

RUMAH ZAKAT KALIMANTAN BARAT DALAM TINJAUAN MANAJEMEN *FUNDRAISING*

Raziki Waldan

Institut Agama Islam Negeri Pontianak, zikysmart@gmail.com

Abstract

This study aims to determine how the West Kalimantan Zakat House in Fundraising management. The method used is a descriptive qualitative approach. The results of the research are (1) the formulation of the Rumah Zakat West Kalimantan Strategy is a method of raising indirect funds (Indirect Fundraising), making superior programs, and services. (2) The organization of the West Kalimantan Zakat House is through the process of making, grouping, regulating various activities, determining and delegating its authority. (3) Implementation of the West Kalimantan Zakat House is by conducting socialization, collaboration, implementing service programs, reading prayers when donors donate directly, confirming donations to donors who transfer donations via ATM which is also a substitute for qabul consent, pick up donations, and maintenance registered donors through WhatsApp Blaster in the form of the Rumah Zakat program offer. (4) Evaluation of Rumah Zakat West Kalimantan by presenting a report card from which it will be determined to be given or a challenge so that Rumah Zakat as a professional institution can continue to develop for the better and get maximum results. This research is exploratory, requiring further investigation using more sophisticated qualitative and/or quantitative methods. Management problems that are still lacking in institutionalized zakat are expected to be reviewed in more detail holistically.

Keywords:

Rumah Zakat, Management, Fundraising

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Rumah Zakat Kalimantan Barat dalam tinjauan manajemen *Fundraising*. Adapun metode yang digunakan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yaitu (1) Formulasi Strategi Rumah Zakat Kalimantan Barat adalah metode *fundraising* tidak langsung (*Indirect Fundraising*), pembuatan program unggulan, dan layanan. (2) Pengorganisasian Rumah Zakat Kalimantan Barat adalah dengan proses penentuan, pengelompokan, pengaturan berbagai kegiatan, bahkan penetapan dan pendelegasian wewenangnya. (3) Pelaksanaan Rumah Zakat Kalimantan Barat adalah dengan melakukan sosialisasi, kolaborasi, melaksanakan program layanan, melakukan ijab qabul, membacakan do'a saat donatur berdonasi langsung, melakukan konfirmasi donasi kepada donatur yang transfer donasi via ATM yg juga sebagai pengganti ijab qabul, melakukan penjemputan donasi, dan *maintenance* donatur yang terdata melalui WhatsApp Blaster dalam bentuk penawaran program Rumah Zakat. (4) Evaluasi Rumah Zakat Kalimantan Barat dengan pemberian raport yang dari itu nantinya ditentukan akan diberikan pelatihan atau tantangan sehingga Rumah Zakat sebagai lembaga profesional bisa terus berkembang menjadi lebih baik lagi dan mendapat hasil yang maksimal. Penelitian ini bersifat eksploratif, yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut menggunakan metode kualitatif dan/atau kuantitatif yang lebih canggih. Masalah-masalah manajemen dikelembagaan zakat yang masih kurang diharap dapat ditinjau lebih detail secara holistik.

Kata Kunci:

Rumah Zakat, Manajemen, Fundraising

PENDAHULUAN

Strategi *fundraising* merupakan tolak ukur dalam menentukan kebutuhan organisasi yang mana semua itu dapat dilakukan untuk meningkatkan kegiatan dalam memenuhi kebutuhan yang terus berkembang. *Fundraising* menjadi tolak ukur yang berperan penting bagi lembaga dalam upaya mendukung jalannya program yang telah ditentukan dan digariskan. Aktivitas *fundraising* sangat menentukan keberhasilan suatu organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dalam kegiatan operasional yang telah direncanakan. Sebagai organisasi nonprofit atau nirlaba, organisasi pengelola zakat harus mampu menggerakkan sumber dana yang dibutuhkan untuk mendanai kebutuhan organisasi agar dapat beroperasi dan mencapainya (Guntur, 2021).

Salah satu problematika umat adalah kemiskinan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia dalam website resmi www.bps.go.id bahwa jumlah penduduk miskin di Indonesia yang terdata mengalami peningkatan dari 24,79 juta orang pada September 2019 menjadi 26,42 juta orang pada Maret 2020 yang mengalami peningkatan sebanyak 1,63 juta orang dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah lembaga yang melakukan pengelolaan zakat. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah lembaga pengelola zakat yang dibentuk pemerintah dari tingkat nasional sampai kecamatan. Pengelolaan zakat bukan hanya dilaksanakan oleh lembaga-lembaga, akan tetapi dapat dikelola oleh pemerintah setempat seperti pemerintah desa, kelurahan dan kecamatan (Hamzah, 2021). Badan Amil Zakat (LAZ) adalah lembaga yang terdiri dari masyarakat yang misinya membantu dalam penghimpunan, penyaluran dan pemanfaatan zakat. Demi tercapainya tujuan yang lebih optimal dalam pengelolaan zakat untuk kesejahteraan umat, maka dalam undang-undang disebutkan bahwa lembaga pengelola zakat tidak hanya

mengelola zakat saja, melainkan juga mengelola infak, sedekah, hibah, wasiat, waris, dan kafarat (Ngasifudin, 2015).

Adanya dana Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) yang diperoleh Lembaga akan dapat mempermudah Lembaga pengelola zakat dalam meminimalisir tingkat kemiskinan dan memajukan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, memajukan kesejahteraan umum merupakan salah satu tujuan nasional Negara Kesatuan Republik Indonesia yang diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945.

Rumah Zakat Wilayah Kalimantan Barat yang terletak di jalan Irian Nomor 35 Kelurahan Akcaya, Kecamatan Pontianak Selatan Kota Pontianak adalah salah satu dari Lembaga Amil Zakat (LAZ) resmi dan merupakan Lembaga filantropi yang mengelola zakat, infak, sedekah serta dana sosial lainnya melalui program-program pemberdayaan masyarakat. Tujuan didirikannya Rumah Zakat adalah untuk membantu kesejahteraan masyarakat baik dengan terjun langsung ke Lapangan maupun menggunakan jaringan media yang ada khususnya di wilayah Kalimantan Barat. Adapun beberapa bidang yang menjadi program Rumah Zakat untuk mensejahterakan masyarakat antara lain : 1) Pendidikan, 2) Kesehatan, 3) Pemberdayaan Ekonomi, dan 4) Kelestarian Lingkungan.

Tentunya untuk menjalankan program pada bidang-bidang di atas memerlukan dana yang tidak sedikit apalagi Lembaga ini merupakan Lembaga non profit. Jika dilihat dari perkembangan dana yang diperoleh oleh Rumah Zakat Kalimantan Barat menunjukkan data penerimaan dana secara offline pada tahun 2019 sebesar Rp1.111.792.100,00 dan pada tahun 2020 sebesar Rp1.229.296.200,00. Berdasarkan data tersebut terjadi peningkatan penerimaan dari tahun sebelumnya yang membuktikan Rumah Zakat masih menjadi salah satu Lembaga pengelola zakat terpercaya.

Secara nasional, Rumah Zakat termasuk dalam salah satu Lembaga pengelola zakat berdasarkan beberapa penghargaan yang diraih oleh Rumah Zakat Indonesia diantaranya:

Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Kategori KeLembagaan Terbaik dalam BAZNAS Award 2020, Terbaik dalam BAZNAS Award 2020, Global Islamic Finance Awards (GIFA) Excellent Awards 2020, 1st Champion Indonesia Original Brand Award 2019, Lembaga ZISWAF Unggulan 2019, Muslim Choice 2019, versi Majalah Muslim Choice, Anugerah Syariah Republika 2019, TOP DIGITAL Award Implementation on Social Institution 2019 (Zakat, 2021).

