

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Organisasi

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 yang mengatur tentang pengelolaan zakat yang dimana dalam peraturan tersebut mengatur bahwa BAZNAS adalah badan atau organisasi yang mengatur tentang pengelolaan zakat di Indonesia. Di dalam praktiknya, badan pengelola zakat khususnya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) harus memiliki sebuah manajemen organisasi dalam menjalankan tugasnya, hal ini diharapkan mampu membantu lembaga pengelola zakat agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.

Manajemen organisasi yang dimaksud dalam hal ini adalah rencana dalam suatu organisasi yang dirancang untuk memfasilitasi tujuan organisasi. Tanpa manajemen, suatu organisasi mungkin tidak dapat melaksanakan tugasnya dengan benar dan optimal, hal ini bisa berdampak pada waktu yang digunakan dalam mencapai tujuan akan lebih lama untuk dicapai atau mungkin tidak dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Berdasarkan hal tersebut, BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat negara mempunyai kemampuan dan harus konsisten dengan manajemen organisasi yang ada dalam menjalankan amanahnya untuk mencapai hasil yang optimal. Adapun tahapan manajemen organisasi zakat BAZNAS adalah sebagai berikut:¹

1. Perencanaan (*Planning*)

Rencana atau *plan* merupakan suatu kebutuhan pokok yang harus dipersiapkan secara matang untuk mencapai suatu tujuan. Rencana yang baik harus mencakup beberapa hal seperti apa yang perlu dilakukan, bagaimana cara melakukan, mengapa harus dilakukan, dimana harus dilakukan dan kepada siapa kegiatan tersebut harus dilakukan. Misalnya rencana organisasi

¹ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Bandung:CV Pustaka Setia,2013), 280-282.

zakat harus mencakup sumber daya manusia yang diperlukan, dan menetapkan pengumpulan dana untuk didistribusikan sesuai dengan hukum Islam.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah membagi tugas diantara pihak-pihak yang terlibat dalam BAZNAS dengan menggunakan sarana dan prasarana serta dapat mempertanggung jawabkan tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Organisasi lembaga zakat menempati posisi *strategis* dalam optimalisasi penghimpunan dana zakat serta penyaluran dan pencairan dana zakat.

3. Pengarahan (*Actuating*)

Pengarahan dilakukan melalui komunikasi dan koordinasi dalam proses pelaksanaan program yang dilakukan oleh pemerintah. Setiap organisasi pengelolaan zakat harus paham bagaimana tugas para anggotanya dan harus diterapkan dengan baik sehingga pelayanan organisasi pengelolaan zakat dapat terarah dan terintegrasi dengan baik.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan bertujuan untuk mengetahui apakah tugas maupun pelaksanaan yang dilakukan oleh BAZNAS berjalan sesuai dengan perencanaan awal atau tidak. Dengan adanya pengawasan dapat diketahui kelemahan dan kelebihan yang dimiliki suatu organisasi dan dapat diketahui bagaimana cara amil dalam memperbaiki, guna meningkatkan kinerja BAZNAS.²

Berdasarkan pengertian diatas dalam melaksanakan tahapan manajemen organisasi, terdapat beberapa tujuan dari pelaksanaan manajemen organisasi tersebut yang harus kita ketahui, yaitu sebagai berikut:

1. Berfungsi untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai bersama menggunakan berbagai tingkat kepemimpinan perusahaan yang sesuai dengan manajemen organisasi.
2. Memantau hasil dan membangun perusahaan yang lebih kuat.

² Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, 285.

2. Manajemen Strategi

Suatu lembaga atau organisasi dikatakan berhasil apabila lembaga tersebut berhasil dikembangkan. Oleh karena itu, setiap organisasi dan lembaga perlu mengembangkan manajemennya. Manajemen strategi merupakan salah satu bentuk manajemen penting yang mendukung perkembangan suatu organisasi. Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan manajemen yang berulang dan berkesinambungan, termasuk perumusan strategi jangka pendek dan jangka panjang, *implementasi*, dan aktivitas *evaluasi* untuk keseluruhan organisasi atau lembaga manapun untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Manajemen strategi melibatkan tugas pengambilan keputusan strategi yang menetapkan tujuan dan sasaran. Manajemen strategi menentukan tindakan yang akan diambil di masa depan dan orang-orang yang dipilih untuk melaksanakan tindakan tersebut. Manajemen strategi kemudian meninjau aktivitas *operasional* dan pihak-pihak yang bertanggung jawab, serta pemangku kepentingan yang terlibat dalam mencapai tujuan. Singkatnya fungsi manajemen strategi digunakan untuk membuat keputusan *strategis*, mempersiapkan serta meninjau atau *menevaluasi* rencana *strategis*.³ Adapun tahapan manajemen strategi yang harus kita ketahui dalam menjalankan strategi adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan Arah dan Tujuan

