

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Tugas dan Fungsi Unit Fundraising Zakat**

Tujuan dari fundraising bagi sebuah organisasi pengelola zakat adalah pengumpulan dana sesuai dengan istilahnya (fundraising) berarti pengumpulan uang. Namun yang dimaksud disini bukanlah uang saja, tetapi dana dalam arti yang luas. Termasuk didalamnya barang dan jasa yang memiliki nilai materi. Walaupun demikian dana dalam arti uang adalah penting. Mengingat sebuah organisasi nirlaba (OPZ) tanpa menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya yang dihasilkan. Sehingga apabila sumber daya sudah tidak ada maka organisasi akan kehilangan kemampuan untuk terus bertahan menjaga kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa fundraising yang gagal, meskipun memiliki bentuk keberhasilan yang lain.

- a. Menghimpun para muzaki dan donator. OPZ yang baik adalah OPZ yang setiap hari memiliki data pertambahan muzaki dan donator. Sebenarnya yang dibutuhkan adalah pertambahan jumlah dan untuk program pemberdayaan masyarakat beserta operasionalnya. Ada dua hal yang bisa dilakukan oleh OPZ untuk tujuan ini, pertama, menambah jumlah sumbangan dana dari setiap donator dan muzaki, dan kedua, menambah jumlah donator dan muzaki itu sendiri.
- b. Meningkatkan rasa citra lembaga juga menjadi salah satu tujuan dari fundraising. Aktifitas fundraising yang dilakukan oleh sebuah organisasi pengelola zakat, baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk cara organisasi itu sendiri. Dengan gambaran-gambaran yang diberikan melalui interaksi baik langsung maupun tidak langsung akan menumbuhkan citra rasa yang bersifat positif maupun negative. Dengan citra ini, setiap anggota masyarakat akan mempersepsi organisasi pengelola zakat, yang dilanjutkan dengan mengambil sikap dan menunjukkan perilaku terhadap OPZ jika citra yang tertanam dibentuk para muzaki dan donator terhadap OPZ positif, maka masyarakat akan mendukung, dan bersimpati dengan memberikan sumbangan ZIZ-nya. Namun sebaliknya, apabila citra yang ada didalam bentuk anggota masyarakat terhadap OPZ negative, maka mereka akan menghindariantisipasi dan mencegah orang untuk memberikan sumbangan dan zakat, infaq dan shadaqahnya kepada lembaga.
- c. Menjaga loyalitas muzaki dan donator agar tetap memberikan sumbangan dana ZIS-nya kepada OPZ. Walaupun harus dengan

pengorbanan untuk memberikan sumbangan dana tersebut. Pengorbanan yang dilakukan muzaki dan donator seolah tidak terasa setelah mendapat imbalan rasa puas dari pengorbanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Jadi tujuan memuaskan donatur adalah tujuan yang bernilai jangka panjang, meskipun kegiatannya dilakukan setiap hari.

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 yang membahas mengenai pengelolaan zakat bahwa dalam melaksanakan tugas pengelolaan ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) BAZNAS memiliki kewenangan untuk membentuk Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) untuk membantu mengoptimalkan tugas pengumpulan ZIS pada daerah yang menjadi wilayah dari BAZNAS setempat. Tata kelola UPZ memiliki regulasi resmi yang tercantum dalam peraturan BAZNAS Nomor 2 Tahun 2016 tentang prosedur pembentukan dan tata kerja UPZ. Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) dibentuk untuk membantu OPZ (BAZNAS, LAZ) Kabupaten atau Kota untuk melakukan *fundraising* zakat pada institusi yang bersangkutan. Namun jika diperlukan terkadang dalam pelaksanaan penyaluran zakat UPZ dapat melaksanakan tugas perbantuan dari BAZNAS yang menaunginya. Dalam melaksanakan tugasnya baik BAZNAS provinsi ataupun BAZNAS kota, BAZNAS berhak membentuk dan UPZ memiliki fungsi :