Tentu peningkatan penerimaan dan penghargaan-penghargaan tersebut dapat diperoleh karena kesuksesan Lembaga dalam mengelola dana ZISWAF sehingga kepercayaan masyarakat tetap terjaga dan program dapat berjalan. Selain itu, pencapaian tersebut tentu tidak lepas dari peran pengurus khususnya bidang penghimpunan dana dalam melaksanakan strategi penghimpunan dana atau *fundraising* yang telah direncanakan. Oleh karena itu, hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui Lebih spesifik tentang strategi *fundraising* yang diterapkan oleh Rumah Zakat dan akan menjadikan Rumah Zakat Kalimantan Barat yang merupakan salah satu cabangnya sebagai subjek penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, pembahasan diarahkan pada persoalan bagaimana Rumah Zakat melakukan strategi *fundraising* sehingga mengalami peningkatan penerimaan dana untuk membantu permasalahan umat. Tujuan peneliti adalah ingin mengetahui strategi yang digunakan dalam perolehan dana ZIS di Lembaga tersebut. Dengan harapan, penelitian ini akan memberikan manfaat dan menjadi contoh Lembaga pengelola zakat Lainnya tentang bagaimana cara menghimpun dana ZIS yang Lebih efektif dan efisien.

Dari latar belakang tersebut. Peneliti tertarik mengambil judul: Strategi *Fundraising* Rumah Zakat Kalimantan Barat dengan rumusan masalah: Bagaimana Formulasi dari Strategi *Fundraising* Rumah Zakat Kalimantan Barat?; Bagaimana Proses Pengorganisasian Sumber Daya Manusia Rumah Zakat Kalimantan Barat?; Bagaimana

Implementasi dari Strategi *Fundraising* Rumah Zakat Kalimantan Barat?; Bagaimana Evaluasi dari Strategi *Fundraising* Rumah Zakat Kalimantan Barat?.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif Adapun metode yang dipakai adalah metode deskriptif. Penelitian ini bersifat eksploratif, yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut menggunakan metode kualitatif dan/atau kuantitatif yang lebih canggih. Masalah- masalah manajemen di kelembagaan zakat yang masih kurang diharap dapat ditinjau lebih detail secara holistik

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Formulasi Strategi *Fundraising* Rumah Zakat Kalimantan Barat

Rumah Zakat buka setiap hari Senin sampai Sabtu. Jam operasional pada hari Senin sampai Jum'at itu mulai dari jam 09.00-17.00 WIB dan pada hari Sabtu itu mulai jam 09.00-14.00 WIB. Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Cabang Rumah Zakat Kalimantan Barat yaitu Pak Asrul mengenai langkah-langkah yang diterapkan dalam formulasi strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Rumah Zakat.

“Sesuai dengan prosedural yang Rumah Zakat laksanakan, Rumah Zakat menggunakan fundraising dengan tahap internet marketing maupun marketing sosio dimana seluruh tahapan itu melihat dari peluang, trending topics, hingga melihat dari sistem kerja yang ada di Rumah Zakat Kalimantan Barat. Ialu dalam proses formulasinya kita juga buat plan of vision, itu biasanya ada jangka pendek, jangka panjang, dan ada jangka yang tidak diketahui, jadi kayak insidental itu kan kita tahu jadi apa si seharusnya yang harus kita lakukan ketika ada bencana, kapan si bencana itu tiba tapi kita sudah siap. Proses ini juga diterapkan di seluruh strategi fundraising Rumah Zakat seluruh Indonesia baik itu offline maupun online” (wawancara 02/02/2022).

Rumah Zakat akan menentukan sasaran strategi fundraising itu sendiri seperti yang dikatakan oleh Ibu Yunita “*sasaran kita itu jelas ya masyarakat Kalimantan Barat baik muslim maupun non muslim*” (wawancara 02/02/2022). Setelah menentukan sasaran, kemudian Rumah Zakat membuat plan of vision baik jangka pendek, jangka panjang maupun jangka yang tidak diketahui.

Berdasarkan hasil dokumentasi yang dilakukan mengenai *plan of vision* jangka panjang, jangka pendek dan insidental tersebut adalah berupa program unggulan. Adapun program-program yang berjangka panjang tersebut adalah program yang akan dilaksanakan selama satu tahun dan pelaksanaannya menyesuaikan kondisi maupun permohonan bantuan dari masyarakat, program jangka pendek adalah program yang dilaksanakan di waktu tertentu saja dalam setahun dan tidak dilaksanakan di waktu lainnya seperti saat bulan ramadhan dan hari raya qurban, sedangkan insidental adalah program yang dilaksanakan pada saat ada bencana saja seperti banjir, kebakaran, dan lain sebagainya.

Adapun program yang dimaksud dalam setiap jangka tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Program Jangka Panjang
 - 1) Desa Berdaya
 - 2) Beasiswa Juara
 - 3) Wakaf
- b. Program Jangka Pendek
 - 1) Ramadhan Berdaya
 - 2) Super Qurban
- c. Program Insidental
 - 1) Bencana
 - 2) Kemanusiaan Internasional

Adapun dalam melaksanakan formulasi strategi fundraising Rumah Zakat pasti akan menentukan waktu yang tepat agar program yang direncanakan dapat berjalan dengan lancar. Hal ini

dikatakan oleh Pak Asrul “Setidaknya itu satu tahun di mulai *kick offnya* berjalannya *timeline*. Jadi biasanya itu dibuat di akhir tahun pada bulan desember dan dimulai di januari. Jadi kita planing itu untuk satu tahun ke depan” (wawancara 02/02/2022)



Gambar 1. Rapat Perencanaan Akhir Tahun Rumah Zakat 2021

Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, 2021

Gambar di atas adalah bukti adanya rapat akhir tahun dalam proses formulasi strategi yang juga diikuti oleh para pengurus yang diadakan secara online melalui *zoom meeting* dikarenakan keadaan Indonesia yang masih dalam keadaan pandemi corona. Lembaga Rumah Zakat dalam merumuskan strategi fundraising setahun sekali lebih tepatnya di akhir tahun yaitu bulan desember dengan membuat program-program dengan semenarik mungkin sehingga memudahkan dan dapat menarik hati para donatur. Kemudian program-program tersebut dipromosikan kepada para donatur. Adapun dalam formulasi strategi *fundraising* tersebut memerlukan keterlibatan para pengurus.

Adapun pengurus yang terlibat dalam proses formulasi tersebut dikatakan oleh Pak Syafiq: “*Yang melaksanakan perencanaan itu pengurus pusat dan kepala cabang dari setiap cabang Rumah Zakat yang ada di Indonesia salah satunya Pontianak*”.

