

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* berarti jenderal. Secara istilah, strategi adalah seni para jenderal yang menunjuk pada ketertarikan utama manajemen puncak organisasi sehingga sasaran utamanya tercapai. Umumnya, strategi adalah suatu ilmu, seni, cara, dan perencanaan guna mencapai tujuan yang diraih oleh organisasi, lembaga atau perusahaan dengan menggunakan kemampuan sumber dayanya secara efektif.¹⁵

Kata “strategi” dalam kamus besar bahasa Indonesia mempunyai beberapa arti, antara lain:

- 1) Ilmu dan seni mengembangkan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.
- 2) Ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam kondisi perang atau dalam kondisi yang menguntungkan.

¹⁵Zalika Fauzadkk, *Strategi Fundraising Dana Zakat Infaq Sedekah Dan Wakaf (Ziswaf) Pada E-Commerce Linkaja Syariah*, CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis Vol.3, No.1 Februari 2023, h. 173-174

3) Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁶

2. 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:

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 lingkungan internal yang meliputi kelebihan dan kekurangan dan analisis eksternal yang 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

Setelah melakukan perumusan strategi, tahap yang selanjutnya yaitu dengan mengimplementasikan strategi tersebut dengan cara penugasan dan pendelegasian wewenang kepada tingkat manajemen dibawahnya.

¹⁶Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal . 1515

Didalamnya termasuk pembentukan struktur, penentuan anggaran dan pemanfaatan sumber daya. Dalam tahapan pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan sangat membutuhkan komitmen, koordinasi, kolaborasi dan komunikasi dari seluruh tingkatan manajemen.

c. 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. Dalam tahap evaluasi, setidaknya ada tiga aktifitas yang dilakukan, yaitu:

- 1) Meninjau faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar asumsi penentuan strategi.
- 2) Mengukur kinerja yang sudah dijalankan. Yaitu dengan membandingkan ekspektasi dengan kenyataan.
- 3) Mengambil sebuah tindakan perbaikan apabila terjadi ketidaksesuaian, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pelaksanaan sesuai rencana.¹⁷

¹⁷Muhammad Zainul Ilyas, *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Daarut Tauhiid Peduli (Dt Peduli) Cabang Jakarta*, Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2019, h. 20-21

B. Fundraising

1. Pengertian Fundraising

Dalam kamus Inggris-Indonesia fundraising diartikan sebagai pengumpulan dana atau penghimpunan dana, sedangkan dalam kamus besar Indonesia, yang dimaksud dengan pengumpulan dana atau penghimpunan dana adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, penghimpun, penyerahan. Penghimpunan dana dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.¹⁸

Fundraising adalah cara untuk menyampaikan suatu gagasan atau ide melalui sebuah produk atau program yang ditawarkan dengan cara mengedukasi, sosialisasi, promosi maupun transfer informasi untuk menciptakan kesadaran calon donatur. Dengan kata lain fundraising dapat diartikan sebagai penggalangan dana¹⁹

¹⁸Faozan Amar, *Digital Fundraising Zakat*, (Yogyakarta: IB Pustaka, 2023), h.36-37

¹⁹Husniati Salmadan Dede Nurohman, *Strategi Digital Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah Serta Penyalurannya Di Indonesia*, (Tulungagung : Biru Atma Jaya, 2021), h.76-77

2. Tujuan Fundraising

Tujuan dari kegiatan fundraising suatu lembaga zakat adalah sebagai berikut, yakni:

a. Mengumpulkan Dana

Istilah fundraising dapat diartikan sebagai upaya dalam mengumpulkan uang, namun dalam arti luas fundraising juga dapat diartikan sebagai upaya dalam mengumpulkan barang ataupun jasa yang memiliki nilai materi.

b. Menambah Calon Muzakki atau Menambah Populasinya

c. Memberi Bentuk Serta Peningkatan Terhadap Citra Lembaga

Citra adalah suatu pandangan masyarakat terhadap persepsi dari perusahaan. Pada lembaga zakat citra yang baik akan memberi pengaruh terhadap minat masyarakat dalam memberikan donasinya.

