedekah*. Jakarta: Departemen Agama RI.

⁸ M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 2007), h. 410

Pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) memiliki urgensi yang tinggi karena menyangkut kesejahteraan masyarakat dan pemberdayaan umat. Kabupaten Tangerang dengan jumlah penduduk yang besar serta tingkat ekonomi yang terus berkembang memiliki potensi penghimpunan dana ZIS yang signifikan. Namun, realisasi penerimaan ZIS masih belum optimal jika dibandingkan dengan potensi yang ada. Kondisi ini menuntut adanya strategi penghimpunan dana (*fundraising*) yang lebih efektif dan terukur.⁹

Sebagai lembaga amil zakat resmi yang dibentuk oleh pemerintah, BAZNAS Kabupaten Tangerang memiliki peran sentral dalam mengelola dan menyalurkan dana ZIS secara amanah, transparan, dan akuntabel.¹⁰ Strategi fundraising yang tepat tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan jumlah dana yang dihimpun, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam memperluas program pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan sosial kemasyarakatan.¹¹

Menurut Alam Zakat memiliki potensi besar di Indonesia dalam menanggulangi permasalahan keumatan, namun dalam implementasinya dihadapkan kepada sejumlah permasalahan. Permasalahan tersebut dibagi kepada tiga stakeholder yang berperan yaitu regulator khususnya pemerintah, Organisasi pengelola Zakat sebagai pihak pengelolanya, dan masyarakat sebagai mzakki dan

⁹ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2022), h. 45.

¹⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Bab III, Pasal 6.

¹¹ Puskas BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2023*, (Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2023), h. 12.

mustahik. Jika ketiga stake holder tersebut mampu bersinergi dengan baik maka berbagai permasalahan tersebut bisa diatasi.¹²

Fundraising dapat dipahami sebagai upaya penghimpunan dana dan sumber daya lain dari Masyarakat baik dari individu, kelompok, organisasi, perusahaan, maupun pemerintah yang kemudian disalurkan untuk membantu para mustahik. Dengan pelaksanaan fundraising yang efektif, pengumpulan zakat pun dapat berjalan lebih optimal dan mencapai hasil yang maksimal.¹³

Kegiatan fundraising pada dasarnya memiliki setidaknya lima tujuan utama, yaitu mengumpulkan dana, menjaring donatur, menarik simpatisan atau pendukung, membangun citra positif lembaga (brand image), serta memberikan kepuasan kepada para donatur atas kontribusi yang mereka berikan.¹⁴ Dana yang diperoleh umumnya dialokasikan untuk membantu pihak-pihak yang membutuhkan, seperti kaum du'afa, anak-anak yatim, atau korban bencana, serta untuk membiayai program pemberdayaan dan pengembangan institusi terkait.¹⁵

Pentingnya analisis SWOT dalam menyusun strategi fundraising di BAZNAS Kabupaten Tangerang terletak pada kemampuannya memberikan gambaran komprehensif mengenai

¹² Alam, A. Permasalahan dan solusi pengelolaan zakat di Indonesia. *Jurnal Manajemen* 2020, 9(2), 128. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v9i2.1533> diakses 03 Juni pukul 22.00 wib

¹³ Bella Permatasari, Pelaksanaan *Fundraising* di Lembaga Amil Zakat Infak Dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) Solo (Studi Berdasarkan Undang-Undang No 23 Tahun 2011) (PhD Thesis, IAIN Surakarta, 2018), h. 30.

¹⁴ Atik Abidah, Analisis Strategi *Fundraising* Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo, *Kodifikasi* Vol. 10, no. No. 1 (Tahun 2016): h.169

¹⁵ Rini Rachmawati, "Strategi Fundraising Organisasi Sosial dalam Penggalangan Dana," *Jurnal Sosial dan Kemanusiaan* 12, no. 2 (2020): 155.

kondisi internal organisasi maupun faktor eksternal yang memengaruhi efektivitas penghimpunan dana ZIS.

Adapun laporan penerimaan dana ZIS selama 3 Tahun terakhir dari berbagai komponen di BAZNAS Kabupaten Tangerang sebagai berikut:¹⁶

Tabel laporan penerimaan dana ZIS 2023-2025

Tahun	Hasil penerimaan ZIS	Didayagunakan Tahun
2022	Rp. 7.088.445.214	2022
2023	Rp. 8.104.014.591	2023
2024	Rp. 9.088.706.939	2024

Penerimaan dana ZIS pada tahun 2023 adalah berjumlah sebesar 8 Milyar lebih, dari penerimaan zakatnya sendiri mencapai Rp.8,1 Milyar yang diambil dari zakat perorangan, zakat profesi dan zakat fitrah.

Menurut Azhari Ilham, Strategi fundraising BAZNAS Kabupaten Tangerang seharusnya berfokus pada pendekatan konvensional seperti sosialisasi langsung melalui masjid, majelis taklim, dan lembaga pendidikan Islam. Cara ini lebih efektif karena masyarakat masih cenderung percaya pada interaksi tatap muka dan otoritas keagamaan. Dengan pendekatan tradisional, BAZNAS dapat membangun kepercayaan (*trust*) dan kedekatan emosional yang menjadi kunci keberhasilan penghimpunan zakat.¹⁷

¹⁶ BAZNAS Kabupaten Tangerang, Program Pemberdayaan dana ZIS Tahun 2022, program kerja BAZNASTahun 2023, Program kerja BAZNAS Tahun 2024

¹⁷ Azhari, Ilham. "Strategi Fundraising Zakat Melalui Digitalisasi di Era Disrupsi." *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 14, No. 1, 2021.

Sedangkan menurut ahmad syahril, strategi fundraising harus diarahkan pada inovasi digital, Baznas Kabupaten Tangerang perlu memanfaatkan platform daring, aplikasi pembayaran zakat, dan media sosial untuk menjangkau generasi milenial dan masyarakat urban. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin terbiasa dengan transaksi digital menjadi peluang besar untuk meningkatkan penghimpunan ZIS. Dengan strategi digital, jangkauan BAZNAS lebih luas dan efisien dibandingkan cara konvensional.¹⁸

Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tangerang menargetkan perolehan zakat, infaq dan sedekah (ZIS) pada periode Tahun 2024 mencapai Rp.15 Milyar yang paling besar perolehan dari zakat Fitrah kedua dari zakat profesi dari pemda namun kenyataannya hanya mencapai Rp.8 Milyar saja.¹⁹

Baznas Kabupaten Tangerang sebagai lembaga resmi pengelola zakat di tingkat daerah memiliki tanggung jawab besar untuk meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Wilayah Tangerang yang merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk dan aktivitas ekonomi yang cukup tinggi, memiliki potensi zakat yang besar jika dikelola dengan strategi fundraising yang tepat. Upaya tersebut dapat berupa sosialisasi intensif kepada masyarakat, penguatan citra lembaga, transparansi laporan, hingga pemanfaatan teknologi digital melalui aplikasi pembayaran zakat online.²⁰

¹⁸ Ahmad Syachril, “Strategi Peningkatan Penghimpunan Zakat dan Infak Badan Amil Zakat Nasional Kota Tangerang.” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 12, No. 2, 2020.

¹⁹ Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Tangerang, *Laporan Kinerja BAZNAS Kabupaten Tangerang Tahun 2024* (Tangerang: BAZNAS Kabupaten Tangerang, 2024), h. 7.

²⁰ BAZNAS Kabupaten Tangerang, *Laporan Tahunan Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah 2023*, h. 12.

Dalam kegiatan fundraising, tentu dengan target penambahan jumlah dana zakat. Namun, peningkatan jumlah dana yang terkumpul diakibatkan oleh strategi fundraising perlu dianalisis kembali, apakah strategi fundraising ini dapat digunakan sehingga mempengaruhi kebijakan-kebijakan BAZNAS Kabupaten Tangerang terhadap peningkatan jumlah donatur atau muzakki dalam menyalurkan dana zakatnya atau sebaliknya. Untuk menghasilkan strategi yang tepat adalah melalui analisis SWOT.²¹

Analisis SWOT menurut Freddy Rangkuti memiliki makna sebuah metode dari suatu rancangan strategi dalam berbagai bidang. Tujuannya untuk melakukan evaluasi dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Kesempatan), *Threat* (Tantangan).²² Dalam menganalisis suatu strategi sebuah perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT, sehingga mampu untuk mengidentifikasi sebuah strategi yang tepat untuk kedepannya.

Seperti yang diketahui bahwasanya beberapa penelitian terdahulu menjelaskan soal strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana perolehan ZIS tanpa melihat analisis SWOT pada metode fundraisingnya. Teknik SWOT salah satu Teknik yang dilakukan untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi dasar dalam melakukan perencanaan strategi. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat

²¹ Nurhasan Hamidi & Eko Suwardi. *Analisis Akuntabilitas Publik Organisasi Pengelola Zakat Berdasarkan Aspek Pengendalian Intern Dan Budaya Organisasi*

²² Freddy Rangkuti, *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cet. 24 (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 19.

dirumuskan faktor kunci yang mendorong kesuksesan yang mungkin dimiliki Lembaga amil zakat.²³

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi internal dan eksternal lembaga amil zakat. Melalui analisis ini, peneliti memiliki urgensi yaitu dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi, sekaligus memahami peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan luar.²⁴ Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam terhadap strategi fundraising yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Tangerang agar dapat mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi. Analisis SWOT digunakan karena mampu menghubungkan kondisi internal dan eksternal lembaga zakat secara sistematis, sehingga dapat melahirkan strategi fundraising yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

BAZNAS Kabupaten Tangerang sebagai lembaga resmi yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola dana ZIS secara profesional, transparan, dan akuntabel. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan strategi fundraising yang tepat agar penghimpunan dana ZIS dapat ditingkatkan sesuai dengan potensi masyarakat.

²³ Amalia, N. R *Implementasi layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif (lakupandai) pada bank rakyat indonesia syariah kantor cabang malang*.2017

²⁴ reddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 18

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Provinsi Banten

Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama/ Kepercayaan di Kabupaten Tangerang Tahun 2023

Agama	Jumlah Penduduk	Percentase
Islam	3101768	93,73
Kristen	105209	3,18
Katholik	44533	1,35
Hindu	1959	0,06
Budha	54887	1,66
Konghuchu	847	0,03
Penganut Kepercayaan	162	0,00
Total	3309365	100,00

Sumber: DKB Semester II Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tangerang Tahun 2023

Jumlah penduduk beragama Islam di Kabupaten Tangerang pada tahun 2023 adalah 3.101.768 jiwa, yang merupakan sekitar 93,73% dari total populasi.²⁵

Berdasarkan data pada tabel 1.1 jumlah penduduk muslim Kabupaten Tangerang sangatlah besar, artinya potensi zakat pada provinsi tersebut pun mempunyai jumlah yang banyak. Oleh karena itu, pihak-pihak terkait perlu menjaga kepercayaan masyarakat agar potensi yang besar tersebut dapat terjaga, bahkan meningkat.

Kabupaten Tangerang merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk Muslim yang cukup besar, sehingga memiliki potensi ZIS yang tinggi. BAZNAS Kabupaten Tangerang berperan sebagai lembaga amil zakat resmi di tingkat daerah yang bertugas mengelola

²⁵<https://tangerangkab.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTQjMQ==/jumlah-penduduk-berdasarkan-agama-kepercayaan-di-kabupaten-tangerang-tahun-2023.html> diakses pada tanggal 28 Agustus 2025 pukul 14.33 WIB

dan mengoptimalkan penghimpunan dana ZIS. Namun, dalam praktiknya, penghimpunan dana ZIS belum mencapai hasil yang maksimal. Rendahnya kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat melalui lembaga resmi, keterbatasan sumber daya manusia, serta adanya persaingan dengan lembaga zakat swasta menjadi tantangan tersendiri bagi BAZNAS Kabupaten Tangerang.²⁶

Penelitian ini akan dilakukan di baznas kabupaten Tangerang karena baznas kabupaten Tangerang memiliki beberapa keistimewaan yaitu dapat dilihat dari berbagai aspek yang mendukung perannya sebagai lembaga pengelola zakat resmi.²⁷ Salah satu keunggulannya adalah adanya dukungan penuh dari Pemerintah Daerah, khususnya melalui kebijakan pengelolaan zakat Aparatur Sipil Negara (ASN), yang menjadi sumber penghimpunan dana signifikan serta relatif stabil setiap tahunnya.²⁸ Selain itu, BAZNAS Kabupaten Tangerang memiliki jaringan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang luas hingga tingkat kecamatan, instansi pemerintahan, dan lembaga pendidikan, sehingga mempermudah akses masyarakat dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS).²⁹

Dari sisi potensi, Kabupaten Tangerang sebagai wilayah penyangga ibu kota memiliki jumlah penduduk yang padat dengan latar belakang ekonomi beragam serta ditopang oleh kawasan industri dan perusahaan besar, sehingga membuka peluang besar dalam

²⁶ Data Laporan Kinerja BAZNAS Kabupaten Tangerang Tahun 2023

²⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Bab III, Pasal 6.

²⁸ Peraturan Bupati Tangerang Nomor 64 Tahun 2020 tentang Pengelolaan Zakat Profesi ASN di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Tangerang.

²⁹ BAZNAS Kabupaten Tangerang, *Laporan Tahunan BAZNAS Kabupaten Tangerang 2023*, (Tangerang: BAZNAS Kab. Tangerang, 2023), h. 14.

penghimpunan zakat.³⁰ Dalam hal pendistribusian, BAZNAS tidak hanya menyalurkan dana ZIS untuk kebutuhan konsumtif mustahik, tetapi juga mengembangkan program pemberdayaan ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan sosial, sehingga perannya meluas sebagai penggerak pemberdayaan Masyarakat.³¹ Selain itu, BAZNAS Kabupaten Tangerang juga aktif menjalin kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga masyarakat, institusi pendidikan, dan organisasi keagamaan, sehingga semakin memperkuat posisinya dalam mengoptimalkan potensi dan pengelolaan ZIS di daerah.³²

Jumlah keseluruhan penduduk Islam di Kabupaten Tangerang sekitar 93% dari populasi, dapat dilihat pada Tabel 1.1 dengan penduduknya mayoritas muslim dikatakan Kabupaten Tangerang mempunyai target pengumpulan dana Zakat yang diperkirakan hingga Rp. 15 miliar per tahunnya, tetapi menurut laporan pengumpulan dana zis tahun 2023 dana zakat yang terkumpul hanya Rp 8 miliar, angka tersebut masih dirasa belum maksimal.³³

Berdasarkan Laporan pengelolaan Zakat Nasional tahun 2023, potensi zakat nasional mencapai Rp 300 triliun per tahun, namun realisasi pengumpulan zakat baru mencapai sekitar Rp 41 triliun atau baru mencapai 10% dari potensi yang ada.³⁴

³⁰ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang, *Kabupaten Tangerang dalam Angka 2023*, (Tangerang: BPS Kabupaten Tangerang, 2023), h. 27.

³¹ Puskas BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2023*, (Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2023), h. 32.

³² Nur Kholis, "Strategi Fundraising Zakat dalam Peningkatan Kesejahteraan Umat," *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, Vol. 3, No. 2 (2021), h. 158.

³³ Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Tangerang, *Laporan Pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah Tahun 2023*, Tangerang: BAZNAS Kabupaten Tangerang, 2024.

³⁴ <https://baznas.go.id/assets/images/szn/> Laporan Pengelolaan Zakat Nasional 2023. Jakarta, diakses 28 Agustus 2024 pukul 14.00 WIB.

Pada tahun 2024, Baznas Kabupaten Tangerang berhasil menghimpun dana zakat sebesar 9 miliar rupiah. Dengan target zakat sebesar 15 Milyar, diharapkan pengelolaan dan optimalisasi penghimpunan dana zakat dapat terus ditingkatkan. Pengumpulan dana yang efektif akan memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat yang termasuk dalam golongan ashnaf zakat, khususnya fakir dan miskin. Sebagai salah satu lembaga resmi pengelola zakat di wilayah Kabupaten Tangerang, Baznas berperan penting dalam menyalurkan dana tersebut secara tepat sasaran.³⁵

Angka ini menunjukkan bahwa masih terdapat gap yang signifikan antara potensi dan realisasi pengumpulan zakat di Indonesia. Kabupaten Tangerang sebagai salah satu kabupaten dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat di Provinsi Banten memiliki potensi zakat yang cukup besar, namun efektivitas pengumpulan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) masih perlu ditingkatkan.

Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini menjadi penting karena dapat memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi BAZNAS dalam menjalankan strategi fundraising. Melalui analisis tersebut, diharapkan dapat ditemukan strategi yang aplikatif dan kontekstual sesuai dengan kondisi BAZNAS Kabupaten Tangerang.³⁶

Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi akademis sekaligus praktis, yaitu memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen zakat serta memberikan rekomendasi nyata bagi

³⁵ Muhammad Aziz, ‘Pengelolaan Filantropi Islam Untuk Pendidikan Dan Pengentasan Kemiskinan (Menuju Tata Kelola Dana Filantropi Untuk Kemanusiaan)’, *Al Hikmah: Jurnal Studi Keislaman*, 12.02 (2024), h. 211–23.

³⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 18.

BAZNAS untuk mengoptimalkan potensi ZIS dalam rangka meningkatkan kesejahteraan umat.

Jumlah masyarakat muslim Kabupaten Tangerang yang mencapai 93%, seharusnya bisa lebih dari Rp.8 miliar pengumpulan zakat dan infak, ini masih cukup jauh untuk mencapai target dana yang diperkirakan.³⁷ Maka dari itu, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti tentang “**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DALAM MENINGKATKAN DANA ZIS DI KABUPATEN TANGERANG (STUDI BAZNAS KABUPATEN TANGERANG)**”

³⁷ Santoso,” *Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0.* IKONOMIKA, 4(1), 35–52. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i1.3942> diakses 03 Juni Pukul 22.25 WIB

B. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Rendahnya Realisasi Penghimpunan Dana Zakat di Baznas Kabupaten Tangerang
- b. Potensi Zakat yang Belum Tergali Secara Maksimal di Kabupaten Tangerang
- c. Pengelolaan dan Strategi Penghimpunan Dana Zakat yang belum optimal di Baznas kabupaten Tangerang

2. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari adanya perluasan pembahasan, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Rendahnya Realisasi Penghimpunan Dana Zakat di Baznas Kabupaten Tangerang
- b. Pengelolaan dan Strategi Penghimpunan Dana Zakat yang belum optimal di Baznas Kabupaten Tangerang

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah:

- a. Bagaimana Strategi Fundrising di Baznas Kabupaten Tangerang dalam Upaya meningkatkan Dana ZIS menggunakan Analisis SWOT?
- b. Bagaimana Faktor pendukung dan penghambat pada strategi Fundrising di Baznas Kabupaten Tangerang?

4. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya realisasi penghimpunan dana zakat di Baznas Kabupaten Tangerang.
- b. Untuk mengetahui bagaimana Strategi yang diterapkan oleh Baznas Kabupaten Tangerang dalam penghimpunan dana Zakat menggunakan analisis SWOT?

5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini berharap bisa memberikan nilai tambah bagi pembaca baik dari segi teoritis maupun praktis, yaitu:

a. Secara Teoritis

Secara teoritis, harapannya, penelitian ini bisa menjadi landasan dan panduan bagi pihak-pihak lain yang tertarik untuk melakukan penelitian dan analisis terkait masalah yang serupa di masa mendatang.

b. Secara Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini antara lain:

1) Bagi Peneliti

Diharapkan bisa meningkatkan pengetahuan dan wawasan sekaligus memberikan pengalaman serta ilmu yang didapat di bangku perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini sendiri.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan agar meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bagaimana Strategi *Fundraising* dalam meningkatkan dana ZIS serta memberikan pemahaman atau

pengetahuan dan religiusitas sehingga memberikan dampak positif bagi masyarakat.

3) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang akan mengkaji masalah serupa.

C. Kajian Pustaka

Dalam penulisan proposal ini, penulis mengaitkan kedalam beberapa karya ilmiah terdahulu, Adapun karya ilmiah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Fundraising lembaga Amil Zakat melalui Platform E-COMMERCE (Studi komparatif ACT, DOMPET DHUAFA, RUMAH ZAKAT)” yang ditulis oleh Siti Sahara Siregar 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Strategi Fundraising di Lembaga Amil Zakat Aksi Cepat Tanggap, Dompet Dhuafa, Rumah Zakat melalui *e-commerce* telah berdampak positif terhadap perhimpunan donasi infak, sedekah, wakaf lembaga Amil Zakat ACT, Dompet Dhuafa, Rumah Zakat yang bersumber dari masyarakat.³⁸

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis yaitu pada pembahasan bagaimana Strategi Fundraising dalam meningkatkan dana ZIS, Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan penelitian penulis yaitu perbedaan lokasi penelitian dan objek yang diteliti, penelitian sebelumnya menguji Strategi fundraising dengan *e-commerce*, sedangkan penelitian yang

³⁸ Skripsi Siti Sahara Siregar, “Analisis Strategi Fundraising lembaga Amil Zakat melalui Platform E-COMMERCE (Studi komparatif ACT, DOMPET DHUAFA, RUMAH ZAKAT)” 2019

- akan dilakukan penulis untuk menganalisis bagaimana Strategi Fundraising untuk meningkat Dana ZIS dengan analisis SWOT.
2. Penelitian dengan judul “Modernisasi Penghimpunan Dana Zakat Di Era Industri 4.0 (Upaya Strategis Dalam Optimalisasi Potensi Dana Zakat di Indonesia)” yang ditulis oleh Muchamat Amarodin tahun 2020, penelitian ini berisi tentang tantangan-tantangan teknologi dalam mensosialisasikan zakat kepada masyarakat, mengeksplorasi berbagai kemungkinan tentang bagaimana strategi serta kendala yang dihadapi dalam optimalisasi penghimpunan dana zakat. Sedangkan persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muchamdt Amarodin dengan penulis yaitu perbedaan lokasi penelitian dan objek yang diteliti.³⁹
 3. Penelitian dengan judul “Analisis strategi *Fundraising* dalam engoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal kabupaten aceh Barat”, Hasil Analisis Penelitian ini yakni bahwa Baitul Mal melakukan dua strategi penggalangan dana dengan secara langsung dan tidak langsung, penggalangan dana secara langsung yakni melalui sosialisasi kepada msayarakat, penggalangan dana secara tidak langsung melalui mediacetak atau media elektronik, seperti baliho, surat kabar. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang Fundrasising Zakat. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penulis akan berfokus pada

³⁹ Skripsi Muchamt Amarodin yang berjudul “Modernisasi Penghimpunan Dana Zakat Di Era Industri 4.0 (Upaya Strategis Dalam Optimalisasi Potensi Dana Zakat Di Indonesia), 2021

- bagaimana Strategi Fundraising dalam meningkatkan Dana Zis di Kabupaten Tangerang.⁴⁰
4. Penelitian dengan judul “Analisis strategi *Fundraising* dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal kabupaten aceh Barat”, Hasil Analisis Penelitian ini yakni bahwa Baitul Mal melakukan dua strategi penggalangan dana dengan secara langsung dan tidak langsung, penggalangan dana secara langsung yakni melalui sosialisasi kepada msayarakat, penggalangan dana secara tidak langsung melalui mediacetak atau media elektronik, seperti baliho, surat kabar. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang Fundrasising Zakat. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penulis akan berfokus pada bagaimana Strategi Fundraising dalam meningkatkan Dana Zis di Kabupaten Tangerang.⁴¹
5. Skripsi Fauzan Fadhil Ma’aruf (2021) Optimalisasi Biaya Metode Penghimpunan Dana Zakat Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhiid Peduli Bogor. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa belum optimalnya penghimpunan dana zakat di lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid peduli Bogor. Persamaannya penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis yaitu Sama-Sama meneliti tentang pengumpulan dana zakat di lembaga pengelola zakat, Adapun Perbedaannya penelitian sebelumnya dengan penulis yaitu Penelitian ini berfokus pada biaya

⁴⁰ Skripsi Listanti, Nurdin, and Hasnita, “Analisis strategi *Fundraising* dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal kabupaten aceh Barat”, 2021

⁴¹ Skripsi Listanti, Nurdin, and Hasnita, “Analisis strategi *Fundraising* dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat di Baitul Mal kabupaten aceh Barat”, 2021

- metode penghimpunan dana zakat di Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Bogor.⁴²
6. Penelitian Syachril (2020) Strategi Peningkatan Penghimpunan Zakat Dan Infak Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Muara Enim. Hasil dari Peneitian ini adalah bahwasanya untuk meningkatkan penghimpunan zakat dan infak pada Badan Amil Zakat Nasional Muara Enim pihak Baznas sendiri harus lebih giat untuk mensosialisasikan Zakat kepada Masyarakat khususnya Muzakki.⁴³

Persamaannya penulis sebelumnya dengan penelitian penulis yaitu Sama – sama meneliti tentang penghimpunan dana zakat dan strategi penghimpunannya. Adapun Perbedaannya Penelitian yang dilakukan oleh Syachril dan penulis yaitu pada strategi peningkatan penghimpunan dana zakat dan Infak.

D. Metode Penelitian

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja untuk memahami suatu objek, sebagai Upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan.⁴⁴ Penelitian ialah suatu penyelidikan sistematis yang ditujukan pada penyediaan informasi untuk menyelesaikan masalah-masalah. Definisi metode penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan.⁴⁵

⁴² Skripsi Fauzan Fadhil Ma’aruf” Optimalisasi Biaya Metode Penghimpunan Dana Zakat Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhiid Peduli Bogor”, 2021

⁴³ Syachril, “Strategi Peningkatan Penghimpunan Zakat dan Infak Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Muara Enim,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 6, No. 2 (2020), h. 210.

⁴⁴ Rosady Ruslan, “*Metodologi Penelitian: Public Relations & Komunikasi*” (Jakarta: PT Raja Grafindo Pustaka, 2006), h.24.

⁴⁵ Irawan Soehartono, “*Metodologi Penelitian Sosial*” (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.9.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif berupa wawancara terfokus (*focused interviews*) dengan menggunakan Teknik Analisis SWOT.⁴⁶

Analisis SWOT menurut Freddy Rangkuti memiliki makna sebuah metode dari suatu rancangan strategi dalam berbagai bidang. Tujuannya untuk melakuakan evaluasi dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Kesempatan), *Threat* (Tantangan).⁴⁷ Dalam menganalisis suatu strategi sebuah perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT, sehingga mampu untuk mengidentifikasi sebuah strategi yang tepat untuk kedepannya.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan empiris, Pendekatan empiris merupakan pendekatan yang digunakan untuk memperoleh ilmu pengetahuan yang dihasilkan dari pengamatan terhadap fenomena yang terjadi atau eksternal proses. Salah satu bagian dari pendekatan empiris adalah metode ilmiah.⁴⁸

Penelitian penulis menggunakan pendekatan Analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat

⁴⁶ Wikipedia, Penelitian Kualitatif, Penelitian kualitatif - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, diakses 15 maret 2024 pukul 12.11 WIB

⁴⁷ Freddy Rangkuti, *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cet. 24 (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 19.

⁴⁸ Penelitian Empiris: Definisi, Jenis, Ciri, Tujuan, dan Contoh, Penelitian Empiris: Definisi, Jenis, Ciri, Tujuan, dan Contoh (penerbitdeepublish.com), diakses tanggal 15 maret 2024 pukul 12.20 WIB

kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada.⁴⁹

3. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan dilakukan di Baznas Kabupaten Tangerang, Citra Raya, Ciakar, Kec. Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten 15710.

b. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sejak dikeluarkannya surat izin penelitian oleh Fakultas IIQ Jakarta untuk Baznas Kabupaten Tangerang, yang dimulai pelaksanaan penelitiannya pada tanggal 20 Agustus 2025.

4. Sumber Data

Menurut teori penelitian kualitatif, agar penelitian dapat berkualitas, maka data yang dikumpulkan harus lengkap, yaitu berupa data primer dan data sekunder

a. Data Primer

Data primer yang diperoleh bersumber dari informan langsung atau obyek yang akan diteliti melalui wawancara dengan ketua 1 bidang fundraising baznas kabupaten tangerang dan Staff kepala bagian fundraising di Baznas Kabupaten yang memegang tanggung jawab dalam Fundraising Dana ZIS. Sumber data ini adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau

⁴⁹ Ramadhan. Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (Studi McDonald's Ring Road). *Sistem Informasi*, 1(2), 1–5 2008

perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini subjek penelitian ialah informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.⁵⁰

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat dll), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda yang lain yang dapat memperkaya data primer.⁵¹ Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumen perusahaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku terkait, Undang-Undang dan Website Kementerian Agama dan dokumentasi.⁵²

5.Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi

Metode Observasi digunakan penulis untuk mengamati dan menelaah permasalahan yang akan diteliti melalui pengamatan langsung di lapangan atau dilokasi penelitian. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain itu juga dibutuhkan pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu oleh pancaindra lainnya.⁵³

⁵⁰ Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: KENCANA 2015) h.7

⁵¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hl. 85

⁵² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h.86

⁵³ Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: KENCANA 2015)

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada kepala Fundrising di Baznas Kabupaten Tangerang dan ketua Baznas yang mempunyai tugas dalam Fundraising Dana ZIS. Wawancara adalah mengadakan komunikasi langsung dengan informan yang akan diteliti sehingga dapat memperoleh informasi data yang dibutuhkan berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh berupa dokumen terkait, foto-foto, buku terkait dan data tertulis lainnya

6. Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis data yang dipakai pada penelitian ini memiliki tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Pengumpulan Data

Penggumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yakni dengan upaya mencari serta menyusun data dengan secara akurat sehingga menjadi terstruktur melalui sebuah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, sehingga guna untuk meningkatkan pengetahuan serta pemahaman peneliti.

b. Reduksi Data

Reduksi data ini berarti memfokuskan analisis sesuai dengan kebutuhan dan disusun secara sistematis. Data yang direduksi pada tahap ini dapat memberikan gambaran secara detail, dan setelah itu dilanjutkan pada tahap berikutnya untuk disajikan dengan gambaran yang lebih mudah dipahami.

c. Metode SWOT

Berdasarkan analisis matriks SWOT dapat dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif dalam meningkatkan dana perolehan ZIS. Kombinasi komponen – komponen SWOT merupakan strategi – strategi yang mendukung dalam hal pengumpulan dana, seperti yang akan disajikan dalam table dibawah ini:

Matriks Analisis SWOT

	<i>Opportunity</i> (Peluang)	<i>Treaths</i> (Ancaman)
<i>Strength</i> (Kekuatan)	SO?	ST?
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	WO?	WT?

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Matriks SWOT merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu mengembangkan empat tipe strategi yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO (*strength - opportunity*), strategi menggunakan kekuatan internal kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang – peluang yang ada di luar perusahaan.

3. Strategi ST (*strength – Threat*), melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman – ancaman eksternal.
 4. Strategi WT (Weakness – Threat), strategi ini merupakan Teknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal.⁵⁴
- d. Penyajian Data

Pada tahap ini penyajian data ini, dari seluruh data yang telah dipaparkan secara detail pada tahapan sebelumnya, disajikan dalam bentuk data yang telah secara detail pada tahapan sebelumnya, disajikan dalam bentuk lebih singkat dan lebih mudah untuk dipahami. Penyajian dataini biasa dilakukan dalam format tabel atau diagram.⁵⁵

e. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini yang telah dirumuskan diawal. Pada tahap ini, selain menjawab rumusan masalah penelitian. Ketika data tersebut telah di-reduksi dan disajikan maka langkah terakhir yang dilakukan peneliti adalah menarik kesimpulan. Peneliti menarik kesimpulan secara umum/ secara garis besar berdasarkan informasi yang diperoleh dalam penelitian maupun yang diperoleh melalui beberapa kajian pustaka yang ada.

f. Penyajian Data

Pada tahap ini penyajian data ini, dari seluruh data yang telah dipaparkan secara detail pada tahapan sebelumnya, disajikan dalam bentuk data yang telah secara detail pada tahapan sebelumnya, disajikan

⁵⁴ Ramadhan “Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (Studi Mc Donald’s Ring Road). *Sistem Informasi*, 1(2), 1–5 2008.

⁵⁵ Ai, ekasatya, *Kemampuan komunikasi siswa pada topik penyajian data di pondok pesantren*, (Plusminus: jurnal pendidikan 2021

dalam bentuk lebih singkat dan lebih mudah untuk dipahami. Penyajian dataini biasa dilakukan dalam format tabel atau diagram.⁵⁶

g. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini yang telah dirumuskan diawal. Pada tahap ini, selain menjawab rumusan masalah penelitian. Ketika data tersebut telah di-reduksi dan disajikan maka langkah terakhir yang dilakukan peneliti adalah menarik kesimpulan. Peneliti menarik kesimpulan secara umum/ secara garis besar berdasarkan informasi yang diperoleh dalam penelitian maupun yang diperoleh melalui beberapa kajian pustaka yang ada.

h. Objek Penelitian

Objek Penelitian ini yaitu bagaimana analisis swot pada strategi fundrisng untuk meningkatkan dana ZIS di Baznas Kabupaten Tangerang.

⁵⁶ Ai, ekasatya, Kemampuan komunikasi siswa pada topik penyajian data di pondok pesantren, (Plusminus: jurnal pendidikan 2021

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berguna untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai pokok-pokok penelitian yang akan dibahas, maka penulis membagi kedalam beberapa bab pembahasan yakni sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, manfaat penelitian, Kajian Pustaka, Metode Penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan mengenai teori yang dipakai yang diambil dari beberapa sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti yang meliputi Strategi Fundraising dalam meningkatkan Dana ZIS di Kabupaten Tangerang.

BAB III: GAMBARAN UMUM

Bab ini menggambarkan Sejarah singkat Baznas Kab. Tangerang, Visi dan Misi Baznas Kab. Tangerang, struktur organisasi, selain itu ada faktor pendukung dan penghambat dalam Strategi Fundraising dalam meningkatkan Dana ZIS di Kabupaten Tangerang

BAB IV: HASIL ANALISIS

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Fundraising dalam meningkatkan Dana ZIS di Baznas Kabupaten Tangerang

BAB V: PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir dari penelitian yang menjelaskan keberhasilan tujuan dari penelitian juga menunjukkan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan, serta adanya saran berisi keterbatasan dari penelitian yang dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Strategi

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa yunani strategia (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jeneral. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tetentu.⁵⁷

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryne indefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.⁵⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan strategi sebagai berikut:

- 1) Ilmu dan seni menggunakan sumber daya (bangsa) untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.
- 2) Ilmu dan seni memimpin bela tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan.

⁵⁷ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h.3

⁵⁸ Ali Hasan, marketing Bank Syariah, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), h.29.

3) Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

4) Tempat yang baik menurut siasat perang.

Sedangkan pengertian secara terminologi, para ahli mengemukakan pengertian yang beragam dalam mendefinisikan strategi. Berikut adalah pemaparan pengertiangan startegi menurut para ahli.

Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.⁵⁹

Porter, dalam artikelnya yang berjudul *Competitive Strategy* dalam *Hard Business Reveiw*, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang baik. Sedangkan Arthur A.I mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan.⁶⁰

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan

⁵⁹ David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta: Selemba Empat, 2004), h. 14.

⁶⁰ Arthur A. Thompson, A. J. Strickland III, dan John E. Gamble, *Crafting and Executing Strategy: Concepts and Readings* (New York: McGraw-Hill, 2010), h. 45.

profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.⁶¹

2. Proses Penyusunan Strategi

Untuk melakukan strategi, dilakukan proses penyusunan strategi yang pada dasarnya terdiri dari 3 fase⁶², hal ini dilakukan untuk mempertimbangkan strategi yang dibuat agar strategi tersebut dapat menjadi suatu perubahan yang baik dalam organisasi. 3 fase tersebut yaitu:

a. Penilaian keperluan penyusunan strategi

Penilaian keperluan penyusunan strategi dilakukan untuk mengetahui perlu tidaknya suatu penyusunan strategi atau perubahan strategi dilakukan, hal ini sangat perlu diperhatikan karena dalam penyusunan strategi membutuhkan pertimbangan yang kuat untuk menentukan antara strategi baru atau mempertahankan strategi yang sudah ada dan hasil tersebut harus sesuai kebutuhan organisasi pada saat itu juga. Penilaian keperluan strategi dilakukan untuk meperoleh strategi yang layak, dalam arti lebih menjamin peningkatan kemampuan perusahaan untuk melakukan empat hal yaitu:

⁶¹ Hitt michael, dkk, Manajemen Strategis, (Jakarta: Erlangga, 1997), h.137.