Selain pengurus, Rumah Zakat juga melibatkan pendapat pihak-pihak lain seperti yang ditambahkan oleh Pak Asrul:

“Seluruhnya terlibat. tim program, marketing, penerima manfaat, bahkan pada saat mereka berdonasi kita coba tanyakan ke donatur-donatur kita apa saja yang mungkin mereka harapkan, mereka inginkan, mereka ingin dapatkan dari fundraising Rumah Zakat” (wawancara 02/02/2022)

Sudah dijelaskan bahwa tidak hanya pengurus yang terlibat dalam formulasi strategi fundraising tetapi Rumah Zakat juga melibatkan pendapat donatur dan penerima manfaat walau tidak secara langsung dalam rapat melainkan pada saat mereka berdonasi dan mendapatkan donasi karena satu pendapat bagi Lembaga tidak cukup dan terkadang membutuhkan pendapat lain dalam merumuskan strategi tersebut sehingga apa yang dirumuskan sesuai dengan keadaan di lapangan dan tepat sasaran Kemudian melakukan formulasi strategi tersebut tentu sangat penting bagi Rumah Zakat seperti yang dikatakan oleh Pak Syafiq:

“Agar kita tidak melenceng dan tidak asal-asalan karena sebagai sebuah Lembaga kita harus profesional agar segala sesuatunya itu bisa terlaksana dengan baik dan berdampak positif. Selain itu karena apa yang kita lakukan ini bertujuan untuk memajukan masyarakat yang masih tertinggal. Oleh karena itu, hal tersebut harus direncanakan dengan matang seperti apa yang harus dilakukan untuk masyarakat, apa yang harus disiapkan, pendanaannya, dan bagaimana evaluasinya apakah berhasil atau tidak. Ialu semua itu harus dirumuskan dalam bentuk strategi yang baik dalam bentuk program unggulan dan Layanan, yang bisa dilaksanakan, masuk akal, dan bisa kita evaluasi”. (wawancara 13/01/2022)

Adapun hasil dari formulasi strategi tersebut berupa beberapa program-program Layanan yang dibuat sedemikian rupa mengikuti perkembangan zaman yang ada dan memperhatikan kondisi dan situasi yang biasa dialami oleh donatur dengan memberikan kemudahan bagi donatur dalam berdonasi seperti yang dikatakan oleh Ibu

Yunita website Rumah Zakat seperti yang sudah terlampir.

“Untuk program Layanan itu yang ada :

- a) *Konfirmasi donasi, melalui call center Rumah Zakat Pusat dan Cabang*
- b) *Direct donasi atau datang Langsung ke kantor cabang*
- c) *Host to Host Mandiri, ini tidak perlu konfirmasi kalo sudah terdaftar sebagai donatur Rumah Zakat yaitu caranya donasi dengan menggunakan ATM Mandiri atau internet banking Mandiri,*
- d) *Donasi online atau Host To Host Bersama, itu melalui ATM bank BRI atau internet banking BRI*
- e) *Kemudahan donasi, itu ada via website, QRCode, EDC, Auto Debet itu juga bisa*
- f) *Jemput donasi.*
- g) *Ada juga Super Infaq atau biasa yang kita kenl dengan kotak infaq”*
- h) *Penggalangan Dana, ini dilakukan hanya pada saat insidental saja seperti ada banjir dan sebagainya”* (wawancara 05/01/2022)

Berdasarkan penjelasan narasumber di atas dijelaskan bahwa langkah yang dilakukan oleh Rumah Zakat dalam merumuskan strategi fundraising yang pertama adalah melihat peluang dan trending topics, kemudian menentukan waktu, Ialu melibatkan pendapat dari berbagai pihak, selanjutnya harus memahami pentingnya merumuskan strategi fundraising ini sebelum terjun ke lapangan, langkah terakhir adalah membuat *plan of visionnya* sampai menerbitkan program unggulan yang dapat menarik hati donatur untuk berdonasi dan program Layanan yang dibuat demi kemudahan dalam pencarian maupun pengumpulan dana tersebut. Pernyataan narasumber di atas juga dibuktikan dengan hasil dokumentasi di atas.

Berdasarkan paparan data penelitian, diketahui bahwa formulasi strategi *fundraising* di Rumah Zakat Kalimantan Barat dilakukan dengan melihat peluang-peluang, trending topics, dan melihat sistem kerja yang ada di Rumah Zakat terlebih dahulu. Kemudian berdasarkan hal tersebut nantinya akan dirumuskan strategi *fundraising*-nya. Langkah selanjutnya setelah melihat peluang dan trending topics yang ada di lapangan lalu menyesuaikannya dengan sistem kerja yang ada di Rumah Zakat adalah menentukan rumusan strategi *fundraising* yang dapat dilaksanakan dan bisa dievaluasi oleh Rumah Zakat.

Sebelum merumuskan strategi tersebut tentu Rumah Zakat akan menentukan waktu yang tepat untuk merumuskan suatu strategi. Adapun waktu ditetapkan untuk merumuskan strategi adalah ketika rapat tahunan pada akhir tahun tepatnya bulan Desember.

Setelah menentukan waktu dalam formulasi strategi akan terbentuklah program unggulan dan program Layanan seperti yang sudah dipaparkan dalam paparan data penelitian yang akan dijalankan oleh Rumah Zakat. Itulah program-program dari strategi *fundraising* yang telah direncanakan dan didesain dengan semenarik mungkin dan membuat spanduk, brosur, dan pamflet yang selanjutnya disebarluaskan melalui media sosial. Adapun untuk penerimaan donasi tersebut Rumah Zakat menggunakan Layanan kemudahan donasi yang bertujuan untuk mempermudah calon donatur dalam mendonasikan dana mereka.

Adapun formulasi strategi diantaranya ialah: a) menetapkan misi; b) menyusun sasaran; c) melakukan analisis; d) strategi yang ada untuk menetapkan hubungannya dengan penilaian internal dan eksternal; e) menetapkan kapabilitas khusus organisasi; f) menetapkan masalah strategi utama yang timbul dari analisis sebelumnya; g) menetapkan strategi korporasi dan fungsional untuk mencapai sasaran dan keunggulan kompetitif, serta mempertimbangkan masalah strategi utama;

h) mempersiapkan rencana strategi terintegrasi untuk menerapkan strategi; dan, i) menerapkan strategi.

Berdasarkan paparan di atas dijelaskan bahwa langkah-langkah Rumah Zakat dalam merumuskan strategi tidak lepas dari melihat peluang, *trending topic* dan *issue* yang selanjutnya menyesuaikan program tersebut terhadap situasi dan kondisi yang akan datang dengan membuat program berjangka.

Rumah Zakat juga mengikuti apa yang dijelaskan oleh para ahli di atas dalam merumuskan strategi *fundraising* yang pertama menetapkan misi; kedua, menyusun sasaran yaitu masyarakat Kalimantan Barat; ketiga, melakukan analisis dengan cara menyesuaikan strategi terhadap sistem kerja Rumah Zakat. Langkah-langkah tersebut juga dilakukan oleh Rumah Zakat.

Perencanaan ini bersifat dinamis dan perencanaan ditujukan pada masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, karena adanya perubahan kondisi dan situasi (Aas Asiyah, Irfan Sanusi, Ali Aziz, 2019). Hal ini juga dilakukan oleh Rumah Zakat dengan menyiapkan program jangka panjang, jangka pendek, dan insidental termasuk dengan membuat Layanan kemudahan dalam berdonasi yang sudah dirancang menyesuaikan situasi dan kondisi masyarakat yang ingin berdonasi.

