

## Manajemen *Fundraising* dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara

Rahmad Nur Munthe<sup>1</sup>, Mailin<sup>2</sup>, Erwan Efendi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email : [rahmadnurmthe@gmail.com](mailto:rahmadnurmthe@gmail.com)<sup>1</sup>, [mailin@uinsu.ac.id](mailto:mailin@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>, [erwanefendi@uinsu.ac.id](mailto:erwanefendi@uinsu.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui manajemen fundraising dalam meningkatkan kepercayaan muzakki pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik analisisnya adalah deskriptif kualitatif, dengan menjabarkan secara sistematis hasil wawancara dan pengamatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, program-program Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara terdapat 4 pilar, yaitu pilar ekonomi dan pemberdayaan, pilar pendidikan, pilar sosial dan dakwah, serta pilar kesehatan. *Kedua*, manajemen yang diterapkan Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara dalam meningkatkan kepercayaan muzakki adalah dari segi pelaksanaan dilakukan dengan komunikasi, pelayanan dan metode langsung (*direct fundraising*) serta metode tidak langsung (*indirect fundraising*). Sedangkan dari segi evaluasi yang diterapkan meliputi evaluasi mingguan, bulanan, per semester dan tahunan. *Ketiga*, faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan kepercayaan muzakki, yaitu faktor pendukung seperti, tersebarnya informasi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa, mempunyai program unggulan dan banyaknya mitra komunitas. Sedangkan faktor penghambat seperti, kurangnya komunikasi promosi, pemahaman tentang zakat masih rendah, dan muzakki memiliki penyaluran zakat sendiri.

**Kata kunci:** *Dompot Dhuafa, Lembaga Amil Zakat, Manajemen Fundraising, Muzakki.*

### *Fundraising Management in Increasing Muzakki's Confidence in the North Sumatra Branch of the Amil Zakat Dompot Dhuafa Institution*

#### Abstract

*This research is to determine fundraising management in increasing muzakki's trust in the Amil Zakat Dompot Dhuafa Institution, North Sumatra Branch. This study uses a type of field research (field research) with a descriptive qualitative approach. Collecting data through observation, interviews and documentation. The data used in this study are primary data and secondary data. While the analysis technique is descriptive qualitative, by systematically describing the results of interviews and observations. The results of this study indicate that: First, the Dompot Dhuafa North Sumatra Branch programs have 4 pillars, namely the economic pillar and empowerment, the education pillar, the social and da'wah pillar, and the health pillar. Second, the management applied by Dompot Dhuafa North Sumatra Branch in increasing muzakki's trust is in terms of implementation carried out by communication, service and direct methods (direct fundraising) as well as indirect methods (indirect fundraising). Meanwhile, in terms of evaluation, it includes weekly, monthly, semester and*

*annual evaluations. Third, the supporting and inhibiting factors in increasing muzakki's trust, namely supporting factors such as the dissemination of information on the Amil Zakat Dompot Dhuafa Institute, having excellent programs and the number of community partners. While the inhibiting factors such as lack of promotional communication, understanding of zakat is still low, and muzakki have their own distribution of zakat.*

**Keywords:** *Dompot Dhuafa, Amil Zakat Institution, Fundraising Management, Muzakki.*

## PENDAHULUAN

Salah satu wujud peningkatan peran serta umat Islam dalam pembangunan nasional yang sejalan dengan rukun Islam adalah dalam bentuk pemberian zakat. Zakat merupakan kewajiban bagi setiap Muslim yang terdapat dalam rukun Islam setelah Syahadat dan Shalat yang merupakan ajaran yang sangat penting bagi kaum muslimin yang memiliki harta benda yang mampu untuk membayarnya dan diperuntukkan bagi mereka yang berhak menerimanya sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh hukum Islam, sehingga zakat merupakan sumber dana potensial yang perlu dikelola secara profesional (Harahap & Pohan, 2022).