1. Melakukan sosialisasi serta edukasi tentang pentingnya menunaikan zakat, infaq, sedekah, pada lingkungan sekitar daerah organisasi yang menaungi UPZ
2. Melaksanakan kegiatan pendataan dan pelayanan kepada Muzakki
3. Melaksanakan kegiatan pendataan pada mustahik yang menerima pendistribusian dana ZIS.
4. Mempunyai Nomor Pokok Wajib Zakat (NPWZ) dan juga Bukti Setor Zakat (BSZ) yang diterbitkan oleh BAZNAS, BAZNAS Provinsi, atau BAZNAS Kabupaten atau Kota kepada muzakki di institusi masing-masing.
5. Penyusunan RKAT UPZ untuk program pengumpulan dan tugas perbantuan pendistribusian dan benda kegunaan zakat.
6. Menyusun laporan kegiatan pengumpulan dan tugas perbantuan penyaluran zakat BAZNAS, BAZNAS Propinsi, atau BAZNAS Kabupaten/Kota.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Baznas, *Keputusan Ketua Badan Amil Zakat Nasional Nomor 25 Tahun 2018 Tentang Pedoman Pengelolaan Unit Pengumpulan Zakat Badan Amil Zakat Nasional* (Jakarta: <http://www.baznas.go.id>, 2018).

## B. Konsep Manajemen Fundraising

Manajemen *fundraising* merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan juga pengawasan untuk suatu kegiatan yang dilakukan untuk dapat mengembangkan organisasi dan mencapai tujuan dari organisasi. Yang mana dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui manajemen fundraising yang diimplementasikan oleh Jaringan Pengelolaan Zakat, Infak Shadaqah (JPZIS) Yayasan Sedekah Jama'ah Pati. Adapun teori rincinya sebagai berikut:

### 1. Manajemen

#### a. Pengertian Manajemen

Manajemen atau dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan yang dimaksud adalah proses atau pelaksanaan kegiatan yang diatur berdasarkan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Manajemen adalah suatu proses pelaksanaan kerja yang disusun secara sistematis dengan melibatkan pembimbing atau pengarahan pada suatu kelompok atau organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan.<sup>2</sup> Winardi mendiskripsikan bahwa :

“Manajemen adalah suatu proses yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara melakukan sebuah perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*) dan pengendalian (*controlling*) dengan cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.”<sup>3</sup>

Menurut G.R Terry

“Manajemen merupakan suatu proses yang memiliki ciri khas terdiri dari kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan sesuai dengan yang telah ditetapkan di awal perencanaan untuk mencapai sasaran-sasaran melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.”

Menurut Andrew F Sikula

“Manajemen sangat erat kaitannya dengan tindakan-tindakan organisasi yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengaruh, kepemimpinan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap

---

<sup>2</sup> Nazarudin, *Manajemen Strategik*, ed. by Nyimas Amrina Rosyada dan Haryono, 1st edn (Palembang: CV. Amanah, 2018).

<sup>3</sup> Winardi, *Sejarah Perkembangan Pemikiran Dalam Bidang Manajemen* (Bandung: Mandar Maju, 2022).

organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien.”<sup>4</sup>

Manajemen merupakan proses yang dilakukan oleh suatu lembaga untuk mencapai tujuan dari organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki melalui persiapan kerangka kinerja yang sudah terencana terorganisasikan, dipimpin untuk dapat dikendalikan kinerjanya. Disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu proses pemanfaatan sumber daya untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tujuan organisasi melalui cara yang sudah ditetapkan.<sup>5</sup>

#### **b. Fungsi – Fungsi Manajemen**

Berdasarkan pendapat dari George R. Terry manajemen dapat dideskripsikan melalui beberapa fungsi manajemen yaitu Perencanaan (Planning), Pengorganisasian (Organizing), Penggerakan (Actuating), Pengendalian (Controlling). Uraianya sebagai berikut:

- a. Perencanaan (*planning*) proses awal yang harus dilakukan oleh organisasi meliputi penetapan tujuan organisasi, menetapkan strategi apa yang digunakan agar tujuan organisasi dapat tercapai secara keseluruhan serta merumuskan sistem perencanaan untuk kemudian dapat dikendalikan dan diawasi kinerja dari organisasi sampai mencapai tujuan organisasi.
- b. Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses pembentukan struktur organisasi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh organisasi untuk mencapai tujuan organisasi, dan disesuaikan dengan sumber daya yang dimilikinya, maupun lingkungan kerja.
- c. Kepemimpin (*leading*) adalah suatu proses pembimbingan yang memiliki tujuan untuk mengarahkan (*directing*), dan juga mempengaruhi (*influencing*) para pekerja dalam organisasi agar para pekerja atau bawahannya untuk dapat memberikan segala upaya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

---

<sup>4</sup> Malayu Hasibuan, *Manajemen : Dsar, Pengertian Dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007).