2. Proses Pengorganisasian SDM Rumah Zakat Kalimantan Barat

Ziswaf merupakan sumber dana yang potensial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Zakat merupakan aktifitas keagamaan dalam Islam untuk mensucikan hak yang dimiliki seseorang dan memisahkan hak-hak orang lain yang terdapat di dalamnya, sehingga dapat memberikan manfaat kepada sesama baik lahir maupun batin (Dian Adi Perdana, 2021). Oleh karena itu, sangat dibutuhkan organisasi profesional yang di dalamnya terdapat sebuah kepengurusan yang tersistem agar dalam melaksanakan strategi-strategi mendapatkan hasil yang diinginkan. Setelah perencanaan strategi *fundraising* dilaksanakan, Rumah Zakat pun melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya manusianya agar

strategi yang sudah direncanakan dapat dilaksanakan sesuai dengan *jobdesk* masing-masing yang sudah tersistem. Pengorganisasian yang dimaksudkan adalah mencakup lingkup kegiatan atau pekerjaan, pembagian divisi/bidang, dan pembagian tugas masing-masing bidang. Sebelum strategi tersebut dilaksanakan tentu harus ada tugas atau wewenang yang jelas dalam bidang *fundraising*. Adapun tugas dan wewenang bidang *fundraising* seperti yang disampaikan oleh Pak AsruI *"Untuk tugas dan wewenang secara umum divisi fundraising atau konsultan ziswaf di kantor Rumah Zakat Kalimantan Barat dibagi dua : penerimaan dan pengumpulan. Nah dibagian penerimaan dan pengumpulan inilah tugas dari divisi fundraising"* (wawancara 02/03/2022)

Kemudian peneliti tertarik bagaimana sistem pembagian kerja yang dilakukan oleh Rumah Zakat, terkait hal ini disampaikan oleh Pak AsruI: *"Sesuai dengan jobdesk tidak ada penambahan tidak ada pengurangan, paling inti misal dia fotografer ya fotografer, misalkan dia pencari dana ya pencari dana jadi tidak ada penambahan jadi tidak harus double job dan pembagian kerjanya itu sendiri ya sudah tersistem di pusat, jadi di kita cabang sudah tidak ada lagi pembagian kerja karena semua jobdesk sudah tersistem oleh pusat sehingga saat diterima sebagai karyawan itu sudah tau apa saja jobdesknya"* (wawancara 02/03/2022)

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan narasumber di atas jelas bahwa tugas utama pengurus di bidang *fundraising* itu adalah melakukan penerimaan donasi dari donatur dan mengumpulkan dana dengan mensosialisasikan program-program yang sudah direncanakan dengan harapan dapat menarik hati masyarakat. Adapun sistem pembagian kerja itu sendiri sudah ditentukan atau tersistem sedemikian rupa oleh pengurus Rumah Zakat Pusat sehingga pengurus Rumah Zakat cabang tidak perlu

Lagi mengadakan rapat cabang untuk menentukan apa saja yang harus dilakukan dan bisa langsung melaksanakan tugas sesuai dengan *jobdesk* yang sudah ada. Hal tersebut tentu akan membuat pengorganisasian di Rumah Zakat Cabang Kalimantan Barat menjadi lebih terarah dan terlaksana dengan cepat karena tidak perlu lagi mengadakan rapat cabang untuk membahas kegiatan harian maupun pembagian kerja.

Rumah Zakat juga membagi bidang *fundraising* menjadi dua divisi atau bagian agar pelaksanaan kerja dan program menjadi lebih efisien seperti yang disampaikan oleh Pak AsruI: *"Secara umumnya divisi fundraising ini memang dibagi menjadi dua tugasnya ada penerimaan dan pengumpulan itu ada yang mengambil secara offline dan online baik itu dalam kemudahan penjemputan donasi maupun pelayanan seluruh dari media sosial maupun messenger yang ada. Bagian online marketing ini divisinya ziswaf Yunita Wardani dan Syafiq, untuk bagian offline marketingnya itu Sabaria, Yeni, dan Ratna. Kalau offline itu kita ada dua tempat yaitu di kantor rumah zakat jalan Irian no.35 yang bertugas disitu Sabaria dan offline kita ada juga dibagian Booth Ayani MegamaII nah itu yang bertugas secara relawan adalah Yeni dan Ratna. Untuk yang onlinenya, seluruhnya itu dibagi timnya yaitu tim design, ada tim videografi dan fotografi itu dibagi secara relawan. Untuk namanya itu fotografer dan videografernya itu biasa Hero, Endar, dan Halimah. Untuk designnya itu M.Iin maupun Herlan."* (wawancara 02/03/2022)

Bidang *fundraising* terbagi menjadi dua bagian yaitu *offline marketing* yang beranggotakan satu orang *front officer* dan dua relawan dan *online marketing* yang beranggotakan dua orang Konsultan Ziswaf dan lima relawan. Berdasarkan garis tersebut juga diketahui bahwa kedua bagian tersebut berkerja sama dalam satu bidang dengan tim yang berbeda dan berkoordinasi langsung dengan *Branch Manager* (manajer cabang).

Berdasarkan jawaban narasumber di atas dijelaskan bahwa dalam Rumah Zakat terutama bidang *fundraising* sendiri sudah dibagi menjadi dua bagian yaitu *online marketing* dan *offline*. Secara umum tugas divisi *online marketing* dan *offline marketing* adalah melakukan penerimaan dan pengumpulan dana secara *online* bagi divisi *online marketing* dan secara *offline* bagi divisi *offline marketing*.



Gambar 2. Penerimaan Donasi di Kantor Rumah Zakat
Sumber : Hasil Observasi Penelitian

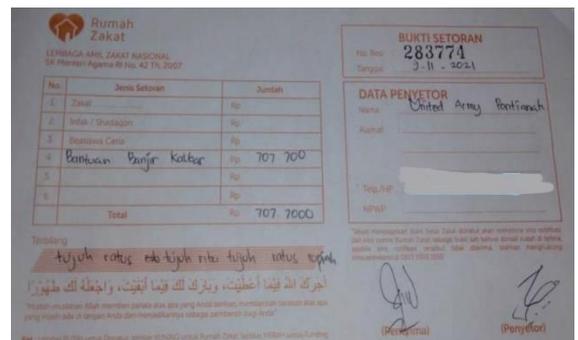
Berdasarkan hasil observasi pada gambar diatas, Ibu Sabaria sebagai front officer Rumah Zakat sedang melayani donatur yang mendonasikan hartanya secara *direct* di kantor Rumah Zakat. Pada saat proses pendonasian, *front officer* melakukan pendataan terlebih dahulu terkait nama, alamat, nomor kontak, jumlah donasi, dan untuk program apa dana tersebut akan disalurkan. Selanjutnya dilakukan ijab qabul dengan cara membacakan do'a bersama donatur. Foto di atas juga sebagai bukti proses implementasi strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Rumah Zakat.

Berdasarkan data di atas maka terbukti bahwa ruang lingkup dan *job description* dalam Rumah Zakat terutama di bidang *fundraising* sudah tersistem dengan baik sehingga apa saja yang harus dilaksanakan oleh masing-masing anggota bidang *fundraising* sudah diketahui dan bisa langsung dijalankan. Dengan begitu diharapkan pelaksanaan strategi *fundraising* dapat berjalan dengan lancar.

Selain kegiatan dan pembagian kerja yang sudah tersistem, tentu diperlukan juga alat-alat yang harus difasilitasi oleh Lembaga untuk mendukung pengorganisasian berjalan dengan baik seperti yang disampaikan oleh Pak AsruI “*Jadi seluruhnya yang berhubungan dengan pengumpulan dana atau fundraising kita fasilitasi, baik dari seluruh mempermudah penggunaan WA Blast, Ialu Instagram, Facebook itu semua kita fasilitasi. Untuk sarana dan prasarana lainnya untuk tim online marketingnya ya kita fasilitasi fotonya, videonya, dan sebagainya memang fasilitas sarana dan prasarana difasilitasi oleh Rumah Zakat*” (wawancara 02/03/2022)

Berdasarkan pernyataan di atas dijelaskan bahwa seluruh sarana prasarana yang diperlukan untuk mendukung pengorganisasian terutama untuk mempermudah sumber daya manusianya dalam melaksanakan strategi *fundraising* nantinya difasilitasi juga oleh Rumah Zakat. Peneliti juga menemukan beberapa alat yang difasilitasi oleh Rumah Zakat seperti:

- a. Kwitansi Donatur;
- b. Komputer;
- c. Kotak Infaq;
- d. Booth Layanan;
- e. Akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Blaster;
- f. Bahan konten seperti foto, video, dan lain sebagainya;



Gambar 4.6 Kwitansi Bukti Setoran/Donasi Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian

Gambar kwitansi di atas dikutip dari akun instagram @unitedarmypontianak yang menandai akun instagram Rumah Zakat KaI-Bar dan merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menunjang proses pengorganisasian Rumah Zakat untuk mendata donatur terkait nama, alamat, nomor kontak, jumlah donasi, dan untuk jenis setoran mana dana tersebut. Jenis setoran tersebut adalah pilihan yang diberikan kepada donatur terkait apa tujuan dan untuk program apa dana tersebut didonasikan.