d. Menggalang Simpatikan Atau Pendukung

Lembaga dalam menjalankan kegiatan memerlukan sekelompok pendukung dalam memberikan informasi terkait kepada orang yang memerlukan. Simpatikan dan pendukung juga dapat memberi keuntungan dengan meluasnya jaringan informasi dari lembaga zakat.

e. Memberi Kepuasan Terhadap Muzakki

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan dari pemenuhan kebutuhan baik itu berupa barang atau jasa. Kepuasan muzakki adalah tujuan tertinggi suatu lembaga zakat dan bernilai jangka panjang. Kepuasan dari muzakki dapat diperoleh melalui aspek pelayanan, program, dan operasional lembaga.²⁰

3. Metode Fundraising

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

a. Fundraising langsung(direct fundraising), yaitu metode dimana muzakki terlibat langsung. Melalui cara ini, jika muzakki berkeinginan menyalurkan dananya setelah adanya sosialisasi dari fundraiser lembaga, maka tersedia mendapatkan kelengkapan informasi yang diperlukan dengan mudah. Contohnya direct mail, dan telefundraising.

b. Fundraising tidak langsung (indirect fundraising), yaitu metode dimana muzakki tidak terlibat langsung.

²⁰Nauval Hilmy Ramadhan, *Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu*, Balanca Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 3 Nomor 1, Januari – Juni 2021, h.66

Cara ini dapat dilakukan dengan tawaran mengarah pada terbentuknya ikon lembaga tersebut tanpa arahan agar berdonasi saat itu juga. Contohnya menyelenggarakan event, membangun relasi, mediasi para tokoh, dan sebagainya.²¹

C. Zakat, Infaq, dan Shadaqah

1. Zakat

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam, yaitu rukun Islam ketiga. Zakat merupakan ibadah yang wajib dan penting. Banyak ayat dalam Al Qur'an menerangkan zakat beriringan dengan ibadah wajib yang lain yaitu syahadat, shalat, puasa, dan haji bagi yang mampu.

Zakat menurut bahasa berasal dari kata “*zakka*, *yuzakki*, *tazkiyatan*, *zakaatan*” yang berarti thoharoh (membersihkan/mensucikan), *namaa'* (tumbuh/berkembang). Sedangkan menurut istilah, zakat adalah mengeluarkan sebagian harta benda atas perintah Allah SWT, sebagai shadaqah wajib, diberikan kepadamereka yang telah ditentukan oleh hukum Islam.²²

²¹Zalika Fauzadkk, *Strategi Fundraising Dana Zakat Infaq Sedekah Dan Wakaf (Ziswaf) Pada E-Commerce Linkaja Syariah*, Cemerlang : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis Vol.3, No.1 FEBRUARI 2023, h.174

²²Ahmad Hudaifah, dkk, *Sinergi Pengelolaan Zakat Di Indonesia*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), H.2-3

2. Infak

Infak menurut bahasa adalah memberikan harta. Sedangkan menurut istilah, infak adalah memberikan harta untuk mencapai suatu kemaslahatan umum dan didasari oleh iman dan di jalan Allah (fiisabilillah). Maka substansi infak lebih umum dari substansi zakat.

Infak adalah mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan/ penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan Islam.

3. Shadaqah

Shadaqah menurut bahasa artinya yang benar. Sedangkan menurut istilah, sedekah adalah memberikan harta kepada fakir miskin dan orang yang membutuhkan dengan harapan mendapatkan pahala dari Allah.²³

Shadaqah adalah pemberian sesuatu kepada fakir miskin atau yang berhak menerimanya, di luar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan pemberi.

D. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Jika merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, media sosial adalah laman atau aplikasi yang

²³Husniati Salmadan Dede Nurohman, *Strategi Digital Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah Serta Penyalurannya Di Indonesia*, (Tulungagung : Biru Atma Jaya, 2021), h. 48

memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial.

Gohar F. Khan dalam bukunya menyatakan bahwa secara sederhana, media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (Informatif, Edukatif, Sindiran, Kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi.²⁴ Oleh karena itu, media sosial mempunyai efek berantai sehingga proses transmisi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens pokok saja .