Perusahaan perlu menetapkan tujuan yang jelas dan *realistis*. Tujuan harus mencakup apa yang ingin dicapai perusahaan dan mengapa perusahaan perlu mencapainya. Perusahaan kemudian dapat mengidentifikasi cara untuk mencapai tujuan tersebut. Pada tahap ini, perusahaan dapat mengembangkan visi dan tujuan jangka panjang atau jangka pendek.

2. Menganalisis Sumber Daya

Langkah selanjutnya adalah perusahaan harus mampu mengeksplorasi, memahami, dan mengatur kekuatan *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi

³ Robinson Pearce, Manajemen Strategis Formulasi , Implementasi Dan Pengendalian Jilid 1,h30.

bisnisnya. Perusahaan juga perlu memahami juga bahwa mereka harus kompetitif.

3. Menyusun Strategi

Setelah tahapan analisis kemudian perusahaan dapat menyusun strategi, terkait cara perusahaan mencapai tujuannya. Pada tahapan ini, perusahaan perlu mengidentifikasi sumber daya manusia, teknologi, dan sumber daya lainnya yang mereka butuhkan.

4. Menerapkan Strategi

Setelah strategi telah ditetapkan, saatnya untuk mengeksekusinya. Strategi ini mencakup segala hal mulai dari perencanaan hingga *implementasi*. Dalam fase manajemen strategi ini, sumber daya berfungsi sesuai dengan peran dan tanggung jawabnya.

5. Mengevaluasi Efektivitas Strategi

Tahap akhir dari suatu strategi mengevaluasi seberapa sukses strategi yang diterapkan dalam membawa perubahan. Perusahaan juga memantau kelayakan strategi dan operasional bisnis yang diterapkan serta mempertahankan strategi yang terbukti efektif.

Dalam hal ini, manajemen strategis berperan dalam seluruh proses operasional lembaga pengelola zakat, khususnya BAZNAS. Dengan kata lain, manajemen strategis dapat diartikan sebagai suatu proses melibatkan penetapan rencana jangka panjang, visi dan rencana serta misi jangka pendek untuk tujuan suatu organisasi atau kelompok, serta upaya dan metode untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut beberapa hal yang perlu dipertimbangkan ketika mengembangkan strategi yaitu sebagai berikut:

- a.) Menetapkan secara tepat visi, misi dan tujuan yang ingin dicapai, serta dijadikan acuan dalam kegiatan organisasi khususnya pekerjaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi.
- b.) Mengenali lingkungan dimana organisasi tersebut berada.

- c.) Melakukan analisis posisi organisasi yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup organisasi dan mencapai tujuannya.⁴

Selain itu, terdapat beberapa substansi dari manajemen strategi tersebut khususnya pada kegiatan *fundraising* yang ada di BAZNAS adalah sebagai berikut:

- a.) Program

Program menjalankan visi dan misi organisasi dengan memperkuat nalar di masyarakat. Hal ini dikarenakan perlunya pendanaan dari pihak *eksternal* dan *muzakki* harus menyumbangkan sebagian asetnya.

- b.) Metode

Sedangkan metode pendanaan adalah pola atau bentuk yang digunakan sebuah organisasi untuk menghimpun dana dari masyarakat.