⁶² Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, Pengantar Manajemen Edisi Pertama (Depok: Prenadamedia Group, 2018), h.135

- 1) Perolehan keuntungan.
- 2) Penempatan keberadaan perusahaan.
- 3) Ketangguhan menghadap persaingan.
- 4) Mewujudkan pertumbuhan dan perkebangan yang didambakan di masa depan.⁶³

3. Analisis situasi

Pada tahap ini perusahaan perlu melakukan analisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi sekaligus juga menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi oleh organisasi. Salah satu pendekatan yang paling populer dalam fase ini adalah analisis SWOT. SWOT adalah kependekan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threat* (Tantangan). Analisis mengenai kekuatan dan kelemahan terkait dengan faktor-faktor yang telah dimiliki dan ada pada perusahaan atau dapat dikatakan faktor internal. Adapun analisis mengenai peluang dan tantangan terkait dengan faktor-faktor yang dihadapi oleh perusahaan dari pihak eksternal.⁶⁴

- a) Kekuatan merupakan koperasi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasar.

⁶³ Sondang P. Siagian, MPA, Manajemen Stratejik (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.157

⁶⁴ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar," *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2018): 57-71.

- b) Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.
- c) Peluang merupakan berbagai situasi yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan satuan bisnis

4. Pemilihan strategi

Setelah perusahaan melakukan analisis terhadap internal dan eksternal perusahaan, maka selanjutnya perlu menentukan strategi yang akan diambil dari berbagai alternatif yang ada. Pada dasarnya alternatif strategi terbagi kedalam tiga bagian besar yaitu

- a) Strategi yang menyerang atau agresif (*agresive or offensive strategy*)
- b) Strategi bertahan (*defensive strategy*)
- c) Strategi perpaduan antara strategi agresif dan strategi menyerang (*turn-around strategy*)

5. Tahapan-Tahapan Strategi

Dalam prakteknya, secara garis besar strategi dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu formulasi/perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Adapun pemaparannya adalah:⁶⁵

a). Formulasi / Perumusan Strategi

Dalam tahap formulasi / perumusan strategi ini ada beberapa tahapan umum yang perlu diperhatikan dalam merumuskan suatu strategi, yaitu pengembangan visi, misi dan tujuan, analisis

⁶⁵ Fred R. David, Manajemen Strategis Konsep Edisi 12, terj. Dono Sunardi (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.6-8

lingkungan internal yang meliputi kelebihan dan meliputi peluang dan ancaman, memilih strategi yang akan dilaksanakan, membuat strategi alternatif. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, melaksanakan, memperluas, mengembangkan, menghindari atau meninggalkan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

b) Implementasi / Pelaksanaan Strategi

Implementasi /Pelaksanaan Strategi Setelah melakukan perumusan strategi, tahap yang selanjutnya yaitu dengan mengimplementasikan strategi terebut dengan cara penugasan dan pendeklasian wewenang kepada tingkat manajemen dibawahnya. Didalamnya termasuk pembentukan struktur, penentuan anggaran dan pemanfaatan sumber daya.⁶⁶

6. Evaluasi Strategi

Tahapan selanjutnya adalah evaluasi strategi. Tahapan ini dilakukan untuk menilai apakah strategi yang dilaksanakan itu sesuai dengan perumusan strategi atau tujuan yang ingin dicapai. Evaluasi juga menjadi tolak ukur untuk strategi berikutnya. Tahapan selanjutnya adalah evaluasi strategi. Tahapan ini dilakukan untuk menilai apakah strategi yang dilaksanakan itu sesuai dengan perumusan strategi atau tujuan yang ingin dicapai. Evaluasi juga menjadi tolak ukur untuk strategi berikutnya.⁶⁷ Evaluasi strategi

⁶⁶ Arief Teguh Nugroho et al., “Analisis Strategi Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki: Studi pada LAZ Baitulmaalku Kabupaten Karawang,” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 6, no. 1 (2021): 77-85.

⁶⁷ Nurul Huda, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2022), h. 293.

adalah proses yang dilakukan untuk menilai sejauh mana strategi yang telah dijalankan oleh suatu organisasi mampu mencapai tujuan yang ditetapkan. Evaluasi ini bertujuan memastikan strategi tetap relevan dengan kondisi internal maupun eksternal organisasi yang terus berubah. Proses evaluasi strategi biasanya mencakup tiga tahapan utama, yaitu:

- (1) meninjau faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar perumusan strategi,
- (2) mengukur kinerja organisasi dengan indikator yang jelas, serta
- (3) mengambil langkah perbaikan apabila strategi yang dijalankan tidak efektif.⁶⁸

Dengan demikian, evaluasi strategi berfungsi sebagai alat kontrol manajemen agar organisasi dapat menyesuaikan arah kebijakan dan mempertahankan keunggulan bersaing.

7. Strategi Agresif, Defensif, dan Turn Around

a. Strategi Agresif

Strategi agresif adalah strategi yang dilakukan organisasi ketika memiliki posisi yang sangat kuat baik dari sisi kekuatan internal maupun peluang eksternal. Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk meraih peluang sebesar-besarnya, sehingga pertumbuhan organisasi dapat berjalan cepat. Dalam konteks lembaga zakat, strategi agresif dapat berupa ekspansi program, memperluas jaringan fundraising, melakukan inovasi produk zakat, atau meningkatkan

⁶⁸ Fred R. David dan Forest R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases* (Harlow: Pearson Education Limited, 2017), h. 287.

intensitas kampanye. Strategi ini bersifat proaktif karena berorientasi pada pertumbuhan dan penguasaan pasar.⁶⁹

b. Strategi *Defensif*

Strategi *defensif* digunakan ketika organisasi menghadapi tekanan eksternal atau ancaman yang cukup besar. Strategi ini dilakukan untuk melindungi posisi organisasi agar tidak kehilangan pasar atau kepercayaan publik. Dalam praktiknya, strategi defensif dapat berupa pengendalian biaya, meningkatkan efisiensi internal, memperkuat hubungan dengan stakeholder utama, atau melakukan konsolidasi internal untuk menjaga stabilitas.⁷⁰ Dalam lembaga zakat, strategi defensif biasanya muncul ketika terjadi penurunan kepercayaan masyarakat, persaingan ketat dengan lembaga lain, atau adanya kebijakan pemerintah yang membatasi ruang gerak. Tujuan utama dari strategi defensif adalah mempertahankan keberlangsungan organisasi agar tetap eksis dalam kondisi yang sulit.⁷¹

c. Turn Around Strategy

Turn around strategy (strategi pembalikan) adalah strategi yang diterapkan ketika organisasi berada dalam kondisi penurunan kinerja atau krisis, namun masih memiliki peluang untuk

⁷⁰ David, Fred R. *Strategic Management: Concepts and Cases*. New Jersey: Pearson Education, 2017, h. 221.

⁷¹ Pearce, John A., dan Richard B. Robinson. *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. New York: McGraw-Hill, 2013, h. 203.

memperbaiki keadaan. Strategi ini biasanya dilakukan melalui restrukturisasi, perbaikan manajemen, inovasi produk, serta efisiensi biaya yang signifikan. Tujuannya adalah mengubah kondisi organisasi dari yang sebelumnya menurun menjadi kembali stabil bahkan berkembang.

Dalam lembaga zakat, strategi ini bisa diwujudkan dengan memperbaiki sistem pelaporan, meningkatkan transparansi, melakukan rebranding, atau memperbaiki kualitas layanan. *Turn around strategy* bersifat reformatif karena menekankan pada perbaikan menyeluruh untuk mengembalikan kepercayaan publik dan keberlanjutan organisasi. Umumnya, turn around strategy dilakukan melalui beberapa langkah, seperti efisiensi biaya, restrukturisasi organisasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, inovasi produk atau layanan, hingga perbaikan manajemen dan tata Kelola.⁷²

⁷²Wheelen, Thomas L., dan J. David Hunger. *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. New Jersey: Pearson Education, 2012, hlm. 175.

B. Fundraising

1. Pengertian Fundraising

fundraising secara bahasa yaitu penghimpunan dana atau penggalangan dana. Sedangkan fundraising menurut istilah merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menggalang dana dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi yang kemudian akan disalurkan dan didayagunakan kepada mustahik.⁷³

Dalam melaksanakan program-program yang ada di lembaga zakat, kegiatan fundraising sangat diperlukan dalam lembaga zakat karena kegiatan fundraising merupakan faktor pendukung dalam membiayai operasional lembaga zakat.

Fundraising juga dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun atau menggalang dana zakat, infak dan sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, dan perusahaan), yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.⁷⁴

Fundraising juga diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi. Fundraising sangatlah penting bagi kehidupan lembaga zakat dikarenakan semakin banyaknya dana yang dititipkan maka akan semakin banyak pula dana yang akan disalurkan kepada yang berhak menerimanya.

⁷³ Tim Penyusun Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Manajemen Pengelolaan zakat*, (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009), h. 65.

⁷⁴ M. Anwar Sani, Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 12.

Adapun asas-asas pengelolaan zakat, tercantum dalam undang-undang nomor 23 tahun 2011, yaitu:

- a. Syariat Islam, LAZ harus berpedoman dan sesuai dengan syariat islam dalam menjalankan tugas dan fungsinya, mulai dari tata cara perekrutan pegawai hingga tata cara pendistribusian zakat.
- b. Amanah, LAZ harus menjadi lembaga yang professional dapat dipercaya oleh masyarakat. Mustahik harus sesuai dengan asnaf penerima hak zakat.
- c. Kemanfaatan, LAZ harus mampu memberikan manfaat seluas-luasnya bagi muztahik.
- d. Keadilan, dalam mendistribusikan zakat, LAZ tidak hanya dituntut bertindak adil, tetapi juga tidak pilih kasih dan tentunya tepat sasaran.
- e. Kepastian Hukum, muzakki dan muztahik harus memiliki jaminan kepastian hukum dalam proses pengelolaan zakat.
- f. Terintegrasi, pengelolaan zakat harus dilakukan secara hirarki sehingga mampu meningkatkan kinerja pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat.
- g. Akuntabilitas, pengelola zakat harus mampu memberikan pertanggung jawaban kepada masyarakat serta mudah diakses oleh masyarakat dan pihak lain yang berkepentingan.

2. Tujuan Fundrising

Fundraising sendiri memiliki tujuan diantaranya yaitu:⁷⁵

- a. Penghimpunan Dana

⁷⁵ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Yogyakata: Teras, 2009), h.22.

Sesuai dengan pengertiannya, tujuan utama dari fundraising adalah penghimpunan dana. Namun dana yang dimaksud disini bukan hanya uang tetapi juga memiliki arti yang luas, seperti barang atau jasa yang memiliki nilai materi. Inilah tujuan pokok dari fundraising.⁷⁶

b. Penambahan jumlah donatur

Lembaga zakat yang baik adalah yang tiap harinya mengalami pertambahan donatur, meskipun pada dasarnya yang dibutuhkan lembaga zakat adalah pertambahan dana untuk kelangsungan kegiatan dan operasionalnya. Dalam hal ini, ada dua hal yang bisa dilakukan oleh lembaga zakat untuk menggapai tujuan ini, yaitu penambahan jumlah dana yang terhimpun dari donatur dan penambahan donatur itu sendiri.⁷⁷

a. Peningkatan citra lembaga

Salah satu tujuan dari kegiatan fundraising adalah meningkatnya citra lembaga, karena secara langsung maupun tidak langsung, silaturahmi, kunjungan atau interaksi pihak lembaga kepada masyarakat dalam rangka kegiatan fundraising akan memberikan kesan kepada masyarakat sehingga citra lembaga pengelola zakat akan terbentuk dalam benak masyarakat, baik itu citra yang baik maupun sebaliknya dengan citra ini, masyarakat kemudian akan mengambil sikap terhadapa lembaga. Jika persepsinya positif, maka masyarakat akan mendukung, bersimpati dan menyalurkan donasinya, jika

⁷⁶ H. Fuad Nashori, *Manajemen Fundraising dalam Pengembangan Lembaga Zakat*, (Yogyakarta: UII Press, 2022), h. 45.

⁷⁷ Didin Hafidhuddin, *Manajemen Zakat di Indonesia*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2011), h. 87.

persepsinya terhadap lembaga negatif, maka mereka akan menghindar, antipati bahkan bisa mencegah orang lain untuk menyalurkan donasinya kepada lembaga tersebut.

b. Memuaskan donatur

Kepuasan donatur akan mempengaruhi jumlah dana yang didonasikan kelapada lembaga. Donatur yang terpuaskan oleh pelayanan petugas, akan mendonasikan dananya kepada lembaga tersebut berulang-ulang, bahkan bisa sampai menjadi donatur tetap di lembaga tersebut, Juga bisa menambah jumlah donatur dengan memberitahukan kepada kerabatnya tentang kepuasan pelayanan dari petugas lembaga zakat tersebut, sehingga secara tidak langsung kegiatan fundraising akan terbantu.⁷⁸

c. Terciptanya volunter atau simpatisan

Setiap lemaga zakat tentu membatasi petugas fundraising dengan jumlah tertentu. Sehingga simpatisan atau volunteer merupakan aset yang berharga bagi lembaga zakat untuk kegiatan fundraisingnya. Maka dari itu untuk memperlancar kegiatan fundraising lembaga zakat sangat antusias kepada volunteer yang mau membantu dalam kegiatan fundraising agar tujuan lembaga dapat tercapai.⁷⁹

⁷⁸ Muhammad Ridwan, *Manajemen Fundraising dalam Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Sedekah*, (Jakarta: Kencana, 2020), h. 102.

⁷⁹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Fundraising dalam Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Sedekah*, (Jakarta: Kencana, 2020), h. 102.

3. Metode Fundrising

a. Metode Fundraising Langsung (Direct Fundraising).

Metode fundraising ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzaki secara langsung. Contoh metode ini yaitu: Direct mail, diartikan sebagai kegiatan menyampaikan pesan kepada calon donatur melalui surat yang diberikan langsung dan diberikan secara personal agar donatur mau mendonasikan dana kepada lembaga tersebut. Face to face yaitu berdialog langsung dalam rangka menawarkan program kepada muzaki atau calon donatur dengan cara kunjungan langsung kekantor, perusahaan, atau sosoalisasi.⁸⁰ Dalam praktiknya, direct fundraising menekankan hubungan personal antara lembaga dan donatur, sehingga komunikasi lebih intens, kepercayaan lebih mudah dibangun, dan peluang donasi berulang lebih besar.

b. Metode Fundraising tidak langsung (indirect fundraising)

Metode fundraising ini adalah suatu teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi muzaki secara langsung, artinya bentuk-bentuk dari kegiatan fundraising tidak dilakukan dengan memberikan pengaruh langsung terhadap donatur. Metode ini lebih mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi dana pada saat itu. Contoh metode ini yaitu, penyelenggaraan event, menjalin relasi, melalui perantara, advertorial, mediator para tokoh.⁸¹

⁸⁰ Rosiful Aqli Qosyim, Fundraising BAZNAS Kabupaten Lumajang Perspektif dan Manajemen, Jurnal Qolamuna, Vol.4 No.1, Juli 2018, h.97

⁸¹ Widi Nopiardo, Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, Jurnal Riset Ekonomi, Vol.1 No.1, Desember 2018, h.63.

C. Zakat, Infaq dan Sedekah

1. Pengertian Zakat

Menurut bahasa, Zakat berasal dari kata dasar (masdar) زَكَّى يُزَكِّي

zakāt yang bermakna berkah, berkembang, dan suci. Sesuatu itu disebut zakat, apabila sesuatu tersebut tumbuh dan berkembang.⁸² Makna-makna tersebut digunakan di dalam Al-Qur'an dan hadis ketika menyebutkan lafadz zakat زَكَّة.⁸³ Secara etimologi, zakat

berasal dari bentuk Masdar زَكَّا الشَّيْءٌ dari kata زَكَّا - زَكَّى - زَكَّى yang

berarti suci, baik, berkah, tumbuh dan berkembang.⁸⁴ karena makna yang terkandung dalam ibadah zakat ini adalah berkah, berkembang dan suci. Ditinjau dari segi bahasa, dalam Bahasa Arab, kata zakat merupakan kata dasar (maṣdar) dari “zakā (زَكَّا) yang berarti suci, berkah, tumbuh, kebaikan dan terpuji.⁸⁵

Sementara itu, menurut istilah, zakat adalah bagian dari harta wajib zakat yang dikeluarkan untuk para mustahik, atau pengertian operasionalnya adalah mengeluarkan sebagian harta dalam waktu tertentu (haul atau ketika panen) dengan nilai tertentu

⁸² Yusuf Al- Qarādawī, *Fikih Zakat*, (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 1996), h.34

⁸³ Yusuf Al- Qarādawī, *Fikih zakat*, (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 1996), h.37,

⁸⁴ Murtadā al-Zabīdī, Tāj al- ‘Arūs min Jawāhir al-Qāmūs, Juz 21 (Kuwait: Wizārat al-Irsyād wa al-Anbā’, 1965), h. 476.

⁸⁵ Murtadā al-Zabīdī, Tāj al- ‘Arūs min Jawāhir al-Qāmūs, Juz 21 (Kuwait: Wizārat al-Irsyād wa al-Anbā’, 1965), h. 476.