Kini ajaran Zakat menjadi salah satu sektor yang mulai digali dari berbagai dimensinya oleh pakar dan cendekiawan Muslim. Zakat menjadi perwujudan ibadah seseorang kepada Allah swt. sekaligus sebagai perwujudan seseorang yang peduli sosial ibadah, dan juga bisa dikatakan seseorang yang telah berzakat mempererat hubungan kepada Allah (*hablumminallah*) dan hubungan sesama manusia (*hablumminannas*). Dengan demikian pengabdian kepada Allah Swt adalah inti dari ibadah zakat (Asniani & Zubaedi, 2010: 1).

Zakat melatih manusia agar merasa lebih tinggi dari hartanya sehingga tidak menjadi budak hartanya dan zakat hadir untuk mensucikan dan membersihkan orang yang memberikan hartanya dan orang yang menerimanya. Selain itu, zakat juga menjadi jembatan yang mengikat untuk golongan kaya dan golongan miskin di mana zakat dapat menjernihkan jiwa, membuat hati menjadi baik, menciptakan rasa aman, cinta dan persaudaraan (Muhammad, 2012).

Yusuf Qardhawi menukil penjelasan Imam Mawardi yang menjelaskan mengapa kewajiban tersebut disebut zakat, karena harta akan bertambah karenanya, sesuai dengan makna zakat itu sendiri, serta melindungi dari marabahaya. Demikian halnya dengan pendapat Ibnu Taimiah, "*jiwa orang yang berzakat akan bersih dan hartanya akan bertambah sebagaimana etimologi zakat yang berarti bersih dan bertambah*". Tumbuh dan bersih tidaklah terbatas pada harta saja, tetapi dua makna tersebut juga mencakup jiwa yang mengeluarkan zakat (Kemenag RI, 2013).

Berdasarkan data statistik zakat Indonesia, total dana zakat pada tahun 2018 adalah sebesar lebih dari 8,1 triliun rupiah. Angka ini menunjukkan adanya selisih 1,9 triliun rupiah lebih besar jika dibandingkan dengan tahun 2017 yang berkisar dari 6,2 triliun rupiah (Mahfudz, 2021: 12). Menurut data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) (2020: 25), potensi zakat di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 233,84 triliun rupiah. Dari data tersebut dapat dinilai potensi zakat di Indonesia tentu ini angka yang cukup besar dan sangat disayangkan jika dana zakat tidak dihimpun atau dikelola dengan baik.

Penghimpunan dana zakat selalu menjadi tema penting dalam pengelolaan dana zakat, hal ini dikarenakan pengumpulan dana zakat (*Fundraising*) adalah salah satu kunci

penggerak kesuksesan sebuah organisasi pengelola zakat (OPZ). Perkembangan organisasi pengelola zakat (OPZ) dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan peningkatan kualitas para amilnya. Hal ini berbanding lurus dengan pendapatan yang diperoleh organisasi pengelola zakat(OPZ) dan tingkat kesadaran masyarakat untuk menunaikan kewajiban zakatnya. Semakin banyak organisasi pengelola zakat (OPZ) bermunculan semakin banyak pula dana masyarakat yang bisa dikelola.

Logikanya, semakin profesionalisme organisasi pengelola zakat (OPZ), semakin baik pula layanan yang diberikan kepada para muzakki. Kepuasan muzakki dalam mengeluarkan zakatnya tergantung bagaimana kualitas tingkat pelayanannya. Demikian juga tingkat profesionalitas dan kualitas pelayanan sebuah organisasi pengelola zakat (OPZ) akan mempengaruhi banyak hal, seperti tingkat kepercayaan masyarakat muslim kepada lembaga tersebut.

Tidak ada kepercayaan merupakan salah satu persoalan dari organisasai pengelola zakat (OPZ) sehingga menjadi penghalang bagi muzakki untuk membayarkan zakatnya melalui lembaga zakat. Akibatnya sebagian mereka memilih memberikan zakatnya secara tradisional atau secara langsung kepada mustahik. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku kepatuhan membayar zakat dan pengelolaan manajemen dana zakat yang baik sangatlah penting bagi lembaga pengelola zakat dalam rangka optimalisasi penghimpunan dana zakat (April, 2019: 1). Maka dari itu, Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Dhuafa cabang Sumatera Utara hadir sebagai salah satu ikhtiar untuk meningkatkan kepercayaan muzakki khususnya yang ada di Sumatera Utara.