<sup>5</sup> John Suprihanto, *Manajemen*, ed. by Sutarno (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2018).

d. Pengendalian (*controlling*) adalah proses mengawasi (*monitoring*), membandingkan, (*comparing*), dan mengoreksi (*correcting*) kinerja. Yang dimaksud pengendalian disini adalah memastikan bahwa seluruh kerangka kerja yang sudah ditetapkan pada proses perencanaan, pengorganisasian data diterapkan sesuai dengan tujuan organisasi dengan tercapainya target yang sudah ditentukan sekaligus untuk melakukan perubahan jika ada yang tidak sesuai dengan rencana awal.

Tujuan Fundraising dalam sebuah organisasi untuk pengumpulan dana. Pengumpulan dana disini tidak berupa uang saja, didalamnya termasuk barang, jasa yang memiliki nilai materi, meski dana dalam arti uang memiliki peran yang penting, karena sebuah organisasi zakat tanpa dana tidak akan berjalan dengan baik, karena dalam operasional membutuhkan dana dalam arti uang. Fundraising mempunyai tujuan memuaskan donatur dan Muzakki, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang, yaitu menjaga loyalitas Muzakki dan donatur agar tetap memberikan bantuan kepada LAZ.

## 2. Fundraising

### a. Pengertian Fundraising ZIS

Menurut Frianto Pandia *fundraising* adalah suatu usaha yang untuk menarik dan mengumpulkan dana oleh lembaga atau organisasi dari masyarakat yang kemudian ditampung dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito surat berharga lainnya.<sup>6</sup>

Sedangkan menurut Putra fundraising zakat merupakan kegiatan mengumpulkan dana zakat dari Muzakki pada lembaga zakat yang selanjutnya didistribusikan kepada mustahik sesuai dengan ketentuan syariat yang sudah ditentukan. Dalam prakteknya fundraising dana zakat di negara Indonesia menjadi wewenang dari BAZ dan LAZ dimana hal tersebut tidak akan mencapai optimal jika tidak dibantu dengan dukungan dari seluruh masyarakat. Fundraising pada LAZ perlu dioptimalkan untuk meningkatkan kemanfaatan dana zakat bagi masyarakat yang membutuhkan.<sup>7</sup> Penghimpunan zakat adalah

---

<sup>6</sup> Frianto Pandia, *Bank, Manajemen Dana Dan Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).

<sup>7</sup> Tika Widiastuti dan Sri Herianingrum, *Ekonomi Dan Manajemen ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf)* - Google Books (Surabaya: Airlangga University Press)

mengumpulkan dana zakat dari Muzakki mulai dari perorangan perusahaan institusi maupun organisasi.

Menghimpun dana ZIS tidak hanya sekedar mendapatkan dana dari hasil *fundraising* saja akan tetapi yang dimaksudkan adalah bagaimana mewujudkan tujuan organisasi melalui fundraising dana agar organisasi dapat kokoh dan mampu bertahan di masa depan serta dapat menyusun rencana perluasan dan pengembangan.<sup>8</sup>

#### b. Tujuan Fundraising ZIS

Aktivitas *fundraising* ZIS memiliki tujuan diantaranya yaitu :

1. Melaksanakan kegiatan pengumpulan dana. Yang dimaksud dana ialah pendapatan yang digunakan untuk menopang daya operasional pengelolaan lembaga.
2. Menambah ketertarikan masyarakat untuk menunaikan zakat. Dengan tetap menjaga donator yang lama, dan menambah calon donatur baru.
3. Memberikan informasi kepada donator terkait pengembangan organisasi melalui program kerja yang sudah dilaksanakan untuk menjaga kepercayaan donatur.
4. Membangun kepercayaan dan komunikasi untuk dapat berinteraksi terus dengan masyarakat.
5. Memuaskan donatur.<sup>9</sup>

#### c. Model Fundraising ZIS

Zakat pada setiap lembaga atau organisasi memiliki tujuan yang sama untuk melakukan pengelolaan secara optimal sebagai upaya untuk meningkatkan pemerataan kesejahteraan umat dengan melalui memperbaiki perekonomian para penerima zakat atau mustahik. Pada prakteknya penghimpunan dana zakat di Indonesia dilakukan oleh lembaga amil zakat yang telah ada pada realitanya belum dapat dilakukan secara optimal sehingga realita penghimpunan dana zakat di Indonesia masih jauh dari potensi yang dimiliki Indonesia. Pendistribusian zakat merupakan aktivitas penyaluran dana yang bersifat konsumtif dan disalurkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar mustahik dalam jangka pendek.