(2,5%, 5%, 10%, atau 20%) dan sasaran tertentu (fakir, miskin, amil, mualaf, riqab, gharimin, fisabilillah, dan ibnu sabil).⁸⁶

2. Pengertian Infak

Menurut bahasa, infak adalah memberikan harta بَذْلُ الْمَالِ, sedangkan menurut istilah adalah memberikan hartanya untuk memenuhi hajat-hajata si penerima harta.⁸⁷

Menurut UU zakat, infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.⁸⁸ Oleh karena itu, substansi infak itu lebih umum substansi zakat. Sebagaimana firman Allah Swt,

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْقَوَنَ أَمْوَالُهُمْ لِيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang kufur menginfakkan harta mereka untuk menghalang-halangi (orang) dari jalan Allah... (QS. Al-Anfal [8]: 36)

Kata infaq adalah kata serapan dari bahasa Arab: al-infâq. Kata al-infâq adalah mashdar (gerund) dari kata anfaqa–yunfiqu–infâq[an]. Kata anfaqa sendiri merupakan kata bentukan; asalnya nafaqa–yanfuqu–nafâq[an] yang artinya: nafada (habis), faniya (hilang/lenyap), berkurang, qalla (sedikit), dzahaba (pergi), kharaja (keluar). Karena itu, kata al-infâq secara bahasa bisa berarti infâd (menghabiskan), ifnâ’ (pelenyapan/pemunahan), taqlîl

⁸⁶ Suharsono dkk, Modul Edukasi Zakat untuk para Amil, (LAZNAS IZI).

⁸⁷ Oni sahroni, et al., eds., *Fikih Zakat kontemporer* (Depok: Rajawali press,2019), h

⁸⁸ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat.

(pengurangan), idzhâb (menyingkirkan) atau ikhrâj (pengeluaran).⁸⁹

Infaq merupakan salah satu bentuk ibadah sosial dalam Islam berupa pengeluaran sebagian harta oleh seorang muslim untuk kepentingan yang diperintahkan Allah SWT, baik yang bersifat wajib maupun sunnah. Berbeda dengan zakat yang memiliki ketentuan nisab dan haul, infaq tidak terikat jumlah maupun waktu tertentu sehingga lebih fleksibel.⁹⁰ Infaq dapat diberikan kepada keluarga, fakir miskin, yatim piatu, atau untuk kepentingan umum seperti pembangunan sarana ibadah, pendidikan, dan kemanusiaan. Dengan demikian, infaq berfungsi tidak hanya sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT, tetapi juga sebagai sarana mempererat solidaritas sosial dan memperkuat kesejahteraan umat.⁹¹

3. Pengertian Sedekah

Menurut bahasa, sedekah berasal dari lafadz صَدَقَ يَصْدُقُ صِدْقًا

yang artinya benar.⁹² Dalam sebuah hadis, Rasulullah Saw bersabda: وَالصَّدَقَةُ بُرْهَانٌ yang bermakna dalil, bukti kesejadian dan kebenaran iman seseorang.⁹³ Sedangkan Menurut Istilah, sedekah adalah pemberian harta secara sunnah kepada orang yang membutuhkan dengan tujuan taqarrub kepada Allah Swt.⁹⁴

⁸⁹ Zallum, Abdul Qadim, *Al Amwal fi Dawlatil Khilafah*, cetakan I (Beirut, Darul Ilmi lil Malayin. 1983), h.55

⁹⁰ M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 2007), h. 505.

⁹¹ Yusuf al-Qarâdawi, *Fiqh al-Zakah*, (Beirut: Muassasah al-Risalah, 1991), h. 849

⁹² KH Adib Bisri dan KH Munnawir A Fatah, *Kamus Al-Bisri*, h.404

⁹³ Muslim, *Sahîh Muslim*, Kitab al-Tahârah, No. Hadis 223.

⁹⁴ Yusuf al- Qarâdawi, *Fiqh az-Zakah*, Juz I (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 1996), h. 39.

UU zakat memberikan pengertian sedekah yang lebih operasional yaitu harta atau nonharta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat kemaslahatan umum.⁹⁵

Dalam terminologi syariat, sedekah diartikan sebagai pemberian seorang muslim kepada orang lain secara sukarela dan ikhlas semata-mata karena Allah, baik dalam bentuk materi maupun non-materi.⁹⁶

Sedekah memiliki cakupan yang lebih luas daripada zakat maupun infak. Zakat terbatas pada harta tertentu dengan syarat dan ketentuan yang jelas, sedangkan infak mencakup pengeluaran harta untuk berbagai kepentingan kebaikan. Adapun sedekah bisa berupa harta, tenaga, ilmu, bahkan senyuman kepada sesama, sebagaimana hadis Rasulullah Saw: “Senyummu kepada saudaramu adalah sedekah.”⁹⁷

Sedangkan dalam Al-Qur'an, sedekah itu bermakna zakat mal, seperti yang terdapat dalam surat At-Taubah (9): 60,

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَةُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعِمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤْلَفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ ﴾

وَالْغُرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيْضَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيِّمٌ حَكِيمٌ ۚ⁹⁸

Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan

⁹⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

⁹⁶ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern* (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), h. 27.

⁹⁷ Imam al-Tirmidzi, *Sunan al-Tirmidzi*, Kitab al-Birr wa al-Shilah, No. Hadis 1956.

⁹⁸ Al-Qur'an, Surah At-Taubah (9): 60, dalam *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), h. 203.

hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan

Disebutkan juga dalam surat At-Taubah (9): 103,

حُذْدِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطْهِرُهُمْ وَتُزَكِّيْهِمْ بِهَا وَصَلَّى عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَوَاتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ^{٩٩}

وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلَيْهِمْ^{٩٩}

Ambillah zakat dari harta mereka dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Dengan demikian, sedekah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen distribusi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana mempererat ukhuwah Islamiyah, meningkatkan solidaritas sosial, serta melatih keikhlasan seorang muslim dalam beramal.¹⁰⁰

Oleh karena itu, sedekah lebih khusus daripada infak, sedekah tidak boleh dilakukan untuk hal selain di jalan Allah karena motivasi sedekah adalah mendekatkan diri kepada Allah Swt.¹⁰¹

⁹⁹ Al-Qur'an, Surah At-Taubah (9): 103, dalam *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), h. 203.

¹⁰⁰ M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 1996), h. 276.

D. Hukum dan Landasan Zakat

1. Hukum Zakat

Zakat hukumnya wajib dan dikategorikan sebagai hal-hal yang harus diketahui (*al-Ma'lum min ad-Din bi adh-Dharurah*). Jika seorang muslim mengingkarinya, bukan karena ketidaktahuan (jahalah) atau baru masuk islam (hadis al-islam), maka ia telah kufur.¹⁰² Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang hukumnya wajib bagi setiap muslim yang telah memenuhi syarat tertentu, seperti nisab dan haul. Kewajiban zakat termasuk dalam perkara yang *ma'lum min ad-dini bi adh-dharurah*, artinya sesuatu yang sudah pasti diketahui dalam ajaran agama Islam. Oleh karena itu, setiap muslim wajib menunaikannya, dan bagi yang mengingkari kewajiban zakat dianggap keluar dari Islam, kecuali karena ketidaktahuan atau baru masuk Islam. Sementara itu, bagi orang yang mengakui kewajibannya tetapi enggan menunaikannya, ia dihukumi berdosa besar dan dapat dikenai sanksi sesuai ketentuan syariat.¹⁰³

2. Landasan Zakat

Beberapa dalil yang menjelaskan kewajiban zakat ialah sebagai berikut

a. Al-Qur'an

Firman Allah Swt:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَاتُّو الْرِّكْوَةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّكِعَيْنَ

¹⁰² Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid III (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), h. 1773.

¹⁰³ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid III (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), h. 1774.

Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk. (QS Al-Baqarah [2]: 43)

Firman Allah Swt:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نَفَقُوا مِنْ طَبِيعَتِهِمْ مَا كَسَبُتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ فَلَا

تَيْمِمُوا الْحَدِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَا سُتُّمْ بِإِخْزِينِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمَضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ

غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS Al-Baqarah [2]: 267)

Firman Allah Swt:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُظَهِّرُهُمْ وَتُرْكِيَّهُمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَوَاتَكَ سَكِّنٌ

لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلَيْهِمْ

Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan) dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (QS At-Taubah [9]: 103)

b. Hadis

Hadis Rasulullah Saw:

مَا مَنَعَ قَوْمًا كَمَا لَا يَتَلَمَّهُ اللَّهُ بِالسِّنِينِ (رواوه الطبراني)¹⁰⁴

“Bila suatu kaum enggan mengeluarkan zakat, Allah akan menguji mereka dengan kekeringan dan kelaparan.” (HR. Al-Thabrani)

c. Ijma’

Kesepakatan ulama baik salaf maupun khalaf bahwa zakat merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh umat islam dan haram mengingkarinya.¹⁰⁵ Selain Al-Qur'an dan hadis, kewajiban zakat juga ditetapkan berdasarkan ijma' (kesepakatan ulama). Para ulama dari berbagai mazhab sepakat bahwa zakat adalah kewajiban bagi setiap muslim yang memenuhi syarat, dan ketetapan ini tidak diperselisihkan. Ijma' tentang kewajiban zakat menjadi hujjah syar'i yang mengikat seluruh umat Islam, karena termasuk dalam perkara yang *ma'lum min ad-dini bi adh-dharurah* (telah diketahui secara pasti dalam agama).¹⁰⁶

Dengan demikian, siapa saja yang mengingkari kewajiban zakat dianggap keluar dari Islam, sedangkan yang

¹⁰⁴ Al-Ṭabarānī, *al-Mu ‘jam al-Awsat*, Juz V (Kairo: Dar al-Haramain, 1995), h. 61, no. 4722

¹⁰⁵ Suharsono, dkk, *Modul Edukasi Zakat untuk Para Amil* (LAZNAS IZI)

¹⁰⁶ al-Nawawi, *al-Majmu’ Syarh al-Muhażżab*, Jilid V (Beirut: Dar al-Fikr, 1996), h. 348.

mengakui kewajibannya tetapi enggan menunaikannya termasuk dalam kategori pelaku dosa besar.¹⁰⁷

Berdasarkan keterangan diatas, zakat diwajibkan berdasarkan nash Al-Qur'an, hadis, dan ijma' ulama.

3. Zakat Core Principles

a. Pengertian Zakat Core Principles

Zakat Core Principle (ZCP) merupakan seperangkat prinsip inti yang disusun untuk menjadi standar internasional dalam pengelolaan zakat. Prinsip ini lahir dari kebutuhan akan tata kelola zakat yang profesional, akuntabel, dan sesuai dengan syariah dalam rangka menjawab tantangan globalisasi serta meningkatkan kepercayaan publik. ZCP pertama kali dirumuskan oleh Bank Indonesia bersama Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dengan dukungan akademisi serta praktisi zakat, kemudian diluncurkan pada tahun 2016.¹⁰⁸

Prinsip-Prinsip Inti Zakat (Zakat Core Principles/ZCP) merupakan kerangka acuan minimal yang sebaiknya diadopsi oleh setiap Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). ZCP dirancang secara fleksibel agar dapat diterapkan secara global, baik oleh lembaga zakat yang menerapkan sistem manajemen zakat wajib maupun yang bersifat sukarela. Tujuan utama dari ZCP adalah memperkuat tata kelola dan pengawasan zakat yang sehat, serta berfungsi sebagai

¹⁰⁷ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid III (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), h. 1773.

¹⁰⁸ Bank Indonesia & BAZNAS. *Zakat Core Principles: Prinsip-Prinsip Inti Zakat*. Jakarta: Bank Indonesia, 2016, h. 5–8.

instrumen pelindung dalam pengelolaan zakat guna mendukung kerja sama dan kepercayaan antar negara Muslim.¹⁰⁹

Secara umum, Zakat Core Principles (ZCP) mencakup 18 prinsip utama yang berfokus pada peningkatan efisiensi pengelolaan zakat. Struktur ZCP dikelompokkan ke dalam 18 prinsip pokok yang dibagi menjadi dua kategori besar. Kelompok pertama meliputi Prinsip 1 hingga 7, yang membahas tentang wewenang, tanggung jawab, serta fungsi pengawasan dalam sistem zakat. Sementara itu, kelompok kedua, yang terdiri dari Prinsip 8 hingga 18, mengatur aspek kehati-hatian dan standar yang harus dipenuhi oleh organisasi pengelola zakat (OPZ). Dalam konteks penelitian ini, Prinsip ZCP yang paling relevan adalah Prinsip ke-9 dari 18 prinsip utama ZCP, fundraising masuk ke dalam dimensi *Collection Management*.¹¹⁰

Zakat Core Principles (ZCP) adalah dokumen standar yang diterbitkan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan BAZNAS, Islamic Research and Training Institute (IRTI) Islamic Development Bank, serta sebelas negara anggota International Working Group. Dokumen ini dirancang sebagai kerangka acuan global untuk meningkatkan tata kelola zakat secara lebih baik dan dapat diterapkan secara luas di berbagai negara. ZCP terdiri dari enam kategori utama, yaitu kerangka hukum dan kelembagaan, pengawasan, tata kelola (governance), fungsi intermediasi, manajemen risiko, serta tata kelola syariah (shariah governance). Keseluruhan prinsip ini bertujuan untuk memperkuat dan

¹⁰⁹ Beik, Towards an Establishment of an Efficient and Sound Zakat System. 2014 Working Group of Zakat Core Principles

¹¹⁰ Muhammad Najet, dkk., *Zakat Core Principles: The Core Principles for Effective Zakat Supervision*, (Istanbul: Islamic Research and Training Institute–IRTI, 2016), h. 15.

meningkatkan kualitas pengelolaan zakat agar lebih efektif, transparan, dan akuntabel.¹¹¹

Pengembangan ZCP terinspirasi dari keberhasilan penerapan Basel Core Principles (BCP), yaitu standar internasional yang telah lama digunakan sebagai acuan dalam regulasi kehati-hatian dan pengawasan sektor perbankan. Mengingat BCP telah terbukti efektif dan komprehensif sejak diperbarui pada tahun 2012, beberapa prinsip pokoknya diadaptasi sebagai dasar penyusunan Prinsip Inti Zakat (ZCP). Tujuannya adalah menciptakan kerangka kerja internasional yang kuat untuk menilai dan meningkatkan praktik tata kelola, pengawasan, serta manajemen zakat secara profesional dan transparan.¹¹²

Zakat Core Principles (ZCP) adalah seperangkat prinsip yang disusun untuk menjadi standar internasional dalam pengelolaan zakat. Prinsip ini lahir dari kerja sama berbagai lembaga zakat dunia dan diperkenalkan pertama kali pada tahun 2016 di Istanbul oleh *Islamic Research and Training Institute (IRTI)*, Bank Pembangunan Islam. Dengan adanya ZCP, diharapkan organisasi pengelola zakat (OPZ) memiliki standar yang jelas dalam hal **akuntabilitas, transparansi, efisiensi, dan efektivitas**, sehingga tujuan utama zakat dalam menyejahterakan umat dapat tercapai secara optimal.¹¹³

¹¹¹Bank Indonesia, BI Luncurkan Standart Internasional Pengelolaan Zakat, <https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/BI-Luncurkan-StandarInternasionalPengelolaan-Zakat.aspx> (diakses pada 31 juli 2025)

¹¹² Bank Indonesia dan Universitas Islam Indonesia, Pengelolaan Zakat yang Efektif: Konsep dan Praktik di Beberapa Negara, (Jakarta: Bank Indonesia, 2016), H. 131

¹¹³ Muhammad Najet, “The Standardization of Zakat Management through Zakat Core Principles,” *International Journal of Zakat*, Vol. 2, No. 1 (2017), h. 15–17.

E. ANALISIS SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*) kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.¹¹⁴

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematik untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategik yang berhasil.¹¹⁵

¹¹⁴ Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 19.

¹¹⁵ Pearce Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, 229.

Pentingnya analisis SWOT dalam menjalankan suatu usaha juga dijelaskan dalam QS. Al-Hasyr:18, yakni sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلَا تَنْظُرْ نَفْسٌ مَا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَيْرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” [QS. Al-Hasyr: 18].¹¹⁶

Ayat tersebut di atas menjelaskan, bahwa suatu usaha perlu melakukan adaptasi dalam perencanaan. Setiap kegiatan perencanaan harus memperhatikan situasi dan kondisi yang terkait dengan masa lalu, masa kini, dan masa depan atau yang akan datang. Hal ini bisa dipahami karena prinsip keterkaitan satu sama lain dari ketiga masa atau waktu itu.¹¹⁷

Berdasarkan tafsir ayat tersebut di atas, apabila dikaitkan dengan analisis SWOT maka dapat dipahami bahwa suatu usaha bisnis yang dilakukan harus selalu difikirkan (direncanakan) agar tidak rugi dan sebaliknya bisa bermanfaat.

¹¹⁶ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 547

¹¹⁷ Hadhiri, Choiruddin SP, Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an Jilid 1, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), h. 157

2. Faktor-faktor dalam Analisis SWOT

a. Internal

Faktor internal ini mempengaruhi untuk terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam suatu Perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan Keputusan (*decision making*) Perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, system informasi manajemen dan budaya Perusahaan (*corporate culture*).

1) *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan adalah faktor-faktor atau kompetensi yang menjadi keunggulan perusahaan dibanding perusahaan lain. Kompetensi khusus menjadi salah satu faktor kekuatan dimana hal ini organisasi yang dibangun memiliki keunggulan secara komparatif pada unit usaha yang ada di pasaran. Karena dalam bisnis perlu adanya keterampilan, produk terbaik dan sebagainya yang menjadikan tandingan untuk para pesaing sehingga dalam merencanakan usaha yang akan dilakukan, perlu melihat kebutuhan pasar yang ada. Kekuatan meliputi citra perusahaan, sumber daya keuangan, lokasi strategis perusahaan dan lain-lain.¹¹⁸

2) *Weakness* (Kelemahan)

¹¹⁸ Sondang P. Siagian, Manajemen Strategi, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal.172

Kelemahan yaitu suatu tantangan yang harus dihadapi oleh seseorang dalam melakukan keinerja organisasi, dengan segala keterbatasan atau kekurangan dari berbagai faktor. Sehingga tanda-tanda kelemahan dalam organisasi yaitu kurang memadainya sarana dan prasarana yan dimiliki, melemahanya kemampuan memanage, kurang berkompetennya pemasaran dalam melakukan keterampilan, para konsumen secara menarik atau tidak berminat pada produk yang dihasilkan kemudian berakibat pada tingkat laba yang minim.¹¹⁹

b. Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar Perusahaan yang mempengaruhi pembuatan Keputusan Perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry (industry environtment) dan lingkungan bisnis makro (macro environtment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan social budaya.