Dompot Dhuafa merupakan lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berdiri sejak tahun 1993 (Erie, 2017: 2), yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf) Dompot Dhuafa akan terus mewujudkan masyarakat yang berdaya guna yang bertumpu pada sumber daya lokal melalui sistem yang berkeadilan. Dana ZISWAF dan dana sosial lain yang terhimpun disalurkan dalam beragam bentuk program sosial, pendidikan, kesehatan, pelayanan dhuafa, penanganan bencana, pemberdayaan ekonomi masyarakat, pelatihan masyarakat, kelembagaan ekonomi, peternakana, pertanian, dan kredit mikro di seluruh Indonesia.

Pada tanggal 2 April 2000 Yayasan Peduli Ummat Waspada berdiri dan diprakarsai oleh Eri Sudewo dari Dompot Dhuafa, Hj. Rayati Syafrin dari Waspada, Almawerdi Rachman dari Indosat, Yahya Arwiyah dari Telkom, Amiur Nuruddin dari IAIN Sumatera Utara serta tokoh masyarakat Sumatera Utara lainnya. Pada tahun yang sama resmi menjadi perwakilan Dompot Dhuafa untuk daerah Sumatera Utara. Pada tanggal 29 Juni 2002, Peduli Ummat Waspada Resmi menjadi Lembaga Amil Zakat Daerah Sumatera Utara. Pada tanggal 30 April 2013, resmi menjadi Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara.

Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara sendiri mempunyai beberapa program yaitu Pendidikan dan dakwah, kesehatan, ekonomi dan pemberdayaan, sosial dan kemanusiaan. Berdasarkan program-program yang dilakukan Dompot Dhuafa diharapkan hal ini dapat meningkatkan kepercayaan muzakki pada lembaga amil zakat, sehingga kepercayaan muzakki tersebut dapat mempengaruhi pada proses pengumpulan dana (*Fundraising*), oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dari permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Alasan mendasar penggunaan metode ini ialah sesuai dengan upaya peneliti untuk mendeskripsikan manajemen *fundraising* dalam meningkatkan kepercayaan *muzakki* pada lembaga amil zakat Dompot Dhuafa cabang Sumatera Utara. Informan penelitian meliputi pimpinan, supervisor *fundraising & marketing*, manajer program Dompot Dhuafa cabang Sumatera Utara, serta masyarakat yang tergolong *muzakki* pada lembaga amil zakat. Pengumpulan data penelitian menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya, data dianalisa menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan (Assingkily, 2021; Moleong, 2002). Akhirnya, data dinyatakan absah apabila sudah memenuhi kriteria kredibilitas, kapabilitas, dependabilitas dan konfirmabilitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Sejarah Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara*

Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF, serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan atau lembaga tentang sistem program pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial kemanusiaan dan dakwah.

Dompot Dhuafa cabang Sumatera Utara ini didirikan pada Tanggal 2 april 2000 Yayasan Peduli Ummat Waspada berdiri diprakarsai oleh Eri Sudewo dari Dompot Dhuafa, Hj. Rayati Syafrin dari Waspada, Almawerdi Rachman dari Indosat, Yahya Arwiyah dari Telkom, Prof. Dr. Amiur Nuruddin, MA dari IAIN Sumatera Utara serta tokoh masyarakat Sumut lainnya, tanggal 29 juni 2002 Peduli Ummat Waspada Resmi menjadi Lembaga Amil Zakat Daerah Sumatera Utara dengan SK Gubsu No. 451.12/4705 pada tahun yang sama resmi menjadi perwakilan, tanggal 30 April 2013 resmi menjadi Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara.