Dalam praktiknya, manajemen strategi memegang peranan menyeluruh dalam seluruh aktivitas lembaga pengelola zakat khususnya BAZNAS. Salah satu kegiatan yang berlangsung dalam setiap proses manajemen strategi adalah kegiatan *fundraising* atau penghimpunan dana. *Fundraising* adalah pengumpulan dana dari masyarakat dan sumber dana lainnya baik dari individu, organisasi, perusahaan atau pemerintah yang digunakan untuk mendanai program dan kegiatan operasional lembaga yang pada akhirnya adalah mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.⁵

Dalam hal ini, proses atau kegiatan *fundraising* mencakup pendekatan strategi untuk menarik minat masyarakat dan para donatur serta mencapai seluruh tujuan dari kegiatan *fundraising* khususnya penyaluran zakat melalui BAZNAS. Dibutuhkan strategi yang digunakan dapat berupa teknik atau metode yang dapat dijadikan acuan. Metode strategis dalam hal ini dibagi menjadi dua metode yakni:

⁴ Akdon , *Strategic Manajemen for Educational Management*;Manajemen Strategis Untuk Manajemen Pendidikan,82.

⁵ M N.S.H.I., *Manajemen Pengelolaan Zakat* (Penerbit Lindan Bestari, 2022).

1) Metode *direct fundraising*

Yaitu metode yang menggunakan cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Sebagai contoh dari metode ini adalah: surat langsung

- *Direct mail*, merupakan tawaran tertulis untuk berdonasi yang dikirimkan melalui surat dan sering diartikan dengan penggalangan dana yang dilakukan dengan mengirim surat pada para donatur.
- *Telefundraising*, yaitu teknik penggalangan dana melalui telepon, dimana calon donatur dihubungi melalui telepon.
- Pertemuan langsung, suatu teknik pengumpulan dana yang melibatkan kontak langsung kepada calon donatur.

2) Metode *indirect fundraising*

Yaitu metode yang tidak melibatkan partisipasi secara langsung. Sebagai contoh dari metode ini adalah:

- *Event*, hal ini dilakukan melalui acara-acara yang diadakan dengan tujuan memanfaatkan dana acara untuk program sosial.

Melalui perantara, dengan menggunakan media seperti media cetak atau elektronik seperti: buku, browser, spanduk, dan pamflet.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia(SDM)

Organisasi dan lembaga memerlukan orang-orang yang memiliki keterampilan unggul di bidang tertentu untuk menjalankan misi dan kegiatannya. Untuk mencapai visi dan misi suatu organisasi, diperlukan seleksi sumber daya manusia yang tepat. Oleh karena itu, manajemen sumber daya manusia sangat penting bagi perusahaan dan organisasi. Semua pemangku kepentingan menyadari pentingnya pengelolaan sumber daya manusia, dan semua organisasi, baik besar atau kecil, pemerintah, swasta, sosial atau perusahaan, dapat meningkatkan diri, berkembang dan mencapai potensi mereka melalui manajemen sumber daya manusia.

Pengelolaan sumber daya manusia mencakup hal-hal yang berkaitan dengan pengembangan, pemanfaatan, dan perlindungan sumber daya manusia. Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu gerakan yang menyadari

pentingnya unsur manusia sebagai sumber daya yang mempunyai potensi penuh dan harus dikembangkan agar memberikan kontribusi maksimal terhadap pertumbuhan organisasi dan individu.⁶

Manajemen sumber daya manusia berperan penting dalam aktivitas organisasi, termasuk bagaimana organisasi tersebut berfungsi, bagaimana strategi diterapkan dan bagaimana tujuan dicapai.⁷ Berdasarkan hal tersebut, manajemen sumber daya manusia juga berperan dalam penatausahaan zakat, khususnya pada penatausahaan zakat yang ada di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). BAZNAS merupakan lembaga yang diselenggarakan secara hukum dengan landasan hukum yang baku. Dalam melaksanakan pengelolaan sumber daya manusia di BAZNAS, ada beberapa tahapan yang harus diperhatikan yaitu:

a.) Perencanaan sumber daya manusia (SDM)

Perencanaan sumber daya manusia adalah proses analisis dan identifikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi sehubungan dengan kebutuhannya. Mempertahankan sumber daya manusia yang memungkinkan organisasi dapat menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. Semuanya memerlukan perencanaan yang matang dan maksimal. Perencanaan ini meliputi perencanaan penempatan dan sumber daya manusia serta kegiatan perencanaan pekerjaan bagi sumber daya manusia. Perencanaan kualitas ini mencakup tingkat pendidikan, keterampilan, pengalaman, usia dan lain-lain untuk setiap posisi terstruktur dalam organisasi. Setelah mengetahui persyaratan kualitas calon pengelola zakat, langkah selanjutnya adalah membuat rencana kuantitas, yaitu menetapkan batasan minimal jumlah pegawai pada setiap posisi dan wilayah kerja. Selanjutnya, buat *job description* untuk setiap jabatan atau posisi, bergantung pada struktur organisasi tersebut.