---

<[https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_dan\\_Manajemen\\_ZISWAF\\_Zakat\\_Infak/2Q1pEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=getbook](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_dan_Manajemen_ZISWAF_Zakat_Infak/2Q1pEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=getbook)> [accessed 16 January 2023].

<sup>8</sup> Michael Norton, *Menggalang Dana: Pedoman Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat*, 4.

<sup>9</sup> Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail Untuk Fundraising* (Jakarta: PIRAMEDIA, 2005).

Potensi yang dimiliki oleh zakat dalam meningkatkan perekonomian suatu negara dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan umat maka sangat perlu dilakukan pengoptimalisasian pengelolaan zakat pada setiap lembaga zakat yaitu dengan membangun pengelolaan yang berbasis modern profesional bukan lagi tradisional ataupun konvensional. Optimalisasi pengelolaan zakat pada lembaga zakat dapat dilakukan dari mulai penguatan tata kelola pada lembaga tersebut hingga pada penguatan pengawasan lembaga zakat. Untuk mengelola lembaga agar dapat terus berkembang dan berada di samping masyarakat diperlukan strategi yang tepat untuk menghimpun dana ZIS. Ada dua metode yang dapat digunakan yaitu: langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*).

- a. Metode langsung (*direct fundraising*) yaitu metode pengumpulan yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Contoh dari metode langsung ini yaitu:
  - 1) *Home visit* (berkunjung kerumah), perwakilan dari lembaga pengelola zakat melakukan kunjungan langsung kerumah masyarakat biasanya sudah ditentukan daerah wilayahnya untuk kemudian dilakukan survei guna untuk memberikan informasi atau mengingatkan orang untuk menunaikan zakat serta memberikan kemudahan pada orang untuk menunaikan zakat.
  - 2) *Direct mail* (pengiriman surat secara langsung), yakni metode pengiriman surat yang dilakukan oleh lembaga zakat kepada orang, lembaga dan juga perusahaan untuk mengajak mereka menunaikan berzakat.
  - 3) *Telefundraising* (menelpun secara langsung), dengan cara menghubungi melalui telepon kepada donatur ataupun muzaki yang telah tercatat dalam data dan mengajak mereka untuk menunaikan ZIS lagi.
  - 4) *Bank account* (pemotongan dari bank), pihak lembaga yang sudah bekerjasama dengan pihak bank biasanya akan memotong setiap gaji yang diterima oleh orang yang bekerja dimana biasanya juga sudah bekerjasama dengan instansi atau perusahaan tertentu dan dilakukan pemotongan atas izin dan pengetahuan para pekerja yang gajinya sudah termasuk wajib zakat.
  - 5) *Discount on merchandise bought* (mendiskonkan barang dagangan).

- 6) *Direct advertising* (iklan langsung), yakni menggunakan cara memberikan brosur-brosur langsung kepada muzakki atau donatur.
  - 7) Presentasi langsung dapat dilakukan ketika diadakan acara sosialisasi yang mendatangkan masyarakat secara langsung dan massa yang banyak.
  - 8) *Work place visit* (mengunjungi tempat kerja) yakni pihak dari lembaga melakukan kunjungan ditempat kerja guna mensosialisasikan pentingnya menunaikan zakat kepada para pegawai.
- b. Metode tidak langsung (*indirect fundraising*) yaitu suatu cara penghimpunan yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Contoh metode ini diantaranya yaitu:
- 1) *Collection boxes at public place* (menyebarkan kotak ditempat-tempat publik), kotak-kotak infaq dan juga sedekah ini biasanya diletakkan di pertokoan, tempat makan, tempat belanja, ataupun di supermarket.
  - 2) Penyelenggaraan event, melaksanakan kegiatan atau acara dengan melibatkan perantara, menjalin relasi, melalui referensi, dan mediasi para tokoh, dan sebagainya.
  - 3) *Advertisements in media campaign* (mengiklankan kampanye di media) metode yang sedang trend digunakan oleh lembaga pengelola zakat pada saat ini dengan meminimalisir biaya iklan serta dapat menjangkau masyarakat luas dan juga cepat.<sup>10</sup>