Kaum dhuafa adalah golongan manusia yang hidup dalam kemiskinan, kesengsaraan, kelemahan, ketakberdayaan, ketertindasan, dan penderitaan yang tiada putus. Hidup mereka yang seperti itu bukan terjadi dengan sendirinya dan bukan kemaunnya mereka tanpa adanya faktor yang menjadi penyebabnya. Maka, adanya kaum dhuafa telah menjadi realitas dalam sejarah kemanusiaan, dari itu dompet duaafa waspada ingin dapat membantu dan memberikan pelayanan yang baik kepada kaum duaafa yang merasakan ekonomi yang krisis dan pendidikan, kesehatan hingga sosial, dengan itulah dompet duaafa cabang Sumatera Utara ingin membantunya sesuai keislaman dan kemanusiaan tanpa adanya imbalan.

### *Analisis Hasil Penelitian*

Seiring dengan perintah Allah kepada umat Islam untuk membayarkan zakat, Islam mengatur dengan tegas tentang pengelolaan harta zakat. Manajemen Zakat yang ditawarkan oleh Islam dapat memberikan kepastian keberhasilan dana zakat sebagai dana umat Islam. Seperti yang tertera dalam Q.S At-Taubah ayat 103 dijelaskan dalam Al-Quran bahwa Allah memerintahkan Allah dan Rasulnya untuk memungut zakat.

Dalam operasional zakat, Rasulullah telah mendelegasikan tugas tugas tersebut dengan menunjuk amil zakat. Penunjukan amil zakat memberikan pemahaman bahwa zakat bukan diurus oleh perorangan melainkan dikelola secara profesional dan terorganisir. Amil zakat memiliki tanggung jawab terhadap tugasnya yaitu, memungut, menyimpan dan mendistribusikan harta zakat kepada yang berhak menerimanya

McKnight menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun *trusting belief*. *Trusting belief* adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* merupakan persepsi pihak yang percaya/muzakki terhadap pihak yang dipercaya/dompot dhuafa cabang Sumatera Utara yang mana lembaga memiliki karaktersitik yang akan menguntungkan muzakki.

Tiga elemen *Trustin belief* tersebut yaitu *pertama* kebaikan, sikap baik merupakan syarat yang harus dimiliki oleh setiap amil zakat untuk meyakinkan calon muzakki terhadap lembaga amil zakat. Dengan sikap yang baik yang dimiliki oleh amil zakat dapat meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga amil zakat. *Kedua* integritas, baik saja belum cukup untuk pengelola zakat jika tidak diiringi dengan sifat integritas terhadap lembaga. Integritas amil zakat menjadi pertimbangan penting bagi calon muzakki untuk menyalurkan zakatnya. Integritas yang dimaksud disini adalah memiliki komitmen menjalankan seluruh amanah yang diberikan, tanggung jawab, dan patuh terhadap syariat Islam. *Ketiga* kompetensi, menjadi seorang amil zakat membutuhkan keahlian dan kemampuan dalam mengelola dana zakat yang telah dihimpun dari masyarakat.

Menurut Yusuf Qordawi kompetensi yang harus dimiliki amil zakat untuk mewujudkan manajemen lembaga yang baik yaitu, kompetensi ilmu fiqh zakat, kompetensi menghitung zakat, kompetensi *marketing* atau pemasaran, kompetensi *public speaking*, kompetensi manajemen *fundraising* zakat, dan kompetensi pendayagunaan zakat. Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara memiliki tujuan untuk dapat menjadi model Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang berintegritas dan kompeten. Maka dari itu perlulah melakukan pengoptimalan dalam semua bentuk program kerja, termasuk dalam hal *fundraising* zakat agar standarisasi Lembaga Amil Zakat dapat terwujud.