Berdasarkan data-data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengorganisasian Rumah Zakat sudah diatur oleh pengurus pusat di antaranya yang pertama penentuan dan pengelompokan kegiatan, pendelegasian tugas dan wewenang, pembagian bidang, serta pembagian jobdesk atau kerja semuanya sudah diatur oleh pengurus pusat sehingga pengurus cabang Rumah Zakat Kalimantan Barat tidak perlu memikirkan pembagian kerja dan tinggal melaksanakan apa yang sudah disistemisasi oleh pengurus pusat.

Berdasarkan paparan data penelitian, diketahui bahwa proses pengorganisasian sumber daya manusia Rumah Zakat Kalimantan Barat sudah tersistem oleh Rumah Zakat Pusat baik itu dari proses penentuan, pengelompokan, pengaturan berbagai kegiatan, bahkan penetapan dan pendelegasian wewenangnya juga telah tersistem oleh Rumah Zakat Pusat sehingga sumber daya manusia Rumah Zakat Cabang Kalimantan Barat sudah mengetahui apa saja tugas mereka dan semua yang sudah direncanakan dapat dilaksanakan dengan efisien. Selain itu Rumah Zakat juga telah memfasilitasi kebutuhan tim fundraising agar usaha yang dilakukan menjadi efektif.

Hal ini sejalan dengan pendapat Udaya Jusuf dan Kadarman yang menyatakan bahwa agar usaha kelompok menjadi efektif, setiap individu harus tahu apa yang diharapkan dari mereka untuk mereka raih (Nazara, 2017).

Adapun dalam pengorganisasian yang sudah tersistem tersebut Rumah Zakat Kalimantan Barat memiliki bidang fundraising yang terbagi menjadi dua bagian yaitu *Online Marketing* dan *Offline Marketing*. Pengorganisasian di sini adalah suatu mekanisme atau suatu struktur yang dengan struktur itu semua subjek, perangkat lunak dan perangkat keras yang semuanya dapat bekerja secara efektif dan bekerja sesuai dengan kemampuan dalam bidang masing-masing yang telah dibagi oleh pihak Rumah Zakat. Hal ini sejalan dengan teori MaLayu S. P. Hasibuan bahwa pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang dalam setiap aktivitas, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut (Hasibuan, 2017).

3. Implementasi Strategi Fundraising Rumah Zakat Kalimantan Barat

Rumah Zakat akan mengimplementasikan strategi fundraising berdasarkan hasil rumusan terlebih dahulu agar semua yang sudah direncanakan bisa tercapai. Kemudian Rumah Zakat akan menentukan tindakan untuk mengimplementasikan strategi fundraising tersebut. Adapun langkah awal yang dilakukan dalam mengimplementasikan strategi fundraising seperti yang dikatakan oleh Pak Asrul.

“Sesuai dengan ketentuan yang dilakukan dalam mengimplementasikan strategi fundraising ini melaksanakan seluruhnya dengan prosedur yang telah ditentukan. Jadi kalau kita membuat spanduk itu kapan momennya, kalau kita posting di media sosial itu kapan jamnya hingga pagi siang sore malam, lalu ketika menggunakan billboard itu kapan momentum-momentum iklannya, seperti ramadhan, lalu akhir

tahun IaIu iduI adha itu artinya saat kita mengimplementasikannya ada waktu-waktunya” wawancara 02/02/2022)

Seperi yang telah dijelaskan oleh narasumber di atas bahwa rumah zakat melaksanakan hasil perencanaan baik itu kegiatannya dan waktu pelaksanaannya semuanya sudah tersistem dengan prosedur yang telah ditentukan sebelumnya. Dikarenakan semuanya sudah tersistem dengan baik maka hal yang dilakukan rumah zakat selanjutnya agar program yang telah direncanakan dapat diketahui oleh donatur dan calon donatur seperti yang dikatakan oleh Pak Syafiq

“Kita mensosialisasikan program-program unggulan ke masyarakat baik yang sudah pernah berdonasi maupun yang belum. Berdasarkan hal tersebut, kita harapkan mereka yang ingin berzakat, bersedekah dan belum tau mau dibayarkan kemana, IaIu mereka tau bahwa Rumah Zakat punya program yang bagus, kita harapkan mereka bisa menitipkan dana ziswaf mereka ke Rumah Zakat. Sehingga program yang sudah dibuat Rumah Zakat bisa terlaksana. Untuk hal teknis dalam pengumpulan dana itu ada donasi online, transfer, jemput donasi, super infaq, dan penggalangan dana saat insidental”. (wawancara 13/01/2022)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap dua narasumber di atas dijelaskan bahwa yang pertama kali dilakukan Rumah Zakat agar program-program yang direncanakan dapat diketahui oleh masyarakat adalah melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan menguatkan marketingnya baik *offline* dan *online* melalui media sosial maupun media cetak sesuai dengan prosedur yang sudah ditentukan.



Gambar 3. Sosialisasi Via Media Cetak
Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi di atas berlokasi di jalan Irian No.35 Pontianak tepatnya di depan kantor Rumah Zakat Kalimantan Barat yang menampilkan gambar dan tulisan ajakan untuk berdonasi. Data ini menjadi bukti adanya sosialisasi melalui media cetak dalam proses implementasi strategi fundraising Rumah Zakat Kalimantan Barat.



Gambar 4. Sosialisasi Via Media Sosial
Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, tahun 2022

Gambar postingan instagram yang dikutip dari akun instagram Rumah Zakat yang digunakan oleh Rumah Zakat Kalimantan Barat dalam mensosialisasikan program-programnya seperti sosialisasi keutamaan berwakaf yang ditampilkan agar dapat tersampaikan ke masyarakat. Dokumentasi di atas menjadi bukti adanya sosialisasi melalui media sosial dalam proses implementasi strategi fundraising Rumah Zakat Kalimantan Barat.

Adapun media yang dimanfaatkan oleh Rumah Zakat dalam mensosialisasikan programnya agar mendapatkan hasil yang optimal secara rinci seperti yang dikatakan oleh Ibu Yunita *“Itu biasanya lewat WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Website. Bahkan untuk sekarang kita juga merambah ke Tiktok tapi untuk Tiktok itu khusus oleh pusat. Kalo yang lainnya itu biasanya kita juga bekerja sama dengan akun Pontianak Netmedia dan Pontianak Informasi yang sudah memiliki banyak followers sehingga informasi akan tersampaikan secara luas”.* (wawancara 05/01/2022)

Hal tersebut juga ditambahkan oleh Pak AsruI “*Sesuai dengan yang Rumah Zakat laksanakan kita offline dan online ada timnya yang bergerak di bidang media baik itu dari media sosial, maupun media cetak Ialu media banner, spanduk, hingga billboard, hanya saja untuk untuk saat ini kita Lebih sering melalui media sosial dan untuk media cetak sudah jarang dilakukan karena via media sosial Lebih efektif dibanding media cetak*” (wawancara 02/02/2022)

Berdasarkan pernyataan dua narasumber di atas jelas bahwa memang sudah seharusnya dilakukan sosialisasi melalui berbagai media cetak dan media sosial hingga berkolaborasi dengan berbagai pihak yang memiliki banyak followers di akun media sosial agar sosialisasi terkait program-program Rumah Zakat dapat tersampaikan secara luas dan menyentuh hati masyarakat sehingga akan mendapatkan hasil yang optimal.