#### d. Pengertian Pola Komunikasi Organisasi

Pola komunikasi organisasi merupakan suatu cara yang digunakan organisasi untuk menjalin hubungan komunikasi yang memiliki makna dan penyampaian yang tepat biasanya dilakukan antar individu dengan individu yang lain atau antara individu dengan organisasi. Sedangkan komunikasi organisasi dapat dilakukan secara formal maupun informal dengan cara memberikan dan menerima informasi untuk organisasi. Komunikasi formal merupakan komunikasi yang bisanya sudah digunakan oleh organisasi itu sendiri untuk menyampaikan pesan melalui memo, pernyataan, suatu kebijakan, atau ketetapan resmi yang di sampaikan melalui surat untuk kepentingan organisasi. Sedangkan komunikasi informal

---

<sup>10</sup> Hamid Abidin dan Kurniawati, *Creating Welfare For The Community With Zakat* (Jakarta: PIRAMEDIA, 2008).

artinya komunikasi yang sudah disepakati secara social dsna biasanya digunakan oleh para anggotanya secara individual.<sup>11</sup>

Komunikasi organisasi merupakan kegiatan bertukar pesan antara individu ataupun kelompok didalam organisasi dan bersifat dua arah.. Menurut Goldhalber, komunikasi organisasi memerlukan penggunaan media, tujuan, dan juga saluran selain pesan. Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan berbagi pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung guna mengatasi lingkungan yang kurang baik atau terus berubah.<sup>12</sup> Sedangkan berdasarkan dari Taylor komunikasi organisasi menganut filosofi keilmuwan manajemen yang menyatakan bahwa setiap karyawan harus bekerja sesuai dengan sifat pekerjaannya jika suatu perusahaan ingin meningkatkan produksi. Studi tentang perilaku organisasi berfokus pada bagaimana individu berperilaku dan merespons dalam berbagai jenis organisasi. Orang-orang dipekerjakan, dididik, dilatih, diberi informasi, dilindungi, dan dikembangkan dalam kehidupan organisasi. Sikap organisasi, dengan kata lain, mengacu pada bagaimana individu bertindak dalam suatu organisasi.<sup>13</sup>

### C. Penelitian Terdahulu

Peneliti menemukan banyak artikel yang memberikan gambaran singkat mengenai analisis manajeme fundraising dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS Sedekah Jamaah setelah melakukan penelusuran melalui berbagai sumber literatur. Peneliti akan mengeksplorasi berbagai permasalahan dalam penelitian ini dengan menggunakan teori ini sebagai perbandingan dari beberapa publikasi yang ditemukan. sehingga dapat menghasilkan penemuan-penemuan baru yang dapat diterapkan pada penilaian di masa depan. Berikut peniliti menampilkan beberapa jurnal terkait :

Tabel : 1

N o.	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	N.Oneng Nurul Bariyah,	Strategi Penghimpunan Dana	Metodologi penelitian	Penelitian ini bertujuan	Adapun perbedaannya adalah

<sup>11</sup> Indriyanti, 'Pola Komunikasi Organisasi Di Kantor Kecamatan Tallo Kota Makassar', *Universitas Muhammadiyah Makassar* (Muhammadiyah Makassar, 2020).

<sup>12</sup> Irene Silviani, *Komunikasi Organisasi*, ed. by Irene Silviani, 1st edn (Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka, 2020).

<sup>13</sup> Indriyanti.