1) *Opportunity* (Peluang)

Peluang adalah situasi kondisi yang ada dan dapat dieksplorasi menjadi suatu keuntungan bagi perusahaan. Semisal perubahan peraturan perundang-

¹¹⁹ Sondang P. Siagian, Manajemen Strategi, h. 173

undangan, perubahan kondisi persaingan pasar dan lain-lain.

1. *Threat* (Ancaman)

Threat (Ancaman) Ancaman adalah berbagai indikasi di lingkungan yang tidak menguntungkan dan bila tidak diberantas akan menghambat atau membahayakan kinerja perusahaan. Seperti banyaknya perusahaan pesaing, krisis ekonomi dan lain-lain

3. Hal-hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Analisis SWOT

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil Keputusan. Dalam merancang sebuah strategi, pemahaman terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja organisasi sangatlah penting. **Faktor internal** merupakan kondisi yang muncul dari dalam organisasi, baik berupa keunggulan maupun keterbatasan. Aspek ini meliputi kualitas sumber daya manusia, aturan atau kebijakan internal, citra lembaga, serta tingkat efektivitas dalam melakukan sosialisasi. Faktor-faktor tersebut menjadi penentu utama kesiapan organisasi dalam melaksanakan program dan menghadapi berbagai tantangan di lapangan.

1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya. Analisis ini berfokus pada faktor internal yang menjadi modal utama organisasi. Kekuatan dapat berupa regulasi yang mendukung, kompetensi sumber daya manusia, reputasi lembaga, hingga inovasi dalam strategi sosialisasi. Dengan mengidentifikasi kekuatan yang ada, organisasi dapat menggunakannya sebagai landasan untuk membangun keunggulan kompetitif dan memperkuat posisi dalam persaingan.¹²⁰

Menurut Pearce Robinson, kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.¹²¹

Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan .

¹²⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2018), h. 62

¹²¹ Pearce. Robinson, Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1 (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), h. 231

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.¹²²

Di sisi lain, faktor eksternal merupakan kondisi yang berasal dari luar organisasi, yang dapat berupa kesempatan maupun tantangan. Faktor ini mencakup dukungan dari pemerintah, kesadaran masyarakat, kemajuan teknologi digital, keadaan sosial-ekonomi, hingga kompetisi dengan lembaga zakat lainnya. Karena sifatnya yang selalu berubah, organisasi dituntut untuk responsif terhadap setiap dinamika tersebut agar strategi penghimpunan dana ZIS dapat disesuaikan secara optimal. Keterkaitan antara faktor internal dan eksternal inilah yang kemudian menjadi dasar lahirnya kerangka analisis yang dikenal dengan SWOT.

3) Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan,

¹²² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 20.

kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan. Peluang secara sederhana peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.¹²³

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/ regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/ pemasok dapat menjadi peluang bagi Perusahaan.¹²⁴

Peluang (opportunities) merupakan situasi yang menguntungkan di dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan merupakan sebuah peluang. Begitu pula, perubahan-perubahan yang terjadi di bidang teknologi, serta perbaikan hubungan antara pembeli dan penjual dapat merupakan sebuah peluang.¹²⁵

¹²³ freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 20.

¹²⁴f reddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 21.

¹²⁵ freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 22.

4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan Perusahaan.¹²⁶

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, keampuhan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

¹²⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 22

4. Komunikasi dalam Fundraising

Komunikasi dalam fundraising memegang peranan yang sangat vital karena menjadi sarana utama dalam menyampaikan visi, misi, serta pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh lembaga pengelola zakat kepada masyarakat. Melalui komunikasi, lembaga dapat membangun citra positif, menumbuhkan kepercayaan, serta menciptakan kedekatan emosional dengan calon muzakki. Komunikasi yang efektif tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan aspek persuasi dan interaksi dua arah. Hal ini berarti lembaga zakat harus mampu mendengarkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat, serta memberikan respons yang tepat. Dengan begitu, muzakki merasa dihargai dan yakin bahwa dana yang mereka salurkan benar-benar dikelola dengan baik dan tepat sasaran. Komunikasi yang persuasif juga mampu mendorong partisipasi aktif masyarakat, sehingga meningkatkan jumlah dana zakat, infak, dan sedekah yang dihimpun.¹²⁷

5. Motivasi dalam Fundraising

Motivasi adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menyalurkan zakat, infak, maupun sedekah. Motivasi ini dapat muncul dari faktor internal seperti dorongan iman, kedulian terhadap sesama, atau perasaan tanggung jawab sosial, serta faktor eksternal seperti adanya pengakuan,

¹²⁷ Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana, 2011, h. 57.

penghargaan, atau manfaat sosial dari lingkungan. Dalam konteks fundraising, fundraiser dituntut untuk mampu memahami motivasi yang melatarbelakangi tindakan muzakki, sehingga strategi komunikasi dan pendekatan yang dilakukan dapat lebih tepat sasaran. Misalnya, muzakki yang lebih terdorong oleh motivasi spiritual membutuhkan pendekatan berbasis nilai agama, sementara muzakki yang terdorong oleh motivasi sosial mungkin lebih merespons pada transparansi program dan dampak nyata dari zakat yang disalurkan. Pemahaman terhadap motivasi ini penting agar fundraising dapat berjalan secara berkelanjutan, karena muzakki akan merasa bahwa partisipasinya sesuai dengan dorongan batin maupun kebutuhan sosialnya.¹²⁸

6. Relasi dalam Fundraising

Relasi merupakan elemen penting dalam menjaga keberlangsungan fundraising. Fundraising tidak hanya berfokus pada proses penghimpunan dana semata, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan muzakki, mustahik, maupun stakeholder lainnya. Relasi yang baik dapat memperkuat loyalitas muzakki, karena mereka merasa memiliki keterikatan emosional dan sosial dengan lembaga pengelola zakat. Selain itu, relasi juga mencakup kemampuan lembaga untuk membangun jejaring dengan pemerintah, dunia usaha, maupun organisasi masyarakat. Relasi yang terjaga dengan baik akan menjadi modal sosial yang berharga bagi lembaga,

¹²⁸ Robbins, Stephen P., dan Timothy A. Judge. *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson Education, 2017, h. 214.

sehingga mempermudah dalam melakukan sosialisasi, perluasan jaringan, serta meningkatkan kredibilitas di mata publik. Dengan demikian, fundraising dapat berkembang bukan hanya sebagai kegiatan penghimpunan dana, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan solidaritas sosial.¹²⁹

7. Kepuasan dalam Fundraising

Kepuasan muzakki menjadi salah satu indikator keberhasilan lembaga zakat dalam mengelola dana yang telah dihimpun. Kepuasan ini dapat tercapai ketika lembaga mampu menghadirkan transparansi, akuntabilitas, dan laporan yang jelas mengenai penggunaan dana zakat. Ketika muzakki mendapatkan informasi yang memadai mengenai dampak dari zakat yang mereka salurkan, hal tersebut akan menumbuhkan rasa percaya sekaligus kebanggaan. Kepuasan muzakki juga sangat berpengaruh terhadap loyalitas, karena muzakki yang merasa puas cenderung untuk terus menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut. Lebih jauh, kepuasan muzakki dapat mendorong mereka untuk merekomendasikan lembaga zakat kepada orang lain, sehingga membantu meningkatkan partisipasi masyarakat secara lebih luas. Oleh karena itu, pengelolaan dana zakat yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat merupakan aspek penting dalam strategi fundraising.¹³⁰

¹²⁹ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2016, h. 13.

¹³⁰ Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009, h. 34.

8. Maintenance dalam Fundraising

Maintenance atau pemeliharaan hubungan merupakan strategi yang dilakukan lembaga zakat untuk menjaga komunikasi dan ikatan emosional dengan muzakki setelah mereka menyalurkan zakat atau donasi. Hal ini tidak kalah penting dibandingkan proses penghimpunan dana, karena melalui maintenance, muzakki akan merasa dihargai dan diperhatikan. Bentuk maintenance yang umum dilakukan antara lain memberikan ucapan terima kasih, menyampaikan laporan perkembangan program, mengundang muzakki dalam kegiatan sosial, serta menyediakan layanan khusus untuk memastikan kepuasan mereka. Strategi maintenance yang baik dapat memperkuat loyalitas muzakki, karena mereka merasakan adanya hubungan timbal balik yang bermanfaat. Dengan demikian, maintenance bukan hanya sebatas menjaga keberlanjutan zakat, tetapi juga membangun ikatan emosional dan sosial yang mendorong keberlangsungan fundraising dalam jangka panjang.¹³¹

9. Hubungan antara Fundraising, Strategi, dan Zakat

Zakat merupakan instrumen penting dalam sistem ekonomi Islam yang berfungsi sebagai sarana redistribusi kekayaan dan peningkatan kesejahteraan umat.¹³² Namun, potensi zakat yang besar di Indonesia belum dapat dioptimalkan karena kesenjangan antara potensi dan realisasi penghimpunannya masih cukup lebar.¹³³ Zakat

¹³¹ Sargeant, Adrian, dan Elaine Jay. *Fundraising Management: Analysis, Planning and Practice*. London: Routledge, 2014, h. 102.

¹³² M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 2007), h. 410.

¹³³ BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2023* (Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2023), h. 12

merupakan salah satu rukun Islam yang berfungsi sebagai instrumen distribusi kekayaan, pengentasan kemiskinan, serta peningkatan kesejahteraan sosial umat Islam.¹³⁴

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim memiliki potensi zakat yang sangat besar, namun realisasi penghimpunannya masih jauh dari potensi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa zakat memerlukan sistem pengelolaan yang baik agar potensi yang besar tersebut dapat dimaksimalkan.¹³⁵ Tanpa adanya fundraising yang efektif, potensi zakat hanya akan menjadi angka, tanpa memberi manfaat nyata bagi mustahik.

Salah satu upaya tersebut adalah melalui fundraising, yaitu proses penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan secara terstruktur oleh lembaga amil zakat. Fundraising tidak hanya sebatas pengumpulan, tetapi juga melibatkan kegiatan sosialisasi, edukasi, dan kampanye kesadaran berzakat agar masyarakat lebih memilih menyalurkan zakatnya melalui lembaga resmi.¹³⁶

Agar fundraising berjalan secara optimal, diperlukan **strategi** yang tepat. Strategi berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan metode penghimpunan, segmentasi muzakki, inovasi layanan, serta langkah-langkah menghadapi tantangan eksternal, seperti rendahnya kesadaran berzakat atau adanya kompetisi dengan lembaga zakat lain. Strategi berfungsi sebagai arah dan perencanaan jangka panjang dalam menentukan metode penghimpunan, segmentasi muzakki,

¹³⁴ M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 2007), h. 410

¹³⁵ BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2023* (Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2023), h. 12.

¹³⁶ Abdul Wahab, *Manajemen Pengelolaan Zakat Modern* (Jakarta: Rajawali Pers, 2019), h. 87.

inovasi layanan, serta penguatan jaringan dengan pemerintah maupun pihak swasta.¹³⁷

Dengan strategi yang terencana, lembaga amil zakat dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, mengatasi kelemahan internal, memanfaatkan peluang eksternal, dan menghadapi berbagai tantangan. Dengan demikian, terdapat hubungan yang erat antara ketiga aspek ini: zakat sebagai objek yang dihimpun, fundraising sebagai proses untuk mengumpulkan zakat dari masyarakat, dan strategi sebagai pedoman agar fundraising dapat berjalan optimal. Tanpa strategi, fundraising tidak terarah, dan tanpa fundraising, potensi zakat yang besar tidak akan terhimpun secara maksimal.

Tanpa adanya strategi dalam fundraising, maka kegiatan penghimpunan zakat tidak akan berjalan optimal. Strategi adalah arah, sedangkan fundraising adalah proses, dan zakat adalah tujuan. Ketiganya saling berkaitan dan tidak bisa dipisahkan.

¹³⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 5

BAB III

GAMBARAN UMUM

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Baznas Kabupaten Tangerang

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama.

Dengan demikian, BAZNAS bersama Pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.

Logo BAZNAS terdiri dari Lambang Burung Garuda Pancasila dengan tulisan BAZNAS dibawahnya dan Badan Amil Zakat Nasional dan dibawahnya Kabupaten Tangerang



2. Visi dan misi Baznas Kabupaten Tangerang

Visi: "Menjadi Lembaga utama mensejahterakan ummat"

Misi:¹³⁸

- a. Membangun BAZNAS yang kuat, terpercaya, dan modern sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang berwenang dalam pengelolaan zakat
- b. Memaksimalkan literasi zakat nasional dan peningkatan pengumpulan ZIS-DSKL secara masif dan terukur
- c. Memaksimalkan pendistribusian dan pendayagunaan ZIS-DSKL untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan ummat, dan mengurangi kesenjangan sosial;
- d. Memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil zakat nasional secara berkelanjutan;
- e. Modernisasi dan digitalisasi pengelolaan zakat nasional dengan sistem manajemen berbasis data yang kokoh dan terukur;
- f. Memperkuat sistem perencanaan, pengendalian, pelaporan, pertanggungjawaban, dan koordinasi pengelolaan zakat secara nasional;
- g. Membangun kemitraan antara muzakki dan mustahik dengan semangat tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan;

¹³⁸ <https://www.baznastangerangkab.or.id/> diakses pada tanggal 20 Agustus pukul 19.23 wib

h. Meningkatkan sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk pembangunan zakat nasional; dan

i. Berperan aktif dan menjadi referensi bagi gerakan zakat dunia.

3. Struktur Baznas Kabupaten Tangerang

Ketua Baznas Kabupaten Tangerang: Drs. H. Achmad Nawawi, M.Si.

Wakil Ketua 1 : A. Haris Syarif Mansyur, S.H., M.H.

Wakil Ketua II : H. Anwar Ardadil, M. Pd

Wakil Ketua III : (Alm) Dra. Hj. Eny Suhaeni, M. Si

Wakil Ketua IV : Endi Romdoni, M.Ag.

Wewenang Komisioner dalam perda Kabupaten Tangerang nomor 17 tahun 2016 tentang pengelolaan Zakat¹³⁹:

Pasal 19: Ketua mempunyai tugas memimpin pelaksanaan tugas BAZNAS kabupaten.

Pasal 20 Wakil Ketua mempunyai tugas membantu Ketua memimpin pelaksanaan tugas BAZNAS kabupaten dalam perencanaan, pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan, keuangan, administrasi perkantoran, sumber daya manusia, umum, pemberian rekomendasi, dan pelaporan.

Pasal 21: Bidang Pengumpulan dipimpin oleh satu orang wakil ketua dengan sebutan jabatan Wakil Ketua I.

Pasal 22: (1) Bidang Pengumpulan mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pengumpulan zakat. (2) Dalam menjalankan tugas

¹³⁹ Peraturan daerah Kabupaten Tangerang Nomor 17 Tahun 2016

sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang Pengumpulan menyelenggarakan fungsi:

- a. Penyusunan strategi pengumpulan zakat;
- b. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data muzaki;
- c. Pelaksanaan kampanye zakat;
- d. Pelaksanaan dan pengendalian pengumpulan zakat;
- e. Pelaksanaan pelayanan muzaki;
- f. Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pengumpulan zakat;
- g. Penyusunan laporan dan pertanggungjawaban pengumpulan zakat;
- h. Pelaksanaan penerimaan dan tindak lanjut komplain atas layanan muzaki; dan
- i. Koordinasi pelaksanaan pengumpulan zakat tingkat kabupaten.

Pasal 23: Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan dipimpin oleh satu orang wakil ketua dengan sebutan jabatan Wakil Ketua II.

Pasal 24: (1) Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat.

(2) Dalam menjalankan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan menyelenggarakan fungsi:¹⁴⁰

- a. Penyusunan strategi pendistribusian dan pendayagunaan zakat;
- b. Pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan data mustahik;

¹⁴⁰ Peraturan daerah Kabupaten Tangerang Nomor 17 Tahun 2016

- c. Pelaksanaan dan pengendalian pendistribusian pendayagunaan zakat;
- d. Pelaksanaan evaluasi pengelolaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat;
- e. Penyusunan pelaporan dan pertanggungjawaban pendistribusian dan pendayagunaan zakat; dan
- f. Koordinasi pelaksanaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat tingkat kabupaten.

Pasal 25: Bagian Perencanaan, Keuangan, dan Pelaporan dipimpin oleh satu orang wakil ketua dengan sebutan jabatan Wakil Ketua III.

Pasal 27: Bagian Administrasi, Sumber Daya Manusia dan Umum dipimpin oleh satu orang wakil ketua dengan sebutan jabatan Wakil Ketua IV.

Pasal 29: Satuan Audit Internal berada di bawah dan bertanggung jawab kepada ketua Baznas Kabupaten Tangerang.

4. Legalitas Baznas Kabupaten Tangerang

Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Tangerang merupakan lembaga resmi yang dibentuk berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Secara nasional, eksistensi Baznas diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, yang kemudian diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.¹⁴¹

¹⁴¹ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 115. Lihat juga: Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 42.

Berdasarkan Pasal 9 ayat (1) UU No. 23 Tahun 2011, disebutkan bahwa “Pengelolaan zakat di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten/kota dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang dibentuk oleh Presiden, gubernur, dan bupati/walikota.”¹⁴²

Dengan demikian, Baznas Kabupaten Tangerang merupakan lembaga yang sah secara hukum karena dibentuk oleh Bupati Tangerang sesuai kewenangannya sebagai kepala daerah.

Pembentukan Baznas Kabupaten Tangerang dilakukan melalui Keputusan Bupati Tangerang, yang secara spesifik menetapkan kepengurusan dan struktur organisasi Baznas di tingkat kabupaten. Sebagai contoh, kepengurusan Baznas Kabupaten Tangerang periode 2023–2028 ditetapkan melalui Keputusan Bupati Tangerang Nomor 480/330-Kep.2023 tentang Pengangkatan Anggota Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Tangerang Masa Bhakti 2023–2028.¹⁴³

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Tangerang adalah lembaga resmi yang dibentuk oleh pemerintah untuk mengelola zakat, infaq, dan sedekah di tingkat kabupaten. BAZNAS secara umum didirikan oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 8 Tahun 2001, dan memiliki status sebagai *lembaga pemerintah non-struktural* yang bersifat mandiri serta bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama.¹⁴⁴

¹⁴² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 9 ayat (1), Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 110, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234.