Gambar 5. Media Sosial Rumah Zakat Kalimantan Barat
Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi di atas merupakan akun resmi Instagram Rumah Zakat Kalimantan Barat yang digunakan oleh tim fundraising dalam mensosialisasikan program dan kegiatannya kepada masyarakat. Akun tersebut menjadi bukti bahwa Rumah Zakat Lebih banyak memanfaatkan media sosial untuk sosialisasi dalam proses implementasi strategi

fundraising.

Tidak hanya sekedar menerima dana, dalam melaksanakan program Layanan tersebut biasanya Rumah Zakat melakukan tahapan lainnya seperti yang dikatakan oleh Pak AsruI “*Seperti sesuai dengan itunya kalo di kantor ada outLetnya, ada doanya dan lainnya, apabila dari rekening biasanya ada di whatsapp dan lain sebagainya untuk pemberitahuan, laporan, dan lainnya*”

Pernyataan sependapat dan secara spesifik juga dikatakan oleh Pak Syafiq

“*Kalo penerimaan di kantor atau di rumah donatur itu biasanya kita sebutkan, biar jelas kita sebutkan jumlah donasinya sekian, atas nama, untuk program ini seperti itu. Kalo secara online kan donatur wajib konfirmasi nah itu juga menjadi pengganti ijab qabulnya yang biasa kita pakai jika tidak secara Langsung. Ialu, kan donatur ada disuruh untuk memilih program apa yang mau mereka donasikan dan juga sebelum itu kan donatur pasti sudah mengisi biodata mereka, jadi itu juga bisa menjadi pengganti ijab qabul. Ijab qabul tersebut juga dibaca kan doa kepada donatur karena itu sudah menjadi standar Rumah Zakat. Nah donatur yang sudah terdata tersebut nantinya juga akan kita maintenance setiap harinya untuk konfirmasi dana, laporan, dan menawarkan program lainnya melalui WhatsApp Blaster setiap sebulan sekali perdonatur agar mereka tidak risih. Nah maintenance ini juga salah satu strategi kita agar donatur tetap berdonasi di Rumah Zakat ke depannya*” (wawancara 13/01/2022)

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas jelas bahwa dalam melaksanakan penerimaan dana tersebut Rumah Zakat tidak hanya sekedar menerima saja melainkan dilakukan dengan prosedur yang sudah ditentukan yaitu ijab qabul dengan menyebutkan nominal dan nama serta dibacakan do’a juga. Sedangkan bagi donatur yang berdonasi secara online maka akan ada pemberitahuan melalui WhatsApp untuk dimintai konfirmasi dan program yang dipilih sebagai pengganti ijab qabul dan itu juga digunakan untuk laporan.



Gambar 6. Layanan Jemput Donasi
Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, tahun 2022

Gambar yang dikutip dari akun instagram Rumah Zakat Kalimantan Barat merupakan proses penjemputan donasi oleh pihak Rumah Zakat di ruangan kantor donatur. Dokumentasi di atas merupakan salah satu bentuk implementasi strategi fundraising dengan melaksanakan Layanan jemput donasi yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi donatur dalam berdonasi.

Kemudian Rumah Zakat juga memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin berdonasi dengan menyediakan tempat seperti yang dikatakan oleh Pak Asrul *“Ada empat, ada di kantor Rumah Zakat, yang kedua dana itu ada kita terima di booth-booth kita seperti di Ayani MegamaII, yang ketiga dari transfer rekening, Ialu keempat bisa dari QRCode sekarang salah satu Layanan kemudahan donasi”* (wawancara 02/02/2022)

Dengan disediakanya beberapa tempat penerimaan dana tersebut tentu akan memudahkan donatur dalam berdonasi sesuai dengan kondisi dan situasi yang sedang dialami. Adapun dalam menjalankana program-program tersebut terkadang terdapat kendala dan tantangan yang dialami oleh Rumah Zakat seperti yang dikatakan oleh Pak Asrul

“Kalo faktor penghambat si saya tidak menganggapnya bahwa itu menghambat, tetapi biasanya perlu waktu yang agak delay, agak moIor itu yang pertama karena memang yang kita buat itu tidak sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Kedua, beda issue trending, Ialu karena memang ini jamannya teknologi seluruhnya cepat berganti cepat berubah maka kita harus

menyesuaikan seluruhnya baik itu kemudahan donasinya dan Iainnya”. (wawancara 02/02/2022)

Penjelasan narasumber di atas menjelaskan bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Rumah Zakat dalam mengimplementasikan program dari Strategi Fundraising.

Secara singkat, dalam pelaksanaannya yang juga menjadi strategi dari Rumah Zakat Kalimantan Barat peneliti klasifikasikan sebagai berikut:

- a. Sosialisasi
 - 1) Melalui media sosial dan media cetak
 - 2) Kolaborasi dengan Pontianak Informasi dan Pontianak Netmedia
 - 3) Saat donatur berdonasi di booth
- b. Melaksanakan Program Layanan
 - 1) Melakukan Ijab Qabul dan dibacakan do'a saat donatur berdonasi Langsung
 - 2) Melakukan konfirmasi donasi kepada donatur yang transfer donasi via ATM, hal ini juga sebagai pengganti ijab qabul
 - 3) Melakukan penjemputan donasi
- c. Maintenance Donatur yang terdata melalui WhatsApp Blaster untuk konfirmasi donasi, pelaporan, dan penawaran program Rumah Zakat.

Fundraising menurut Rohim adalah proses mempengaruhi masyarakat agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan donasi atau sumber dana Iainnya untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan (Nopiardo, 2017). Menurut Katri & Putri, Kegiatan fundraising juga bermakna meningkatkan kuantitas dan jumlah donasi yang disalurkan dan juga mengenalkan intitusi kepada masyarakat (Yuliar, 2021). Berdasarkan pendapat para ahli diatas, hal yang paling dominan dalam fundraising adalah “mempengaruhi” Kata tersebut memiliki makna menggerakkan hati masyarakat maupun individu untuk berdonasi baik itu donasi dalam bentuk Zakat, Infaq, Sedekah maupun Wakaf. Zakat sendiri juga merupakan kewajiban

bagi umat Islam dalam firman Allah SWT. Ditetapkan bahwa Rumah Zakat menggunakan metode tersebut karena Rumah Zakat melakukan sosialisasi program melalui WhatsApp Blaster secara Langsung ke nomor WhatsApp donatur yang sudah terdata sebelumnya. Adapun yang menjadi bahan sosialisasi tersebut adalah program-program Rumah Zakat.

Langkah selanjutnya setelah mensosialisasikan program adalah menerapkan program Layanan yang diharapkan donatur berdonasi baik secara *offline* ataupun *online*. Layanan donasi *online* yang diandaikan Rumah Zakat adalah Infak. ID dan Kemudahan Donasi sedangkan Layanan donasi *offline* yang diandaikan adalah *Direct* Donasi di dua booth yang sudah disediakan dan Jemput. Artinya: *“Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku”*. (QS.AI-Baqarah : 43).