	<p>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta tahun 2016</p>	<p>Sosial Ummat Pada Lembaga-Lembaga Fillantropi Di Indonesia (Studi Kasus Dompet Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompet Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta)</p>	<p>ini menggunakan akan kualitatif</p>	<p>untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk fundraising dana (<i>fundrising</i>) yang dilakukan oleh lembaga-lembaga fillantropi di Indonesia.</p>	<p>penelitian ini meneliti Lembaga-Lembaga Fillantropi Di Indonesia antara lain Studi Kasus Dompet Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompet Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah bagaimana manajemen fundraising dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS SEJAM Pati, dan karena penelitian terdahulu fokusnya lebih pada manajemen fundraising pada BAZ dan LAZ</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2	Andi Hidayat dan Mukhlisin (2020)	Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa	Metodologi penelitian ini yaitu kualitatif yang biasa disebut naturalistik.	Sistem pembayaran online yang dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa mampu meningkatkan pertumbuhan penghimpunan zakat. Serta mempermudah muzzaki menunaikan zakat.	Perbedaan terdapat pada fokus dari peneliti, lokasi dan waktu. Penelitian ini fokus pada bagaimana manajemen fundraising dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS SEJAM Pati, dan karena penelitian terdahulu fokusnya lebih pada manajemen fundraising pada BAZ dan LAZ
2	Risma Ayu Kinanti dkk (2021)	Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce Pasca Pandemi Covid-19	Metodologi penelitian <i>library reseach</i> dengan pendekatan deskriptif kualitatif	Penelitian ini membahas tentang pengoptimalan media sosial sebagai sarana <i>fundraising</i> dana zakat pasca pandemi covid-19.	Perbedaan penelitian terdapat pada fokus variable yang akan dibahas oleh penulis. Serta perbedaan lokasi. bagaimana manajemen fundraising dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS

					SEJAM Pati, dan karena penelitian terdahulu fokusnya lebih pada manajemen fundraising pada BAZ dan LAZ
3	Rizka Yasin Yusuf Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2018)	Strategi Fundraising Di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena penelitian ini lebih menekankan analisis terhadap suatu fenomena dan berorientasi untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui cara berfikir formal dan argumentatif.	Penelitian ini membahas mengenai metode penerapan strategi fundraising dan kemitraan membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima masyarakat.	Perbedaan penelitian terdapat pada fokus variable yang akan dibahas oleh penulis. Serta perbedaan lokasi. bagaimana manajemen fundraising dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS SEJAM Pati, dan karena penelitian terdahulu fokusnya lebih pada manajemen fundraising pada BAZ dan LAZ

1. Melakukan penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta dalam penelitian ini menganalisa Strategi Penghimpunan Dana Sosial Ummat Pada Lembaga-Lembaga Fillantrofi Di Indonesia seperti Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta. Serta mendeskripsikan bentuk-bentuk penghimpunan dana (*fundrising*) yang dilakukan oleh lembaga-lembaga fillantrofi di Indonesia.

Persamaan jurnal penelitian diatas dengan pelitian yaitu sama-sama membahas mengenai strategi yang digunakan oleh lembaga filantropi yang berkaitan dengan dana ummat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas oleh penulis terdapat pada tujuan akhir peneliti untuk menganalisa bagaimana manajemen fundraising dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS SEJAM Pati, dan karena penelitian terdahulu fokusnya lebih pada manajemen fundraising pada BAZ dan LAZ. Serta perbedaan lokasi dan waktu menjadikan fenomena dari permasalahan berbeda.<sup>14</sup>

2. Dari Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf dengan judul “Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce Pasca Pandemi Covid-19” membahas terkait memaksimalkan penggunaan teknologi digital untuk mengumpulkan uang zakat di tengah wabah Covid-19. Institusi juga menggunakan ini sebagai teknik pemasaran untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya zakat. Meningkatnya penggunaan zakat berkorelasi dengan pertumbuhan ekonomi bangsa yang dipengaruhi oleh semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan e-commerce online.

Pemanfaatan media digital untuk menghimpun dana zakat dalam rangka mendongkrak pertumbuhan zakat merupakan kesamaan antara penelitian tersebut di atas dengan penelitian yang akan peneliti bahas. Tujuan penelitian yang mengkaji berbagai media yang digunakan untuk memaksimalkan penggalangan dana zakat ini membedakannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Sedangkan peneliti ingin membahas analisis manajemen fundraisi dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS

---

<sup>14</sup> N.Oneng Nurul Bariyah, STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA SOSIAL UMMAT

PADA LEMBAGA-LEMBAGA FILLANTROFI DI INDONESIA  
(Studi Kasus Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa  
Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta), 1 Juni 2016