¹⁴³ Keputusan Bupati Tangerang Nomor 480/330-Kep.2023 tentang Pengangkatan Anggota Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Tangerang Masa Bhakti 2023–2028, 2023.

¹⁴⁴ https://baznas.tangerangkota.go.id/frontend/profilBaznas?utm_source=chatgpt.com diakses pada tanggal 29 Agustus pukul 21.32 wib

2. Program Baznas Kabupaten Tangerang

a. Baznas Taqwa

BAZNAS Taqwa merupakan program yang memfokuskan pada bantuan untuk sarana ibadah dan keagamaan. Selain itu, program ini juga turut membantu setiap orang yang mengurusnya seperti, guru ngaji, marbot masjid, dll di willayah Kabupaten Tangerang.¹⁴⁵

b. Baznas Sehat

BAZNAS Sehat merupakan program yang ditujukan kepada masyarakat Kabupaten Tangerang yang kesulitan membiayai pengobatannya ataupun butuh sarana penunjang seperti kursi roda dan alat kesehatan lain.

c. Baznas Peduli

BAZNAS Peduli merupakan program bantuan kemanusiaan yang membantu masyarakat ketika dilanda bencana, baik bencana alam ataupun bencana sosial. Bentuk bantuan dari program ini seperti bantuan bedah rumah, bantuan pangan dan sembako, dan bantuan sejenis lainnya.

d. Baznas Cerdas

BAZNAS Cerdas merupakan bantuan yang ditujukan kepada pelajar dan mahasiswa agar bisa meringankan beban dalam membiayai Pendidikan.

¹⁴⁵ BAZNAS Kabupaten Tangerang, *Profil dan Program BAZNAS Kabupaten Tangerang 2023* (Tangerang: BAZNAS Kabupaten Tangerang, 2023), h. 12.

3. Laporan Fundraising Baznas Kabupaten Tangerang Tahun 2022-2024

1. Laporan Tahun 2022

REKAPITULASI ZIS BAZNAS KABUPATEN TANGERANG 2022 SENIN, 16 JANUARI 2023

No	Keterangan	Semester 1	Semester 2	Total
1	Infaq Dinas	615,888,333	60,303,112	676,191,445
2	Infaq Kecamatan	11,870,000	18,955,000	30,825,000
3	Infaq Perorangan	1,691,286	13,828,273	15,519,559
4	Zakat Profesi Dinas	1,156,426,413	2,620,632,203	3,777,058,616
5	Zakat Profesi Kecamatan	86,629,241	111,318,087	197,947,328
6	Zakat Fitrah Kecamatan	1,749,329,669	0	1,749,329,669
7	Zakat Fitrah Dinas	393,879,498	0	393,879,498
8	Zakat Mal Perorangan	125,084,625	122,609,474	247,694,099
Jumlah		4,140,799,065	2,947,646,149	7,088,445,214

Sumber data: Dokumen Internal Baznas Kabupaten Tangerang

2. Laporan fundraising Baznas Kabupaten Tangerang Tahun 2023

REKAPITULASI ZIS BAZNAS KABUPATEN TANGERANG 2023 sampai dengan bulan Desember Tahun 2023

NO	Keterangan	Semester 1	Semester 2	Total
1	Infaq Dinas	244,044,000	616,872,471	860,916,471
2	Infaq Kecamatan	55,350,402	61,057,000	116,407,402
3	Infaq perorangan	7,479,585	6,415,697	13,895,282
4	Zakat Profesi Dinas	916,009,105	2,560,966,076	3,476,975,181
5	Zakat Profesi kecamatan	108,657,430	161,191,275	269,848,705

6	Zakat Fitrah Kecamatan	2,205,947,986	0	2,205,947,986
7	Zakat Fitrah Dinas	602,934,647	0	602,934,647
8	Zakat Fitrah Perorangan	2,915,000	0	2,915,000
9	Zakat Maal Perorangan	276,248,046	26,830,871	303,078,917
10	Infaq Terikat <i>“Membasuh Luka Palestina”</i>	0	251,095,000	251,095,000

Sumber Data: Dokumen Internal Baznas Kabupaten Tangerang

3. Laporan Baznas Kabupaten Tangerang Tahun 2024

REKAPITULASI ZIS BAZNAS KABUPATEN TANGERANG

2024 Laporan Pengumpulan Tahun 2024¹⁴⁶

NO	Keterangan	Semester 1	Semester 2	Total
1	Infaq Dinas	1,064,401,417	83,528,700	1,147,930,117
2	Infaq Kecamatan	90,919,534	48,943,201	139,862,735
3	Infaq Perorangan	4,071,241	157,745	4,228,986
4	Zakat Profesi Dinas	1,629,908,123	2,042,699,111	3,672,607,234
5	Zakat Profesi Kecamatan	199,591,781	235,450,311	435,042,092
6	Zakat Fitrah Kecamatan	2,632,185,341	0	2,632,185,341
7	Zakat Fitrah Dinas	822,793,553	0	822,793,553
8	Zakat Fitrah Perorangan	9,230,000	0	9,230,000
9	Zakat Maal Perorangan	147,985,301	24,470,680	172,455,981
10	Infaq terikat "MEMBASUH LUKA PALESTINA"	35,420,900	16,950,000	52,370,900
S	Total	6,636,507,191	2,452,199,748	9,088,706,939

¹⁴⁶ Sumber data: Laporan Internal Baznas Kabupaten Tangerang

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Baznas Kabupaten

Tangerang

a. Faktor Internal

1) *Strengths* (Kekuatan)

a) Legalitas Resmi

BAZNAS Kabupaten Tangerang memiliki dasar hukum yang jelas sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang berwenang mengelola zakat, sehingga memiliki legitimasi kuat di masyarakat.

b) Struktur Organisasi yang Jelas

Memiliki kepengurusan dan pembagian tugas yang terstruktur, sehingga memudahkan koordinasi dalam penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

c) Dukungan Pemerintah Daerah

adanya sinergi dengan Pemkab Tangerang melalui kebijakan, regulasi, dan kerja sama dalam sosialisasi zakat.

d) SDM Amil Berpengalaman

Amil zakat yang memiliki pengalaman dan pemahaman dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah.

e) Inovasi Program Penghimpunan dan Pendistribusian

Memiliki berbagai program penghimpunan berbasis digital (transfer bank, QRIS, website) serta program penyaluran berbasis pemberdayaan masyarakat.

f) Citra Lembaga

BAZNAS dikenal luas sebagai lembaga zakat resmi negara, sehingga lebih dipercaya masyarakat dibanding lembaga non resmi.

2) Weaknesses (Kelemahan)

a) Kesadaran Masyarakat yang Masih Rendah

Masyarakat Kabupaten Tangerang belum seluruhnya menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS, sebagian masih secara individu atau lembaga nonformal.

b) Keterbatasan SDM

Jumlah amil masih terbatas dibanding luasnya wilayah dan jumlah penduduk Kabupaten Tangerang.

c) Keterbatasan Teknologi dan Infrastruktur

Walaupun ada sistem digital, namun belum semua muzakki terbiasa menggunakan layanan online, sehingga potensi digital fundraising belum maksimal.

d) Kurangnya Sosialisasi dan Edukasi

Informasi mengenai kewajiban zakat dan manfaat menyalirkannya melalui BAZNAS belum merata ke semua lapisan masyarakat.

e) Ketergantungan pada Dana ZIS

Sumber pendanaan utama masih dominan dari zakat, infak, dan sedekah. Diversifikasi sumber dana (wakaf produktif, CSR perusahaan) masih terbatas.

f) Monitoring dan Evaluasi Program

Masih terdapat tantangan dalam pengawasan dan pelaporan distribusi zakat agar benar-benar tepat sasaran dan transparan.

Faktor internal BAZNAS Kabupaten Tangerang memperlihatkan bahwa lembaga ini kuat dari sisi legalitas, dukungan pemerintah, dan citra lembaga, tetapi masih lemah dari sisi keterbatasan SDM, infrastruktur teknologi, serta sosialisasi ke masyarakat.

b. Faktor Eksternal

1) *Opportunities* (Peluang)

a) Jumlah Penduduk yang Besar

Kabupaten Tangerang memiliki jumlah penduduk yang tinggi dengan tingkat ekonomi yang beragam, sehingga potensi zakat maal, profesi, dan infak sangat besar.

b) Pertumbuhan Ekonomi Daerah

Kehadiran kawasan industri, perumahan, dan bisnis di Kabupaten Tangerang memperbesar peluang penghimpunan dana zakat dari kalangan pegawai, pengusaha, dan perusahaan.

c) Perkembangan Teknologi Digital

Digitalisasi keuangan (QRIS, e-wallet, marketplace) membuka peluang optimalisasi fundraising zakat secara online.

d) Dukungan Pemerintah dan Regulasi

Adanya UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat serta dukungan Pemkab Tangerang dalam penguatan BAZNAS memberi legitimasi dan peluang pengembangan.

e) Kerja Sama dengan Lembaga Lain

Adanya peluang sinergi dengan BUMN, perusahaan swasta (CSR), lembaga pendidikan, dan ormas Islam untuk memperluas jaringan penghimpunan dan penyaluran zakat.

2) *Threats* (Ancaman)

a) Persaingan dengan Lembaga ZIS Lain

Banyaknya lembaga zakat dan yayasan filantropi di Tangerang dapat menjadi pesaing BAZNAS dalam penghimpunan dana.

b) Rendahnya Literasi Zakat

Sebagian masyarakat masih menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik tanpa melalui lembaga resmi, sehingga mengurangi potensi penghimpunan BAZNAS.

c) Perkembangan Teknologi yang Cepat

Jika BAZNAS tidak cepat beradaptasi dengan teknologi digital, maka akan tertinggal dari lembaga zakat lain yang lebih inovatif.

d) Kurangnya Kepercayaan Publik

Kasus penyalahgunaan dana zakat oleh oknum lembaga zakat lain dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat secara umum.

e) Tantangan Regulasi dan Kebijakan

Adanya kebijakan baru pemerintah atau persaingan dengan pajak dapat memengaruhi penghimpunan zakat di masyarakat.

Faktor eksternal menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Tangerang punya peluang besar karena jumlah penduduk, perkembangan digital, dan dukungan pemerintah. Namun, ancaman juga nyata berupa persaingan lembaga zakat lain, rendahnya literasi zakat, dan tantangan adaptasi teknologi.

B. Strategi Baznas Kabupaten Tangerang menggunakan Analisis SWOT

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Tangerang, sebagai lembaga pemerintah yang bertugas mengelola zakat di tingkat kabupaten, memegang peran strategis dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).

Namun, dalam praktiknya, BAZNAS Kabupaten Tangerang menghadapi sejumlah tantangan dalam menerapkan strategi penggalangan dana. Beberapa di antaranya meliputi persaingan dengan lembaga pengumpul zakat lain baik yang bersifat formal maupun informal, keterbatasan tenaga profesional di bidang fundraising, serta belum maksimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung kegiatan penghimpunan dana.¹⁴⁷

BAZNAS Kabupaten Tangerang menghadapi sejumlah tantangan dalam penerapan strategi fundraising, di antaranya pemanfaatan teknologi digital yang belum maksimal dalam proses penggalangan dana, keterbatasan jangkauan terhadap para muzakki potensial, serta minimnya variasi strategi fundraising yang berkelanjutan sepanjang

¹⁴⁷ Wawancara dengan A. Haris Syarif, Wakil Kepala 1 bagian pengumpulan Danz ZIS, 14 Agustus 2025 pukul 13.40 WIB

tahun. Di samping itu, persaingan dengan lembaga pengumpul zakat lain baik yang bersifat formal maupun informal turut menjadi hambatan dalam upaya meningkatkan pasar penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).

Dalam wawancara dengan perwakilan dari bagian pengumpulan dana zakat, terungkap bahwa Baznas Kabupaten Tangerang memiliki target pengumpulan sebesar 15 miliar rupiah, namun realisasinya pada tahun 2024 hanya sebesar 9 Milyar saja, ini menunjukkan bahwa adanya strategi penghimpunan yang belum optimal pada baznas kabupaten Tangerang. Untuk mencapai target tersebut, Baznas Kabupaten Tangerang menerapkan beberapa strategi dan penulis sudah membagi menggunakan analisis swot sebagai berikut:

1. **Kekuatan (*Strengths*):** Total realisasi mencapai Rp 9,08 M (59,4% dari target), artinya penghimpunan masih berjalan cukup stabil meskipun belum optimal.
2. **Kelemahan (*Weaknesses*):** Meskipun ada upaya untuk mempertahankan muzakki lama, tantangan dalam mencari dan mengelola data muzakki baru tetap ada. Hal ini memerlukan tim yang profesional untuk mengidentifikasi potensi muzakki baru.
3. **Peluang (*Opportunities*):** Baznas Kabupaten Tangerang telah menyusun rencana pelaksanaan pengumpulan dana melalui sosialisasi dan edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar zakat. Ini merupakan peluang untuk menarik lebih banyak muzakki.
4. **Ancaman (*Threats*):** Dalam upaya sosialisasi fundraising, Baznas melakukan pendekatan langsung kepada pimpinan daerah dan kepala

dinas untuk memperkenalkan profil dan program-program Baznas. Namun, tantangan tetap ada dalam konsolidasi dengan UPZ di seluruh kecamatan, serta dalam menjaga komunikasi dan pemantapan kerja sama.¹⁴⁸

Baznas juga memanfaatkan platform digital untuk fundraising tidak langsung. Selama proses pelaksanaan fundraising, Baznas Kabupaten melakukan pengawasan secara berkala setiap minggu untuk memastikan semua kegiatan berjalan dengan baik.

Dalam hal infrastruktur dan sumber daya manusia (SDM), Baznas Kabupaten memiliki empat bidang utama, yaitu pengumpulan, distribusi, keuangan, dan bidang umum serta SDM. Dalam hal kompetensi, Baznas memiliki staf yang berpengalaman di bidangnya, yang telah mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mereka.

Analisis SWOT untuk konteks ini adalah sebagai berikut:

- 1. Kekuatan (*Strengths*):** Baznas Kabupaten memiliki struktur organisasi yang jelas dengan empat bidang yang terfokus, serta staf yang berpengalaman dan terlatih, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional.
- 2. Kelemahan (*Weaknesses*):** Meskipun memiliki staf yang terlatih, mungkin ada keterbatasan dalam jumlah personel atau sumber daya yang dapat mempengaruhi kapasitas operasional di setiap bidang.
- 3. Peluang (*Opportunities*):** Dengan adanya pelatihan yang diikuti oleh staf, Baznas Kabupaten memiliki kesempatan untuk terus

¹⁴⁸ Wawancara dengan A. Haris Syarif, Wakil Kepala 1 bagian pengumpulan Danz ZIS, 14 Agustus 2025 pukul 13.40 WIB

meningkatkan kompetensi dan kinerja, serta beradaptasi dengan perkembangan terbaru dalam pengelolaan zakat.¹⁴⁹

4. Ancaman (*Threats*): Persaingan dengan lembaga zakat lain dan tantangan dalam mempertahankan kualitas layanan dapat menjadi ancaman bagi Baznas Kabupaten, terutama jika tidak ada inovasi dalam pengelolaan dan distribusi zakat.

Baznas Kabupaten Tangerang menghadapi sejumlah tantangan dalam pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Salah satu masalah utama adalah kurangnya kesadaran masyarakat untuk membayar zakat melalui Baznas. Meskipun potensi zakat di Kabupaten Tangerang diperkirakan mencapai sekitar 3,8 triliun rupiah, pada tahun 2024, Baznas hanya mampu mengumpulkan 8 miliar rupiah.

Baznas memiliki potensi zakat yang besar, yang menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan pengumpulan dana jika kesadaran masyarakat dapat ditingkatkan. Rendahnya kesadaran masyarakat untuk membayar zakat melalui Baznas menjadi kelemahan yang signifikan, yang menghambat pencapaian target pengumpulan dana.

Ada kesempatan yang signifikan untuk meningkatkan jumlah pengumpulan zakat dengan melaksanakan program sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menanamkan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya membayar zakat melalui Baznas. Namun, di sisi lain, tantangan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban zakat dapat menjadi ancaman serius bagi Baznas. Ancaman ini akan semakin nyata

¹⁴⁹ Wawancara dengan A. Haris Syarif, Wakil Kepala 1 bagian pengumpulan Danz ZIS, 14 Agustus 2025 pukul 13.40 WIB

jika tidak ada strategi yang efektif dan inovatif yang diterapkan untuk menarik perhatian serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam program zakat yang ditawarkan. Dengan demikian, penting bagi Baznas untuk merumuskan pendekatan yang tepat agar dapat mengatasi tantangan ini dan memanfaatkan peluang yang ada.

BADAN AMIL ZAKAT KABUPATEN TANGERANG			
	TARGET & REALISASI TAHUN 2024		
NO	RKAT 2024	JUMLAH	REALISASI 2024
1	ZAKAT MAAL BADAN	300.000.000	-
2	ZAKAT MAAL PERORANGAN	300.000.000	172.455.981
3	ZAKAT MAAL PERORANGAN VIA UPZ	8.700.000.000	4.107.649.326
4	ZAKAT FITRAH VIA UPZ	3.500.000.000	3.464.208.894
5	INFAQ SEDEKAH TIDAK TERIKAT	500.000.000	4.228.986
6	INFAQ SEDEKAH TERIKAT VIA UPZ	1.500.000.000	1.287.792.852
7	KURBAN	200.000.000	-
8	DSKL	300.000.000	-
9	INFAQ SEDEKAH TERIKAT (DONASI PALESTINA)		52.370.900
	TOTAL	15.300.000.000	9.088.706.939

Sumber data: Dokumen Internal Baznas Kabupaten Tangerang

Analisis SWOT Penghimpunan Dana ZIS (RKAT 2024 dan Realisasi)

Faktor Internal

NO	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1	Dukungan regulasi dan legalitas resmi sebagai BAZNAS daerah sehingga memiliki legitimasi kuat.	Realisasi zakat maal badan 0 (target Rp300 juta) → menunjukkan potensi besar belum tergarap.
2	Realisasi zakat fitrah via UPZ mencapai 99% dari target (Rp3,5 M → Rp3,46 M), menunjukkan kekuatan basis penghimpunan.	Infaq/sedekah tidak terikat sangat rendah (Rp500 juta target → Rp4,2 juta realisasi).
3	UPZ aktif dalam penghimpunan zakat maal perorangan (Rp8,7 M target → Rp4,1 M realisasi).	Belum optimal dalam penghimpunan kurban dan DSKL (realisasi 0).
4	Penghimpunan donasi kemanusiaan (Palestina) berjalan efektif meskipun tidak ditargetkan, menunjukkan fleksibilitas.	Masih terdapat gap signifikan antara target dan realisasi total (hanya 59,4% dari target).
5	Pencapaian zakat fitrah stabil, menandakan tradisi religius masyarakat masih kuat.	Keterbatasan inovasi produk zakat/infaq yang mampu menarik generasi milenial & digital society.