Adapun strategi yang akan digunakan untuk menarik hati donatur agar mau berdonasi di Rumah Zakat Kalimantan Barat adalah mempengaruhi masyarakat dengan menggunakan metode *fundraising* tidak Langsung (*Indirect Fundraising*) dan *fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*). Metode *fundraising* tidak Langsung (*Indirect Fundraising*) menurut Murtadho Ridwan (2016:301) adalah model yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara Langsung. Ditetapkan bahwa Rumah Zakat menggunakan metode tersebut karena Rumah Zakat melakukan pengumpulan dana Lebih sering menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan website, kolaborasi berbagai pihak, serta terus mengikuti perkembangan teknologi zaman sekarang. Metode *fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*) menurut Murtadho Ridwan (2016:301) diartikan dengan model yang menggunakan cara-cara atau teknik-teknik yang melibatkan partisipasi muzakki atau donatur secara Langsung.

Donasi, layanan ini sangat diandaikan

oleh Rumah Zakat Kalimantan Barat karena dengan adanya Layanan ini masyarakat menjadi Lebih mudah dan tinggal memilih mana Layanan yang sesuai dengan kondisi masing-masing calon donator (Reza Maulana, Yoki Firmansyah, 2019). Selain itu, hal yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk berdonasi selain sosialisasi seperti dilakukannya pembacaan do'a, mempermudah donator untuk berdonasi, dan *maintenance* donator berupa penawaran program via WA Blaster juga menjadi strategi yang menarik dan tentunya dapat menarik hati donatur untuk selalu berdonasi di Rumah Zakat.

4. Monitoring dan Evaluasi Strategi

Fundraising Rumah Zakat Kalimantan Barat

Setiap Lembaga akan melakukan monitoring dan evaluasi setelah perencanaan dan implementasi program kerja telah dilaksanakan. Hal serupa juga dilakukan oleh Rumah Zakat setelah melaksanakan program-programnya maka akan diadakan monitoring dan evaluasi. Langkah selanjutnya adalah menentukan waktu yang efisien bagi Rumah Zakat melaksanakan monitoring dan evaluasi.

Adapun waktu yang ditentukan Rumah Zakat dalam melaksanakan monitoring dan evaluasi seperti yang disampaikan oleh Pak Asrul *“Monitoring setiap dalam pelaksanaan kegiatan dan dievaluasi setelah pelaksanaan kegiatan program baik itu penerimaan maupun penyaluran. Kalo waktunya itu setiap pagi dan setiap akhir tahun”* (wawancara 02/02/2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas disebutkan bahwa Rumah Zakat melakukan evaluasi setiap pagi dan akhir tahun. Lebih detailnya terkait evaluasi yang diadakan setiap pagi seperti yang disampaikan oleh Ibu Yunita.

“Kita itu ada inspirasi pagi namanya, jadi kita setiap pagi itu ketemu untuk menyampaikan kendala-kendala apa yang dihadapi begitu. Kalo monitoring dari pusat itu biasanya ada bagiannya yang mengirim laporan ke pusat dan akan dipantau terus oleh pusat, begitu. Kadang kita juga

melaksanakan inspirasi pagi di kantor setelah itu inspirasi pagi gabungan dengan pusat melalui zoom, nah disitu juga biasanya dicek apa saja yang sudah dilakukan, terus apa kendalanya nah disitu disampaikan dalam satu waktu itu". (wawancara 05/01/2022)

Berdasarkan hasil wawancara dua narasumber di atas dijelaskan bahwa Rumah Zakat sebagai Lembaga profesional melaksanakan monitoring dan evaluasi dengan melakukan evaluasi setiap akhir tahun dan mengadakan inspirasi pagi untuk membahas kendala dan apa yang akan dilakukan selanjutnya terkait kelanjutan program yang sudah dijalankan. Tentu dalam hal ini seluruh pengurus akan dimonitoring dan dievaluasi dan yang memonitoring adalah orang tertentu saja seperti yang dikatakan oleh Ibu Yunita: *"Seluruhnya ya, kalo yang memonitoring kita itu Branch Manager atau Kepala Cabang itu Pak Asrul dan pusat. Kalo dari pusat, masing-masing bagian ada yang monitoringnya sendiri dan saya di bagian funding ada juga monitoringnya sendiri oleh pusat. Kalo di cabang itu dimonitoring oleh Branch Manager atau Pak Asrul. Kalo dari pusat, masing-masing bidang jugadimonitoring oleh pusat dengan orang yang berbeda. Jika masalah kecil yang bisa diatasi oleh pak BM maka ke BM dulu, tapi kalo sudah tidak bisa maka ke pusat. Intinya ya tetap setiap bidang disini dipantau oleh pusat"* (wawancara 05/01/2022)

Berdasarkan pernyataan di atas jelas bahwa cabang tidak hanya dimonitoring oleh Branch Manager/Kepala Cabang tetapi juga dimonitoring oleh pengurus pusat yang mana setiap bidang dimonitoring oleh orang yang berbeda. Setelah melakukan monitoring dan evaluasi tentu pengurus menjadi sangat paham tentang pentingnya dilakukan monitoring dan evaluasi setelah melaksanakan program-program tersebut. Pentingnya monitoring dan evaluasi tersebut dikatakan oleh Pak Asrul:

"Ya karena memang karena kita ingin melihat apa kesalahan, apa kelemahan, apa kelebihan, apa peluang, dan apa saja

yang harus dipertahankan sehingga kita tau apa saja yang harus diperbuat ke depan terus mejalankannya atau menghentikannya atau melanjutkannya atau memperkecil atau memperbesar" (wawancara 02/02/2022)

Berdasarkan pernyataan di atas jelas bahwa monitoring dan evaluasi itu sangat penting dilakukan untuk mengetahui kendala- kendala, kelemahan, dan kelebihan dari program-program yang sudah terlaksana dan diharapkan nantinya akan menemukan peluang- peluang yang memiliki potensi ke depannya. Setelah itu akan dibuat keputusan mengenai implementasi program tersebut.

Setelah melakukan monitoring dan evaluasi, tentu sudah didapatkan sebuah hasil dari berbagai proses yang sudah dilalui. Adanya hasil akan menunjukkan suatu bentuk keberhasilan yang sudah dicapai.

Tabel 1
Hasil Iaporan Penerimaan Donasi Rumah Zakat Skala Nasional Tahun 2019, 2020, dan 2021

Dana	2019	2020	2021
Offline	Rp285.399.630.707,00	Rp323.527.122.305,00	Rp373.984.731.336,00
Online	Rp2.461.147.163,00	Rp2.426.631.400,00	Rp5.810.418.468,00
Total	Rp287.860.777.870,00	Rp325.953.753.705,00	Rp379.795.149.804,00

Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, tahun 2022

Tabel di atas merupakan data penerimaan donasi yang ditampilkan oleh Rumah Zakat Pusat baik penerimaan secara offline maupun online dalam skala nasional yang mengalami peningkatan setiap tahunnya dikutip dari Iaporan keuangan dalam website resmi Rumah Zakat.

Tabel 2
Hasil Iaporan Penerimaan Donasi Offline Rumah Zakat Kalimantan Barat Tahun 2019, 2020, dan 2021

No.	Tahun	Jumlah Penerimaan Offline
1.	2021	Rp1.343.341.300,00
2.	2020	Rp1.229.296.200,00
3.	2019	Rp1.111.792.100,00

Sumber: Hasil Dokumentasi Penelitian, tahun 2022

Tabel di atas menampilkan data penerimaan donasi via offline Rumah Zakat Kalimantan Barat sebanyak 1,3 miliar rupiah pada tahun 2021 yang kembali mengalami peningkatan dari penerimaan pada tahun sebelumnya. Dokumentasi di atas juga menjadi salah satu bukti efektivitas strategi fundraising yang diterapkan oleh Rumah Zakat Kalimantan Barat.