2. Manfaat Media Sosial

Sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi, tentu saja media sosial menawarkan berbagai manfaat bagi para pengguna. Manfaat media sosial bagi pengguna secara garis besar dapat dibagi kedalam dua kelompok, yaitu manfaat bagi Individu dan organisasi kelompok.

a. Manfaat penggunaan media sosial bagi individu:

- 1) Media komunikasi digital. Media sosial membantu pengguna berinteraksi dengan siapa pun dan kapan pun melalui koneksi internet.
- 2) Sarana pembelajaran dan pengembangan diri. Melimpahnya informasi di dunia maya menjadikan

²⁴ *Ibid.*, hlm.5

media sosial sebagai salah satu sarana pembelajaran dan pengembangan diri.

3) Media hiburan. Konten yang tersebar di media sosial saat ini sangatlah beragam dan tidak sedikit masyarakat yang menjadikan media sosial sebagai media hiburan dalam aktivitas sehari-hari.

4) Membuka lapangan pekerjaan. Ada banyak sekali pekerjaan yang lahir dari perkembangan media sosial. Sebut saja pembuat konten, penulis artikel hingga berjualan adalah contoh pekerjaan yang dapat dilakukan dengan bantuan media sosial.

b. Manfaat penggunaan media sosial bagi organisasi:

1) Media komunikasi digital mirip dengan kegunaan media sosial bagi individu, saat ini hampir semua organisasi memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi digital mereka dengan masyarakat.

2) Media pemasaran. Daya jangkauan media sosial yang sangat luas menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana utama dalam peningkatan penjualan dan pemasaran digital saat ini.²⁵

²⁵Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta : Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018)h. 4-11

3) Macam-Macam Media Sosial

a. Facebook

Facebook merupakan satu satu pentolan media sosial pada dekade ini. Facebook menjadi media sosial pertama yang mampu memiliki pengguna melebihi angka 1 (satu) miliar di seluruh dunia. Dengan berbagai fitur yang terus berkembang, Facebook menawarkan sejumlah layanan dan fasilitas yang dapat digunakan untuk memasarkan suatu produk dan/atau jasa secara online.

Mark Zuckerberg, pendiri Facebook, mengubah nama Facebook menjadi 'Meta' Teknologi. Facebook pada Kamis (28 Oktober 2021) mengumumkan bahwa mereka telah mengubah nama perusahaannya menjadi 'Meta', kependekan dari 'Metaverse'. Istilah 'Metaverse' sendiri diperkenalkan oleh Neal Stephenson, penulis sci-fi, pada tahun 1992 untuk mendeskripsikan ruang virtual 3D²⁶

Facebook selalu menjadi pilihan media sosial yang terpopuler di seluruh dunia. Facebook menyediakan layanan jejaring sosial dengan fitur yang paling lengkap. Mulai dari Facebook Feed, Facebook Stories, hingga Facebook Marketplace kini dapat diakses oleh penggunanya. Bagi lembaga pemerintahan, langkah

²⁶Leon A. Abdillah, *Peranan Media Sosial Modern*, (Palembang : Bening media Publishing 2022), h.18

paling tepat jika ingin memanfaatkan Facebook sebagai salah satu channel media sosial adalah dengan membuat Facebook Page atau Facebook Fan Page.

b. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial milik Facebook, Inc. yang memungkinkan para penggunaannya berbagi konten baik dalam bentuk video maupun gambar. Berbeda dengan media sosial lain yang telah kita bahas, akses fitur yang dapat dilakukan oleh pengguna Instagram jauh lebih terbatas jika diakses melalui perangkat komputer. Fitur-fitur seperti mengunggah konten dan mengirim pesan misalnya, hanya bisa dilakukan pada aplikasi Instagram di smartphone.²⁷

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri dalam bentuk feed dan Story. Menurut bahasa Kata ‘insta’ berasal dari kata ‘instan’, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”.