Faktor Eksternal

NO	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
1	Jumlah penduduk Kabupaten Tangerang besar → potensi zakat maal perorangan dan badan tinggi.	Rendahnya literasi zakat → banyak masyarakat menyalurkan zakat langsung ke mustahik, bukan via lembaga.
2	Perkembangan kawasan industri, bisnis, dan perumahan dapat memperbesar potensi zakat badan dan profesi.	Persaingan dengan lembaga filantropi lain (LAZ, yayasan sosial, lembaga internasional).
3	Digitalisasi keuangan (QRIS, e-wallet, marketplace) membuka peluang memperluas channel penghimpunan.	Ketidakstabilan ekonomi (inflasi, PHK) berpengaruh pada kemampuan masyarakat menyalurkan zakat/infaq.
4	Meningkatnya kepedulian sosial masyarakat (contoh: donasi Palestina) dapat dimanfaatkan untuk program kemanusiaan.	Perubahan regulasi pajak & zakat bisa memengaruhi preferensi muzakki.
5	Sinergi dengan pemerintah daerah, UPZ, dan CSR perusahaan berpotensi memperluas basis muzakki.	Perkembangan teknologi cepat → jika BAZNAS lambat beradaptasi, akan tertinggal dari lembaga zakat lain.

Fundrising direct yang dilakukan baznas Kabupaten Tangerang antara lain:

- a. Layanan jemput zakat
- b. Sosialisasi
- c. Pembukaan gerai pada saat event:
 - 1. Gerai MTQ Kabupaten & Provinsi
 - 2. Gerai Ramadhan (di Lippo Karawaci, Ramayana Cikupa)

3. Gerai Hari Pendidikan Nasional (Hardiknas)

4. Gerai hut Dinas Perindustrian & Perdagangan (Disperindag)

Sedangkan Fundrising indirect yang dilakukan baznas kabupaten Tangerang dilakukan di berbagai platform digital seperti email, website, media sosial tiktok dan Instagram serta platform donasi.

Capaian Pengumpulan Dana ZIS-DSKL Baznas Kabupaten Tangerang Bulan Januari-Juni 2025

NO	BULAN	TARGET(Rp)	Realisasi(Rp)	ACV(%)
1	Januari	1.350.313.500	271.278.017	20
2	Februari	385.406.700	95.104.231	25
3	Maret	3.152.034.400	3.171.789.199	101
4	April	2.531.054.400	2.600.584.763	103
5	Mei	676.191.000	307.953.643	46
6	Juni	1.850.000.000	939.588.949	51
	JUMLAH	9.945.000.000	7.386.298.802	74

Sumber Data : Dokumen Internal Baznas Kabupaten Tangerang 2025

Analisis SWOT BAZNAS Kabupaten Tangerang (Januari–Juni 2025)

Faktor Internal

NO	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1	Capaian realisasi rata-rata 74% dari target semester 1 cukup baik dibanding tahun-tahun sebelumnya.	Realisasi Januari dan Februari masih sangat rendah (20% dan 25%), menunjukkan lemahnya awal tahun.
2	Bulan Maret dan April berhasil melebihi target (101% & 103%), menunjukkan potensi besar saat momentum Ramadhan.	Fluktuasi capaian bulanan menunjukkan ketergantungan pada momentum tertentu (Ramadhan).
3	Adanya peningkatan signifikan saat bulan keagamaan (Maret–April), menunjukkan kekuatan pada basis religius masyarakat.	Bulan Mei dan Juni turun kembali (46% dan 51%), menunjukkan kurang konsisten dalam mempertahankan capaian.
4	Sistem penghimpunan dan distribusi melalui UPZ sudah berjalan sehingga memudahkan pengumpulan dana.	Kurang optimalnya strategi diversifikasi produk zakat/infak di luar Ramadhan.
5	Kredibilitas BAZNAS sebagai lembaga resmi memberi kepercayaan muzakki.	Keterbatasan SDM dan promosi digital masih berpengaruh pada capaian di luar momentum besar.

Faktor Eksternal

NO	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
1	Jumlah penduduk besar dengan potensi zakat maal dan profesi yang tinggi di Kabupaten Tangerang.	Persaingan dengan lembaga zakat lain dan yayasan sosial yang juga aktif di bulan Ramadhan.
2	Momentum Ramadhan terbukti menjadi puncak penghimpunan (ACV >100%), bisa dijadikan strategi tahunan.	Ketergantungan pada bulan Ramadhan menimbulkan risiko penurunan di bulan lain.
3	Perkembangan teknologi digital (QRIS, aplikasi zakat online) membuka peluang perluasan channel penghimpunan.	Literasi zakat masyarakat masih rendah, sebagian lebih memilih menyalurkan langsung ke mustahik.
4	Kesadaran sosial masyarakat terhadap isu kemanusiaan semakin tinggi, bisa dimanfaatkan untuk penghimpunan DSKL.	Ketidakpastian ekonomi (PHK, inflasi) dapat menurunkan daya bayar muzakki.
5	Dukungan pemerintah daerah dan sinergi dengan UPZ, masjid, dan CSR perusahaan masih potensial dikembangkan.	Perubahan regulasi atau kebijakan bisa berdampak pada pola penghimpunan zakat.

Ringkasan dari tabel:

1. Kekuatan utama: BAZNAS mampu melampaui target di bulan Ramadhan (Maret–April).

2. Kelemahan utama: Penghimpunan di luar bulan Ramadhan rendah dan tidak konsisten.
3. Peluang utama: Potensi besar dari jumlah penduduk, ekonomi daerah, dan perkembangan digital.
4. Ancaman utama: Persaingan dengan lembaga zakat lain dan ketergantungan pada momentum Ramadhan.

Dalam teori Strategi, penulis menyimpulkan bahwa baznas kabupaten Tangerang berada strategi turn around strategi yaitu strategi yang diterapkan ketika organisasi berada dalam kondisi penurunan kinerja atau krisis, namun masih memiliki peluang untuk memperbaiki keadaan, Tujuannya adalah mengubah kondisi organisasi dari yang sebelumnya menurun menjadi kembali stabil bahkan berkembang. Dalam lembaga zakat, strategi ini bisa diwujudkan dengan memperbaiki sistem pelaporan, meningkatkan transparansi, melakukan rebranding, atau memperbaiki kualitas layanan. Jika target penghimpunan zakat Rp 15 miliar per tahun, tetapi realisasi hanya Rp 8 miliar, maka BAZNAS dapat melakukan turn around strategy dengan cara: meningkatkan sosialisasi zakat ke masyarakat melalui media digital, membangun kemitraan dengan perusahaan untuk payroll zakat, serta memperbaiki transparansi laporan keuangan agar meningkatkan kepercayaan muzakki.

C. Faktor pendukung dan Penghambat pada Strategi Fundraising di Baznas Kabupaten Tangerang dalam meningkatkan perolehan Dana ZIS

mengenai faktor pendukung dan penghambat pada strategi fundraising di Baznas Kabupaten Tangerang dalam meningkatkan perolehan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS):

a. Faktor Pendukung

Staf yang Berpengalaman dan Terlatih: Baznas Kabupaten Tangerang memiliki tim yang kompeten dan berpengalaman dalam pengelolaan zakat. Pelatihan yang telah diikuti oleh staf meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan program fundraising secara efektif.

1. Struktur Organisasi yang Jelas: Dengan adanya pembagian tugas yang terstruktur dalam bidang pengumpulan, distribusi, keuangan, dan SDM, Baznas dapat menjalankan program fundraising dengan lebih terorganisir dan efisien.¹⁵⁰
2. Potensi Zakat yang Besar: Kabupaten Tangerang memiliki potensi zakat yang signifikan, diperkirakan mencapai 3,8 triliun rupiah. Ini memberikan peluang besar bagi Baznas untuk meningkatkan pengumpulan dana ZIS jika strategi yang tepat diterapkan.
3. Dukungan dari Pemerintah dan Masyarakat: Adanya dukungan dari pemerintah daerah dan masyarakat setempat dapat memperkuat posisi Baznas dalam melakukan fundraising. Kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk instansi pemerintah dan organisasi

¹⁵⁰ Wawancara dengan A. Haris Syarif, Wakil Kepala 1 bagian pengumpulan Danz ZIS, 14 Agustus 2025 pukul 13.40 WIB

masyarakat, dapat meningkatkan visibilitas dan kepercayaan terhadap Baznas.

4. Tantangan dalam Komunikasi dan Sosialisasi: Upaya sosialisasi yang kurang efektif dapat mengakibatkan informasi tentang program-program Baznas tidak sampai kepada masyarakat. Hal ini dapat mengurangi partisipasi masyarakat dalam program zakat.

b. Faktor Penghambat

1. Rendahnya Kesadaran Masyarakat: Salah satu tantangan utama yang dihadapi Baznas adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar zakat melalui lembaga resmi seperti Baznas. Hal ini menghambat upaya pengumpulan dana ZIS.
2. Persaingan dengan Lembaga Zakat Lain: Baznas tidak hanya bersaing dengan lembaga zakat lainnya, tetapi juga dengan individu atau kelompok yang melakukan penggalangan dana secara informal. Persaingan ini dapat mengurangi potensi donasi yang diterima oleh Baznas.
3. Keterbatasan Sumber Daya: Meskipun Baznas memiliki staf yang terlatih, keterbatasan dalam jumlah personel dan sumber daya finansial dapat membatasi kemampuan mereka untuk menjalankan program fundraising secara maksimal.
4. Kurangnya Inovasi dalam Strategi Fundraising: Jika Baznas tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tidak menerapkan inovasi dalam strategi fundraising,

5. Persaingan dengan Lembaga Zakat Lain: Baznas tidak hanya bersaing dengan lembaga zakat lainnya, tetapi juga dengan individu atau kelompok yang melakukan penggalangan dana secara informal. Persaingan ini dapat mengurangi potensi donasi yang diterima oleh Baznas.
6. Keterbatasan Sumber Daya: Meskipun Baznas memiliki staf yang terlatih, keterbatasan dalam jumlah personel dan sumber daya finansial dapat membatasi kemampuan mereka untuk menjalankan program fundraising secara maksimal.
7. Kurangnya Inovasi dalam Strategi Fundraising: Jika Baznas tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tidak menerapkan inovasi dalam strategi fundraising, mereka mungkin akan tertinggal dalam menarik perhatian muzakki baru.¹⁵¹
8. Tantangan dalam Komunikasi dan Sosialisasi: Upaya sosialisasi yang kurang efektif dapat mengakibatkan informasi tentang program-program Baznas tidak sampai kepada masyarakat. Hal ini dapat mengurangi partisipasi masyarakat dalam program zakat.

¹⁵¹ Wawancara dengan A. Haris Syarif, Wakil Kepala 1 bagian pengumpulan Danz ZIS, 14 Agustus 2025 pukul 13.40 WIB

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Baznas Kabupaten Tangerang

BAZNAS Kabupaten Tangerang dari sisi **Internal** memiliki kekuatan berupa legalitas resmi, dukungan pemerintah, struktur organisasi jelas, citra lembaga terpercaya, inovasi digital, dan SDM berpengalaman. Namun, masih terdapat kelemahan seperti keterbatasan SDM, infrastruktur teknologi, sosialisasi, serta ketergantungan pada dana ZIS. Dari sisi **eksternal**, terdapat peluang besar melalui jumlah penduduk yang tinggi, pertumbuhan ekonomi, dukungan regulasi, perkembangan digital, dan kerja sama lintas lembaga. Meski demikian, ancaman tetap ada berupa persaingan lembaga zakat lain, rendahnya literasi zakat, perkembangan teknologi yang cepat, isu kepercayaan publik, serta tantangan regulasi.

2. Strategi Baznas Kabupaten Tangerang menggunakan Analisis SWOT

BAZNAS Kabupaten Tangerang berperan strategis dalam penghimpunan dana ZIS dengan dukungan legalitas, struktur organisasi, pemerintah, dan citra yang kuat. Potensi zakat sangat besar, namun realisasi masih jauh dari target karena ketergantungan pada Ramadhan, kurangnya pemanfaatan teknologi, serta rendahnya literasi zakat. Untuk itu, BAZNAS perlu memperkuat strategi digital, meningkatkan sosialisasi, menjalin kerja sama lintas sektor, dan mengoptimalkan peran UPZ agar potensi zakat dapat tergarap maksimal dan berkelanjutan.

3. Faktor pendukung dan Penghambat pada Strategi Fundraising di Baznas Kabupaten Tangerang dalam meningkatkan perolehan Dana ZIS

BAZNAS Kabupaten Tangerang memiliki sejumlah faktor pendukung penting dalam strategi fundraising, antara lain keberadaan staf yang berpengalaman, struktur organisasi yang jelas, potensi zakat yang besar, dukungan pemerintah dan masyarakat, serta pemanfaatan teknologi digital. Faktor-faktor ini menjadi modal utama dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Namun demikian, terdapat pula faktor penghambat yang cukup signifikan, seperti rendahnya kesadaran masyarakat, persaingan dengan lembaga zakat lain, keterbatasan sumber daya, kurangnya inovasi strategi fundraising, serta tantangan dalam komunikasi dan sosialisasi. Dengan demikian, keberhasilan strategi fundraising BAZNAS sangat bergantung pada kemampuan memaksimalkan faktor pendukung yang ada serta mengatasi berbagai hambatan yang dihadapi.

B. SARAN

1. Kepada Lembaga Baznas Kabupaten Tangerang

Untuk menjaga kepercayaan publik, BAZNAS perlu memperkuat sistem monitoring, evaluasi, dan pelaporan dana yang transparan serta dapat diakses masyarakat. Hal ini juga menjadi strategi menghadapi isu kepercayaan publik yang sering muncul pada lembaga zakat. BAZNAS perlu mengembangkan platform fundraising berbasis teknologi, seperti aplikasi mobile, e-wallet, dan kampanye zakat digital, untuk menjangkau lebih banyak muzakki terutama generasi muda dan kalangan profesional.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Dapat menambahkan metode kuantitatif seperti analisis regresi atau survei lapangan untuk mengukur tingkat efektivitas strategi fundraising secara lebih terukur, terutama terkait kesadaran dan partisipasi muzakki. Tidak hanya terbatas pada BAZNAS Kabupaten Tangerang, tetapi juga membandingkan dengan BAZNAS kota/kabupaten lain atau lembaga zakat swasta untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

3. Untuk Masyarakat

Masyarakat Kabupaten Tangerang diharapkan lebih sadar akan pentingnya menuaikan zakat, infak, dan sedekah melalui BAZNAS agar dana ZIS dikelola secara profesional dan tepat sasaran. Pemanfaatan layanan digital, partisipasi aktif, serta kerja sama dengan UPZ diperlukan untuk mengoptimalkan potensi zakat dan meningkatkan kesejahteraan umat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, M. *Manajemen Zakat: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Zakat Press,2020.
- Aziz, Fathul Aminudin. *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2017.
- Bakar, Abu, & Muhammad. *Manajemen Organisasi Zakat*. Malang: Madani,2020.
- Bungin, B. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Daud Ali, M. (1998). *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*. Jakarta: Universitas Indonesia VI-Press.
- Fahmi, Didin Hafidhuddin. *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani,2008.
- Furqon, Ahmad. *Manajemen Zakat*. Semarang: Walisongo Press,2015.
- Hartono, Jogyianto. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi 6. Yogyakarta: BPFE,2015.
- Hasan, Ali. *Zakat, Pajak dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2023.
- Huda, Nurul. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Iqbal, Setyarso. *Manajemen Zakat Berbasis Korporat: Kiprah Lembaga Pengelolaan Zakat Pulau Sumatera*. Jakarta: Khairul Bayan, 2008.
- Ismail, Solihin. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga, 2008.

Jhon, A. Pearce II & Robinson Jr., R. B. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Terj. Nia Pramita Sari. Jakarta: Salemba Empat, 2016.

Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Jilid 10). Jakarta: Widya Cahaya, 2011.

Mardani, A. *Pengelolaan Zakat dan Inovasi Fundraising*. Yogyakarta: UMY Press, 2022.

al-Nawawi, *al-Majmu' Syarh al-Muhażżab*, Jilid V (Beirut: Dar al-Fikr, 1996)

Al-Qarāđawi, Yusuf. *Fiqh al-Zakah*: Beirut: Mu'assasah al-Risalah.

Ruslan, Rosady. *Metodologi Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.

Soehartono, Irwan. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2020.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.

Supriyadi, E. *Fundraising untuk Lembaga Zakat: Strategi dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta, 2022.

Al-Zuhaili, W. *Fiqih al-islam waadilatuhu*, Jilid III (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989) 2008.

Jurnal/Artikel Ilmiah

Afrina, D. (2020). "Manajemen Zakat di Indonesia sebagai Pemberdayaan Ekonomi Umat." *Ekbis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 201–212.

Ai, E. (2022). "Kemampuan Komunikasi Siswa pada Topik Penyajian Data di Pondok Pesantren." *Plusminus: Jurnal Pendidikan*.