Selain mendapatkan dana hasil dari strategi fundraising, Rumah Zakat juga melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kinerja masing-masing Konsultan Ziswaf berdasarkan hasil dari implementasi strategi fundraising seperti yang disampaikan oleh Pak Syafiq: *“Masing-masing funding diberi raport. Kita juga diberi tantangan agar per SDM diberi target sekian untuk menghimpun dana. Setelah dievaluasi nanti akan ketahuan ada yang biru hijau, kuning, dan ada yang merah. Bagi yang tidak berhasil akan dicari tau dan ternyata dia tidak paham maka akan diberi treatment yang berbeda seperti diberi pelatihan terus-menerus sampai dia paham dengan standar yang sudah ditetapkan oleh Rumah Zakat. Bagi yang berhasil maka tantangannya akan dinaikkan agar kita selalu berkembang dan tidak jalan ditempat. Adapun kategori biru itu 100% tercapai, hijau itu 80 sampai dibawah 100%, kuning itu 60 sampai 80%, dan merah itu di bawah 60%”*. (wawancara 13/01/2022)

Berdasarkan pernyataan di atas diketahui bahwa selain melakukan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui kendala, kelemahan, kelebihan, dan solusi terkait program yang diimplementasikan, para pengurus juga diberikan raport masing-masing terhadap kinerja yang sudah dilakukan termasuk pencapaian target yang sudah diberikan. Rumah Zakat juga memberikan treatment yang berbeda hingga diberikan pelatihan bagi pengurus yang tidak berhasil dan bagi yang berhasil diberikan tantangan dengan meningkatkan targetnya agar terus berkembang serta

mendapatkan hasil yang Lebih baik Lagi ke depannya.

Tahapan selanjutnya setelah implementasi adalah melakukan monitoring dan evaluasi agar kegiatan maupun program yang sudah direncanakan dapat berjalan secara maksimal. Pada tahapan ini Rumah Zakat melakukan monitoring setiap dalam pelaksanaan kegiatan dan evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan program. Menurut Ma'layu S.P. Hasibuan berpendapat bahwa aktivitas dasar dalam evaluasi strategik di antaranya (Yunus, 2016):

- a. Meninjau ulang faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategik saat ini;
- b. Mengukur kinerja; dan
- c. Mengambil tindakan korektif.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dijelaskan bahwa dalam menjalankan kegiatan maupun program agar tujuan yang sudah direncanakan dapat tercapai maka perlu adanya kontrol. Hal inilah yang juga dilakukan oleh Rumah Zakat dalam melakukan tahapan *controlling* (pengawasan) yaitu dengan monitoring dan evaluasi.

Rumah Zakat melakukan monitoring setiap dalam pelaksanaan kegiatan dan evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan program. Monitoring dan evaluasi ini sendiri dilakukan setiap pagi harinya dengan mengadakan “Inspirasi Pagi dan setiap akhir tahun dengan mengadakan rapat tahunan. Maka dari itu, akan diketahui kendala, kelemahan, kelebihan, dan solusi terkait program yang sudah direncanakan dan dilaksanakan sebelumnya.

Tidak hanya program saja yang dievaluasi, sumber daya manusia Rumah Zakat juga turut dievaluasi dengan diberikan penilaian kinerja dengan pemberian raport yang dari itu tersebut nantinya ditentukan akan diberikan pelatihan atau tantangan sehingga Rumah Zakat sebagai Lembaga profesional bisa terus berkembang menjadi Lebih baik Lagi.

KESIMPULAN

Peneliti dapat menyimpulkan mengenai Strategi *Fundraising* Rumah Zakat

Kalimantan Barat yaitu (1) Formulasi Strategi Rumah Zakat Kalimantan Barat adalah metode *fundraising* tidak Langsung (*Indirect Fundraising*), pembuatan program unggulan, dan Layanan. (2) Pengorganisasian Rumah Zakat Kalimantan Barat adalah dengan proses penentuan, pengelompokan, pengaturan berbagai kegiatan, bahkan penetapan dan pendelegasian wewenangnya. (3) Pelaksanaan Rumah Zakat Kalimantan Barat adalah dengan melakukan sosialisasi, kolaborasi, melaksanakan program Layanan, melakukan ijab qabul, membacakan do'a saat donatur berdonasi Langsung, melakukan konfirmasi donasi kepada donatur yang transfer donasi via ATM yg juga sebagai pengganti ijab qabul, melakukan penjemputan donasi, dan *maintenance* donatur yang terdata melalui WhatsApp Blaster dalam bentuk penawaran program Rumah Zakat. (4) Evaluasi Rumah Zakat Kalimantan Barat dengan pemberian raport yang dari itu nantinya ditentukan akan diberikan pelatihan atau tantangan sehingga Rumah Zakat sebagai Lembaga profesional bisa terus berkembang menjadi Lebih baik lagi dan mendapat hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aas Asiyah, Irfan Sanusi, Ali Aziz, A. A. (2019). Fungsi Perencanaan dalam Penyelenggaraan Pembinaan Manasik Ibadah Haji. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 4(4), 343–362. <https://doi.org/10.15575/TADBIR.V4I4.1708>
- Dian Adi Perdana, S. M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Manajemen Zakat Fitrah Pada Masa Pandemi Di Desa Motolohu Kecamatan Helumo Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. *Turast: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 9(2), 123–133. <https://doi.org/https://doi.org/10.15548/turast.v9i2.2760>
- Guntur, S. S. dan A. R. (2021). Strategi Fundraising Dan Filantropi Dalam Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Di Kabupaten Sambas. *Al-Muttaqin : Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 6(2), 103–115. <http://www.journal.iaisambas.ac.id/index.php/Al-Muttaqin/article/view/414>
- Hamzah, D. A. P. dan A. R. (2021). FENOMENA MANAJEMEN ZAKAT FITRAH DI DESA MOLALAHU KECAMATAN PULUBALA KABUPATEN GORONTALO. *AT-TASYRI: Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.47498/ta-syri.v13i1.433>
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi aksara. <https://pustaka.unimal.ac.id/opac/detail-opac?id=3394>
- Nazara, D. S. (2017). Pengaruh Penerapan Fungsi Manajemen Terhadap Optimalisasi Kerja Pada Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kabupaten Nias. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Pembnas (JAM PEMBNAS)*, 2(1), 1–7. <https://ejournal.stiepembnas.ac.id/index.php/jampembnas/article/view/29>
- Ngasifudin, M. (2015). Konsep Sistem Pengelolaan Zakat Di Indonesia Pengentas Kemiskinan Pendekatan Sejarah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 5(2), 219–231. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).219-231](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).219-231)
- Nopiardo, W. (2017). Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar. *IMARA: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 1(1), 57–71. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31958/imara.v1i1.991>
- Reza Maulana, Yoki Firmansyah, H. A. (2019). Sistem Informasi Pelayanan Donatur Pada Komunitas 1000 Guru Kalbar Berbasis Website. *Jurnal INFORMATIKA*, 11(2), 24–30. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36723/juri.v11i2.161>
- Yuliar, A. (2021). Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat

Di Era Digitalisasi. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 2(1), 65–76.

<https://doi.org/https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v2i1.3222>

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Andi Offset.

Zakat, R. (2021). *Prestasi-Prestasi Rumah Zakat*. <https://www.Rumahzakat.Org/>.
<https://www.rumahzakat.org/id/>