²⁷Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta : Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018)h. 4-11

Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

E. Unsur penting dalam penggalangan dana

Diakui atau tidak, keberadaan tim fundraising merupakan urat nadi dari lembaga Amil. Keberadaannya seharusnya memiliki fokus penekanan yang lebih dari segi peningkatan kualitas, kecepatan layanan serta penguatan sumber daya manusianya. Selain itu berbagai strategi penguatan juga perlu dipersiapkan dengan lebih baik agar bisa berfastabiqul khairat dengan lembaga amil yang lainnya.²⁸ Menurut April Purwanto, beberapa unsur penting dalam penggalangan dana adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan calon donatur, Para donatur dan muzakki yang paham Islam akan banyak bertanya tentang bagaimana organisasi pengelola zakat mengelola pengelolaan zakat. Mereka ingin mengelola zakat berdasarkan aturan yang disyariatkan serta di tetima oleh Allah SWT. Oleh karena itu, jika tata kelola zakat yang dilaksanakan lembaga amil

²⁸Abdul Khamil dan Sony Bakhtiar, *Dahsyatnya Memberi untuk Negeri* (Jember: Pustaka Abadi, 2018),hal.18.

zakat sesuai dengan syariah, maka dana tersebut akan selalu mengalir ke lembaga pengelola zakat. Adapun sesuatu yang dibutuhkan bagi donatur maupun muzakki adalah sebagai berikut: Pelaporan dan pertanggung jawaban , kesejahteraan masyarakat miskin, kualitas pelayanan, silaturahmi dan komunikasi.

2. Segmentasi, untuk organisasi pengelola zakat merupakan suatu cara bagaimana mengamati donatur secara kreatif. Segmentasi harus dilihat sebagai ketrampilan mengenali dan memanfaatkan beragam kesempatan yang ada dalam masyarakat. Peran segmentasi perlu diperhatikan ketika meningkatkan zakat.
3. Identifikasi calon donatur, adanya pemilahan database donatur tentu amat mendukung fundraiser menetapkan siapa obek atau sasaran. Database haruslah dibuat selengkap-lengkapny, mengingat Organisasi Pengelola Zakat sendiri terkadang kurang mencermati database yang ada. Ada beberapa metode yang dipakai dalam mengidentifikasi latar belakang donatur. Seperti memerhatikan data yang tersedia paling tidak mengetahui nama, alamat tempat tinggal atau kantor, nomor handphone atau telepon, keluarga terdekat, dan lain sebagainya. Cara lain untuk mengenal calon donatur adalah dengan perantara orang ketiga. Selain itu adalah dengan mencari tahu atau bertanya kepada orang-orang

terdekat dari calon donatur. Sehingga didapatkan informasi tentang profil dari donatur sebanyak banyaknya.²⁹

4. Positioning, merupakan suatu usaha menciptakan serta memperoleh kepercayaan dari muzakki. Kata positioning mengarah kepada usaha menempatkan sebuah pelayanan dan produk ke kategori yang diharapkan oleh muzakki. Positioning ini dilaksanakan untuk memberi tahu ciri khas sebuah lembaga terkait produk dan jasanya dengan lembaga lain. Hermawan, dalam bukunya positioning, Diferensiasi dan Brand, menjelaskan bahwa positioning adalah elemen strategi yang sangat penting.

F. Sumber-Sumber Pemasukan dalam Lembaga Amil Zakat

Pemasukan kas adalah sebuah transaksi yang menyebabkan adanya penambahan saldo kas maupun bank yang berasal dari penerimaan piutang maupun hasil dari transaksi yang menimbulkan saldo kas dan bank bertambah. Lembaga amil zakat pada dasarnya mendapatkan sumber pemasukan dana dari:

1. Pemasukan dana zakat yang bersumber dari muzakki seperti zakat fitrah, fidyah dan zakat maal, serta pendapatan dari bagi hasil rekening zakat yang ada di bank.

²⁹April Purwanto, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Yogyakarta: Penerbit Teras, 2009), 53-63.

2. Pemasukan dana infaq atau sedekah terikat, dana infaq atau sedekah tidak terikat dan pendapatan bagi hasil dari rekening infaq atau sedekah terikat maupun tidak terikat.
3. Pemasukan dana amil yang bersumber dari bagian amil dari zakat, bagian amil dari infaq atau sedekah, bantuan dana hibah, penerimaan dari Baznas Provinsi maupun pusat dan penerimaan lain-lain.
4. Pemasukan dana nonhalal yang bersumber dari bunga bank konvensional, jasa giro, dan penerimaan dana nonhalal lainnya.²⁹ Bagi lembaga zakat yang menggeluti bidang jasa lalu lintas pengumpulan dan pendistribusian dana, sumber pemasukan dananya bersumber dari aktivitas operasional dan non-operasional.