- Alam, A. (2018). “Problems and Solutions for Zakat Management in Indonesia.” *Management Journal (Electronic Edition)*, 9(2), 128–136.
- Anwar, S. (2021). “Pengaruh Kesadaran Masyarakat terhadap Pengumpulan Zakat.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 50–65.
- Arianto, Y. (2021). “Telaah Biaya Produktifitas Pertanian Terhadap Zakat.” *Jurnal*, 2(2).
- Assa'diyah, H., & Pramono, S. (2020). “Kenapa Muzakki Percaya kepada Lembaga Amil Zakat?” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 7(1).
- Astuti, D., & Zulkifli. (2018). “Manajemen Pengelolaan Zakat di UPZ Instansi Pemerintah Provinsi Riau.” *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 15(1), 1–23.
- Bastian Salam, A. (2021). “Faktor-Faktor Rendahnya Kesadaran Hukum Masyarakat dalam Membayar Zakat Pertanian.” *Jurnal Ilmiah Kutei*, 20(2).
- Budi, R. (2020). “Strategi Pemasaran Zakat Melalui Media Sosial.” *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 9(3), 200–215.
- Canggih, et al. (2017). “Potensi dan Realisasi Dana Zakat Indonesia.” *Jurnal Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 14–26.
- Fahmi, A. (2019). “Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Zakat, Infaq, Shadaqah pada Lazismu Kota Medan.” *At-Tawassuth*, 4(1), 1–20.
- Hidayat, R. (2022). “Strategi Fundraising dalam Pengelolaan Zakat: Studi Kasus BAZNAS.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 5(2), 123–135.

- Hill, R. (2017). “Strategic Planning and Development Process of Municipal Education in Finland.” *Journal of Entrepreneurship and Business*, 1(12), 168–169.
- Jasmi, K. A. (2018). “Wasiat Allah SWT kepada Bani Israil: Surah Al-Baqarah (2:40–46).” *Program Budaya Al-Quran*, 10.
- Khairina, N. (2021). “Analisis Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa.” *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 160–184.
- Nopiardo, W. (2018). “Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.” *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 1(1), 57–71.
- Novac, C., & Ciochina, R. S. (2017). “Strategic Human Resources Management in the Romanian Organization.” *Cross-Cultural Management Journal*, 3(5), 107.
- Nugroho, A. T., et al. (2021). “Analisis Strategi Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki.” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(1), 77–85.
- Nurhasan, H., & Suwardi, E. (2020). “Analisis Akuntabilitas Publik Organisasi Pengelola Zakat.” *Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 1–22.
- Nasution, A. (2023). “Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(1), 45–60.
- Qusthoniah. (2015). “Zakat Hasil Pertanian Ditinjau dari Pendekatan Tafsir, Hadis, dan Fiqh.” *Jurnal*, 3(2).

- Rahman, F. (2022). "Edukasi Masyarakat tentang Zakat: Tantangan dan Peluang." *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 8(3), 201–215.
- Sari, D. (2020). "Analisis SWOT dalam Pengelolaan Zakat: Studi Kasus BAZNAS." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 6(1), 78–90.
- Surya Nugroho, A. A. N. (2019). "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi." *Economic Education Analysis Journal*, 8(3).
- Syafiq, A. (2015). "Zakat untuk Ibadah Sosial." *Jurnal Ziswaf*, 2(2).
- Wahyudin. (2020). "Sosialisasi Zakat untuk Menciptakan Kesadaran Berzakat Umat Islam." *Jurnal Masyarakat dan Filantropi Islam*, 1(1), 17–20.
- Wibowo, S. (2021). "Keterlibatan Masyarakat dalam Pengumpulan Zakat." *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 12(2), 150–165.
- Zainuddin, M. (2020). "Inovasi dalam Fundraising Zakat: Pendekatan dan Strategi." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(4), 300–315.
- Website & Sumber Internet
- BAZNAS. (2021). *Laporan Tahunan BAZNAS Kabupaten Tangerang 2020*. Diakses dari: www.baznas.go.id.
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. (2021). "Menko PMK: Fokus Si Miskin, Zakat Bisa Pulihkan Ekonomi Nasional." Jakarta: Kemenkopmk.
- Khoeron, M. (2023). "Kemenag Rilis 108 Lembaga Pengelola Zakat Tidak Berizin." Jakarta: Kemenag.
- Penelitian Empiris: Definisi, Jenis, Ciri, Tujuan, dan Contoh. (2024). *penerbitdeepublish.com*. Diakses 15 Maret 2024 pukul 12.20 WIB.

Penerbit Deepublish. (2024). *Penelitian Empiris: Definisi, Jenis, Ciri, Tujuan, dan Contoh*. Diakses 15 Maret 2024 pukul 12.20 WIB dari <https://penerbitdeepublish.com>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Penelitian



INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ir. H. Juanda No. 70 Ciputat, Tangerang Selatan 15419 Tel. (021) 74705154 Fax. (021) 7402 703
www.iiq.ac.id fsei@iiq.ac.id fsel_iiqjakarta

No : 101/SPM/FSEI/IV/2025

Tangerang Selatan, 22 April 2025

Lamp :-

Hal : *Permohonan Izin Penelitian*

Kepada Yth.

BAZNAS Kabupaten Tangerang

di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam silaturrahmi kami sampaikan, semoga Bapak/Ibu dalam menjalankan aktifitas sehari-hari senantiasa mendapatkan bimbingan dan ma'unah Allah SWT. Amin.

Selanjutnya, dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW), kami mohon dengan hormat kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan waktu untuk Penelitian dan sekaligus memberikan data-data yang diperlukan kepada mahasiswa:

Nama : Nurul indah Fitriani
No Pokok : 21120053
Judul Skripsi : "Analisis SWOT Terhadap Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Dana ZIS di Kabupaten Tangerang"

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Syarif Hidayatullah, M.A

Contact Person: 0882-9814-5381 (Nurul indah Fitriani)

1. Surat Pernyataan telah melakukan Penelitian



Nomor : 087/BAZNAS-KAB/V/2025

Tangerang, 16 Mei 2025

Lampiran :

Perihal : Balasan Surat Izin Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta

di

Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Teriring Salam semoga kita senantiasa mendapat bimbingan dan lindungan Allah SWT dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin.

Menindaklanjuti surat dari Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Nomor: 101/SPM/FSEI/IV/2025 Perihal: Permohonan Izin Penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi dengan judul penelitian "**Analisis SWOT Terhadap Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Dana ZIS di Kabupaten Tangerang**", maka dengan ini kami BAZNAS Kabupaten Tangerang memberikan izin untuk melakukan penelitian kepada :

No.	Nama	Nomor Pokok	Program Studi
1	Nurul Indah Fitriani	21120053	Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW)

Demikian surat balasan ini disampaikan, atas kerjasamanya kami ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Drs. H. Achmad Nawawi, M.Si

2. Transkrip Wawancara

Narasumber : A. Haris Syarif Mansyur, S.H., M.H.

Jabatan : Wakil Ketua I Bidang Pengumpulan Dana ZIS

Tanggal : 14 Agustus 2025 pukul 13.40 WIB

1. Bagaimana strategi fundraising yang saat ini digunakan oleh BAZNAS Kabupaten Tangerang dalam menggalang dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS)?

Jawaban: kami saat ini melakukan strategi Fundraising dengan berbagai cara yaitu salah satunya dengan Memelihara hubungan dengan pelanggan atau muzakki yang sudah ada itu sangat penting, dalam Pengelolaan yang baik terhadap muzakki yang sudah ada akan mencegah kami untuk kehilangan potensi donatur yang telah ada. Meskipun ada upaya untuk mempertahankan muzakki lama, tantangan dalam mencari dan mengelola data muzakki baru tetap ada. Hal ini memerlukan tim yang profesional untuk mengidentifikasi potensi muzakki baru. Baznas Kabupaten Tangerang telah menyusun rencana pelaksanaan pengumpulan dana melalui sosialisasi dan edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar zakat. Dalam upaya sosialisasi fundraising, kami melakukan pendekatan langsung kepada pimpinan daerah dan kepala dinas yang ada di kabupaten Tangerang untuk memperkenalkan profil dan program-program Baznas. Kami juga melakukan konsolidasi dengan UPZ di seluruh kecamatan maupun dinas-dinas melakukan kordinasi untuk pemantapan kinerja. Kami juga ada proses fundraising digitalisasi dengan konten creator juga. dan tahapan terakhir kami juga memastikan atau melakukan controlling terhadap pelaksanaan itu supaya berjalan dengan baik, termasuk dalam memelihara muzaki lama itu kami melakukan ada Namanya rekonsiliasi data kami komunikasikan bahwa muzaki

lama tersebut sudah bayar zakat atau belum, dalam pengumpulan dana zakat ini banyak yang dari zakat profesi juga .

2. Bagaimana kecukupan infrastruktur dan bagaimana kecukupan SDM dan kompetensinya di baznas dari tahun 2023-2025? Dan sebutkan program2 yang sudah terlaksana dan yang belum terlaksana ?

Jawaban : ya kalu sdmnya semua bidang tersedia, kita ada 4 bidang yaitu bidang pengumpulan , pendistribusian, keuangan dan bidang umum dan sdm , untuk staffnya itu sudah lama dan sdmnya itu sudah mengikuti pelatihan-pelatihan baznas dan sudah professional, untuk program kita ada 5 program ada program sosial atau kemanusian missal rutin di bulan Ramadhan bagi-bagi sembako , ada juga program Kesehatan salah satunya itu menyiapkan klinik gratis di kantor baznas kabupaten Tangerang , ada juga program ekonomi seperti pembagian grobak atau modal untuk mendukung modal usaha mustahik , ada juga BMD yaitu baznas microfinance desa itu sudah dari aspek ekonomi, ada juga program membangun rumah layak huni bagi para mustahik termasuk guru ngaji atau marbot ya mustahik-mustahik lainnya lah ,Pembangunan rumah layak huni ini dibangun setahun 100 rumah ,ada juga bantuan beasiswa satu desa satu sarjana. Hampir semua program dalam rancangan baznas ini alhamdulillah sudah terlaksana.

3. Apa tantangan atau kelemahan yang sering dihadapi BAZNAS dalam proses penghimpunan dana ZIS?

Jawaban: kalo bicara tantangan itu kn begini, yang utama itu dalam tujuan sosialisasi supaya membangun kesadaran Masyarakat agar orang sadar membayar dan bayar zakat lewat baznas, nah yang utama ini belum semua Masyarakat punya kesadaran membayar zakatnya di baznas jadi masih sedikit, potensi zakat di kabupaten ini 3,8 T kami 2024 baru berhasil mengumpulkan 9 M belum ada 0,01 %, jadi tantangannya itu susahnya membangun kesadaran masyarakat agar membayar zakat lewat baznas.

4. Bagaimana target pasar fundrising di baznas kabupaten Tangerang?

Jawaban: ya gini kalo kami bisa gambarkan, awalnya kami hanya bisa mengumpulkan 3,5 M kemudian tahun kedua itu 2021 itu 5 M 2022 itu 7 M baru 2024 itu sudah 9 M nah tahun 2025 itu kita targetkan 15 M, soal potensi pasarnya besar itu potensinya 3,8 T ini baru masuk sektor pemerintah, nanti kita bakal masuk sektor swasta.

5. Bagaimana Langkah-langkah baznas kabupaten dalam mengedukasi Masyarakat sebagai Upaya sadar zakat?

Jawaban: kita lakukan sosialisasi ,edukasi dan literasi kepada Masyarakat 3 aspek ini tentu kita harus mencari strategi yang lebih jitu ga mungkin kita setiap orang hadir disini tapi paling tidak ada pendekatan yang tepat , misalnya indirect dengan menggunakan teknologi digital ini kita sosialisakan dengan bentuk yang menarik agar Masyarakat tertarik membayar zakat dan permudah dengan qris dan dengan yang direct kita melakukan silahturahim dengan berbagai Lembaga yang baik pemerintah maupun swasta , ya nanti ada proses sosialisasi ini kalau sudah sekian lama gam masuk-masuk juga kami kerja sama dengan pemerintah agar Bersama-sama membangun kesadaran orang untuk membayar zakat lewat baznas

6. Apa saja kelebihan atau kekurangan strategi yang dimiliki baznas kabupaten dalam hal Fundrising?

Jawaban: kalau kelebihan itu gini, baznas in ikan Lembaga pemerintah, Lembaga pemerintah dalam melaksanakan pengumpulan zakat itu lebih mudah dipercaya oleh Masyarakat, yang kedua baznas ini kan sudah mapan punya jaringan yang cukup luas, sehingga karena jaringannya cukup luas jadi mempermudah dalam proses pengumpulan. kalau kelemahannya itu ya tadi belum banyaknya Masyarakat yang memiliki kesadaran membayar zakat di baznas, jadi orang juga suka membandingkan antara Lembaga zakat swasta dengan Lembaga zakat pemerintah.

7. Apakah dengan cara strategi yang sekarang itu sudah efektif atau belum pak ?

Jawaban : ya menurut kami efektif , buktinya setiap tahun pengumpulan itu meningkat disbanding dengan tahun lalu, yang penting kita bisa konsisten kemudian membangun kepercaya setiap stakeholder di baznas.

Pewawancara

Narasumber

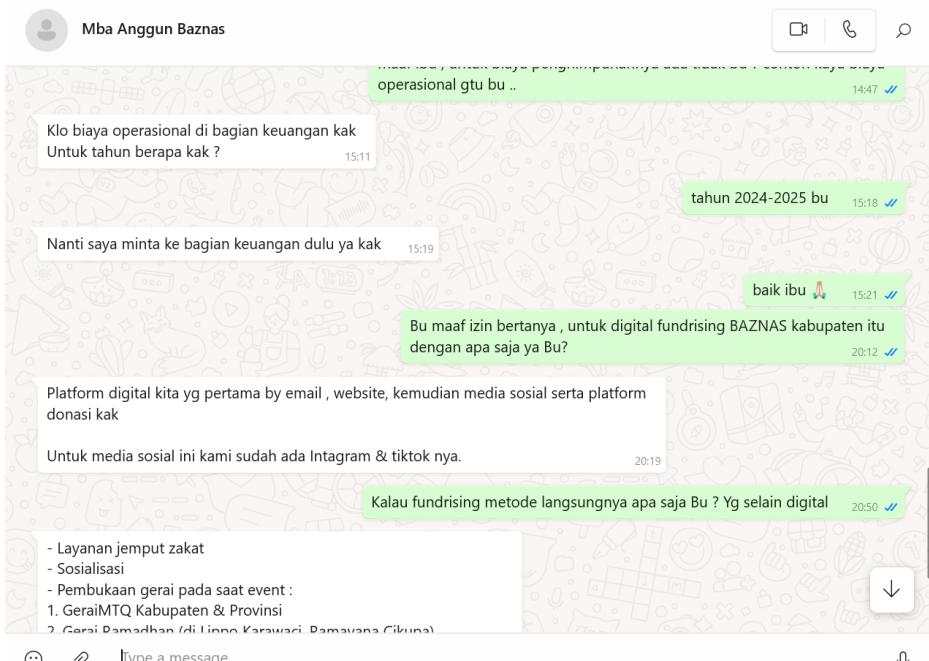
Nurul Indah Fitriani

A.Haris Syarif, S.H, M.H

Lampiran 2: Dokumentasi



Wawancara dengan Wakil ketua I Bidang pengumpulan Zakat



Wawancara dengan ketua bagian Fundraising

3. Surat Keterangan Cek Hasil Plagiarisme



**PERPUSTAKAAN
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA**

Jl. Ir. H. Juanda No.70, Tangerang Selatan Banten 15419 Telp. (021) 74795154 Fax. (021) 7402 705
Email : iiq@iiq.ac.id Website : www.iiq.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIARISME
Nomer : 020/Perp.IIQ/SYA.MZW/VIII/2025

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Seandy Irawan
Jabatan : Perpustakaan

NIM	21120053	
Nama Lengkap	NURUL INDAH FITRIANI	
Prodi	MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF (MZW)	
Judul Skripsi	ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DALAM MENINGKATKAN DANA ZIS DI KABUPATEN TANGERANG (STUDI BAZNAS KABUPATEN TANGERANG)	
Dosen Pembimbing	MULFI AULIA, M.A.	
Aplikasi	Turnitin	
Hasil Cek Plagiarisme (yang diisi oleh staf perpustakaan untuk melakukan cek plagiarismen)	Cek 1: 16%	Tanggal Cek 1: 26 AGUSTUS 2025
	Cek 2:	Tanggal Cek 2:
	Cek 3:	Tanggal Cek 3:
	Cek 4:	Tanggal Cek 4:
	Cek 5:	Tanggal Cek 5:

Sesuai dengan ketentuan Kebijakan Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta Nomor: 03/A.1/IIQ/L/2021 yang menyatakan batas maksimum similarity skripsi mahasiswa sebesar 35%, maka hasil skripsi di atas dinyatakan bebas plagiarisme.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang Selatan, 26 Agustus 2025
Petugas Cek Plagiarisme



Seandy Irawan, S.I.P



16% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 20 words)

Top Sources

15%		Internet sources
4%		Publications
8%		Submitted works (Student Papers)



RIWAYAT HIDUP



Nurul Indah Fitriani, lahir di Tangerang pada 23 Januari 1999. Pendidikan dimulai di MIN Kadujaya, Tangerang, pada tahun 2005 dan diselesaikan pada 2011. Setelah itu melanjutkan ke MTs Al-Husna Curug, Tangerang, hingga tahun 2014. Jenjang berikutnya ditempuh di SMAN 15 Panongan, Tangerang, yang diselesaikan pada tahun 2017, bersamaan dengan pembinaan keagamaan di Pondok Pesantren Siroj El-Qori, Serdang Kulon, Tangerang.

Studi Strata Satu kemudian dipilih pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Syariah, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, dimulai pada tahun 2021 dan selesai pada tahun 2025.

Selain berfokus pada pendidikan formal, pengalaman organisasi turut memperkaya perjalanan hidup. Tahun 2023 tercatat aktif sebagai anggota Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Cabang Tangerang Selatan, dengan amanah tambahan sebagai Koordinator Bidang Media. Kegiatan sosial juga menjadi bagian penting, dibuktikan dengan keterlibatan sebagai relawan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Langkah Amanah sejak awal Ramadan 2024 hingga 2025.