Di antara cara yang dilakukan Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara dalam manajemen *fundarising* untuk meningkatkan kepercayaan muzakki dan jumlah donasi yaitu sebagai berikut: *Pertama*, Memahami Karakter Donatur. Ketertarikan donatur dalam berdonasi tidaklah sama, perbedaan tersebut dapat dilihat dari jenis program penyaluran donasi yang mereka pilih. Memahami karakter donatur dengan memaksimalkan dalam penggunaan media *online* ataupun *offline*, maka kegiatan *fundraising* akan lebih tepat sasaran dan dapat meningkatkan kepercayaan muzakki.

*Kedua, Maintenance Donature*. Cara mempertahankan donatur dengan memberikan pelayanan terbaik dan menjalin kedekatan emosional kepada donatur. Bagi Lembaga Amil Zakat *Maintenance* ini sangat penting, karena dengan ini kedekatan terhadap donatur akan terjalin, kepercayaan donatur juga akan didapatkan. Salah satu usaha untuk *Maintenance* Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Uatara terhadap donatur/muzakki adalah melalui laporan konsolidasi yang diberikan setiap 3 bulan sekali kepada donatur/muzakki tersebut.

*Ketiga*, Memaksimalkan Program. Dompot Dhuafa Cabanag Sumatera Utara terus membuat program-program yang menarik yang eksis dan unik sesuai dengan perkembangan dan kondisi yang ada. Misalnya seperti program dibulan Ramadhan, yaitu

membuka gerai zakat, kegiatan melukis senyum yatim dan dhuafa, khatam quran yatim dan dhuafa, khitanan massal gratis dan lai-lain.

*Keempat*, Memaksimalkan Pemanfaatan Media Iklan. Upaya yang dilakukan pada tahap ini yaitu memaksimalkan penggunaan media, baik media sosial atau media cetak. Seperti *Facebook, Instagram, Tiktok*, spanduk, buletin, banner dan media lainnya dalam mempromosikan kegiatan-kegiatan apa saja yang ada pada Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara. Informasi yang dibagikan di kemas dengan semenarik mungkin sehingga dapat menarik minat masyarakat dan bersedia menjadi donatur.

## SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa *pertama*, program-program Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara terdapat 4 pilar, yaitu pilar ekonomi dan pemberdayaan, pilar pendidikan, pilar sosial dan dakwah, serta pilar kesehatan. *Kedua*, manajemen yang diterapkan Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara dalam meningkatkan kepercayaan muzakki adalah dari segi pelaksanaan dilakukan dengan komunikasi, pelayanan dan metode langsung (*direct fundraising*) serta metode tidak langsung (*indirect fundraising*). Sedangkan dari segi evaluasi yang diterapkan meliputi evaluasi mingguan, bulanan, per semester dan tahunan. *Ketiga*, faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan kepercayaan muzakki, yaitu faktor pendukung seperti, tersebarnya informasi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa, mempunyai program unggulan dan banyaknya mitra komunitas. Sedangkan faktor penghambat seperti, kurangnya komunikasi promosi, pemahaman tentang zakat masih rendah, dan muzakki memiliki penyaluran zakat sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- April, P. (2009). *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta: Teras.
- Asniani, A., & Zubaedi, Z. (2010). *Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Assingkily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020). *Outlook Zakat Indonesia 2017-2020*. Jakarta: Puskes BAZNAS.
- Erie, S. (2017). *DD Way*. Jakarta: Republika bekerjasama dengan Penerbit PT Pustaka Abdi Bangsa.
- Harahap, G. R. A., & Pohan, S. (2022). "Pemahaman Masyarakat Kelurahan Harjosari I Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi di Bank Syariah" *Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 39-46. <https://zia-research.com/index.php/abdicendekia/article/view/45>.
- Kementerian Agama RI. 2013. *Panduan Zakat Praktis*. Direktorat Pemberdayaan Zakat. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Mahfudz, A. (2021). *Strategi Digital Fundraising: Zakat, Infak dan Sedekah serta Penyalurannya di Indonesia*. Tulungagung: Biru Atma Jaya.
- Moleong, L. J. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad bin Ibrahim bin Abdullah At-Tuwaijiri. (2012). *Ensiklopedia Islam Al-Kamil*. Jakarta: Darus Sunnah Press.