SEJAM Pati, dan karena penelitian terdahulu fokusnya lebih pada manajemen fundraising pada BAZ dan LAZ.<sup>15</sup>

3. Skripsi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan judul “Strategi Fundraising di LaznasDompot Dhuafa Jawa Tengah.” membahas terkait penerapan strategi fundraising dan kemitraan membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima masyarakat. Hasil dari penerapan ini tidak lepas dari jerih payah para karyawan dan relawan Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Namun masih ditemukan kekurangan dalam penerapan strategi fundraising, masih dibutuhkannya penyesuaian dengan lokasi ataupun karakteristik masyarakat sekitar menjadi kendala kurang optimalnya implementasi strategi fundraising yang digunakan.

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian yang akan penulis bahas adalah menganalisa penggunaan startegi yang dilakukan oleh lembaga pengelolaan ZIS dan kendala apa saja yang dihadapi oleh lembaga serta penyelesaian yang dilakukan. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada fokus dari penelitian dimana pada penilitian ini membahas startegi kemintraan untuk menghimpun dana ZIS. Sedangkan peneliti ingin membahas terkait manajemen fundraising dana ZIS yang dilakukan oleh JPZIS SEJAM Pati, dan karena penelitian terdahulu fokusnya lebih pada manajemen fundraising pada BAZ dan LAZ.<sup>16</sup>

#### **D. Kerangka Berpikir**

Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) Yayasan Sedekah Jama'ah atau dalam Lembaga Amil Zakat Nahdlatul Ulama disebut dengan JPZIS SEJAM, merupakan salah satu organisasi sosial berbasis agama yang cukup mandiri dalam mengelola admnistrasi dan eksistensi organisasi filantropi di Pati. Keberadaan JPZIS SEJAM yang menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan penghimpunan dan pengelolaan dana ZIS agat tercapainya kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program kemanusiaan dan keagamaan. JPZIS SEJAM menjadi garda terdepan dalam terselenggaranya penunaian ZIS di wilayah desa Muktiharjo Pati, dengan memnafaat sumber daya yang ada untuk menerapkan manajemen fundraising dana pendekatan dan pengenalan program JZPZIS SEJAM dikenalkan kepada msasyarakat sekitar yang tentunya dari aspek metode ataupun startegi sudah disesuaikan dan ditetapkan secara sistematis.

---

<sup>15</sup> Risma Ayu Kinanti dkk, “Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Instiusional Indonesia Melalui E-Commerce Pasca Pandemi Covid-19”, Tahun 2021

<sup>16</sup> Rizka Yasin Yusuf, “Strategi Fundraising di LaznasDompot Dhuafa Jawa Tengah” Tahun 2018.”

Dalam menentukan keputusan untuk memberikan donasi ataupun menunaikan zakat peran komunikasi atau penggunaan strategi komunikasi yang tepat. Karena memiliki peran yang sangat vital dalam berkembangnya program-program yang ada di JPZIS kegiatan fundraising ini harus benar benar di perhatikan. Karena itu, citra dari lembaga dapat dilihat dari bagaimana metode yang digunakan untuk menghimpun serta mendayagunakan dana keagamaan ini agar mampu memberikan kepuasan kepada donator atau muzaki serta meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menunaikan ZIS. Sehubungan dengan itu SEJAM menerapkan strategi pendekatan donatur dengan berbagai metode, seperti yang sudah dilakukan yaitu menggunakan komunikasi langsung dengan calon donator atau donator yang sudah pernah menunaikan ZIS, atau menggunakan metode tidak langsung yang diselenggarakan melalui kegiatan atau acara keagamaan yang diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat. Keberadaan dari JPZIS Sejam dtidak lepas dari peran LAZISNU Pati sebagai OPZ yang menaungi JPZIS Sejam di Pati. Diharapkan mampu menjadi kepanjangan tangan dari LAZISNU Pati dan mengelolan dana sosial dan keagamaan lainnya di tingkat desa JPZIS harus memahami peran dan fungsinya dengan benar dan sesuai dengan arahan LAZISNU Pati. Maka peneliti memfokuskan masalah penelitian ini pada analisis manajemen fundraising dana zakat, infaq dan sedekah (ZIS) studi kasus JPZIS Yayasan Sedekah Jamaa'ah Pati.

Gambar : 2