⁶ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia* hal.3.

⁷ Supriyadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2015), hal 1

- b.) Proses seleksi sumber daya manusia yang berkualitas atau profesional

Seleksi adalah proses pemilihan yang dilakukan sesuai dengan yang diperlukan BAZNAS melalui tes tertulis dan wawancara terhadap sumber daya manusia yang terpilih. Surat keterangan (SK) akan diberikan kepada mereka oleh Departemen Sumber Daya Manusia jika mereka lulus proses seleksi atau diterima menjadi pegawai di lembaga pengelola zakat.

- c.) Rekrutmen dan penempatan sumber daya manusia

Rekrutmen pada dasarnya merupakan aktivitas untuk mencari dan memperoleh pekerjaan yang terdapat dalam perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan kualitas yang ditentukan sesuai dengan keinginan organisasi atau lembaga. Sedangkan penempatan yang dimaksud adalah penempatan yang diinginkan oleh BAZNAS yang terdiri dari tiga (3) bagian yaitu:⁸

- 1) Melayani *mustahik* dan *muzakki* secara langsung dengan cara datang langsung ke kantor BAZNAS.
- 2) BAZNAS di internet sudah menggunakan akun media sosial seperti *Instragam*, *Facebook* dan calon *muzakki* maupun *mustahik* dapat menghubungi pegawai lembaga pengelola zakat kapan saja, sehingga memudahkan dalam memperoleh informasi tentang BAZNAS untuk dicari.
- 3) Dapat memberikan pelayanan kepada calon *muzakki* yang ingin menyetorkan zakatnya melalui rekening antar bank.

- d.) Penampilan dan evaluasi sumber daya manusia

Dalam upaya meningkatkan pelayanan publik, pertimbangkan untuk mengevaluasi sumber daya manusia pada beberapa tahap seperti perilaku, prestasi kerja dan tingkat ketidakhadiran untuk menentukan sejauh mana peningkatan diperoleh sumber daya manusia tersebut dalam melaksanakan tugas pekerjaannya.

⁸ Supriyadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2015), hal 1.

e.) Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia

Dalam rangka peningkatan pelayanan publik dengan cara pelatihan khusus sesuai bidang masing-masing yang diselenggarakan oleh BAZNAS dengan demikian akan terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas serta merata akan pengetahuan sesuai dengan bidang masing-masing.

4. Pengelolaan Zakat

Zakat dapat diartikan sebagai keberkahan, pertumbuhan, kesucian, dan kebaikan.⁹ Menurut istilah ini pengertian zakat adalah sejumlah harta yang diwajibkan Allah SWT untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya.¹⁰ Oleh karena itu, jika pengertian zakat dikaitkan dengan kekayaan, maka menurut ajaran agama Islam kekayaan tersebut tumbuh dan bertambah karena suci dan berkah. Dengan kata lain, zakat adalah sebagian harta yang harus diberikan oleh setiap muslim yang memenuhi syarat kepada orang-orang tertentu, dengan syarat-syarat tertentu.¹¹

Adapun syarat-syarat harta yang wajib dibelanjakan zakatnya adalah sebagai berikut:

- 1.) Kepemilikan harta yang jelas atau lengkap.
- 2.) Berkembang
- 3.) Melebihi kebutuhan pokok
- 4.) Bebas hutang
- 5.) Tercapainya nisab
- 6.) Mencapai haul.

Kewajiban dan penatausahaan terkait permasalahan zakat di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang administrasi zakat. Tujuan Undang-Undang ini adalah untuk mengatur dan mengendalikan zakat serta meningkatkan produktivitas, bukan dari sudut pandang kebutuhan konsumtif. Hal ini diharapkan dapat

⁹ M.Yuuf Qardawi, *Hukum Zakat, Studi Komparatif mengenai Status dan Filsafat Islam Berdasarkan Qur'an dan Hadist*, ter. Salman Harun, (Jakarta : Litera Antar Nusa, 1987),34

¹⁰ Sofyan Hasan, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Surabaya : Al-Ikhlash, 1995), 21.

¹¹ Muhammad Daudli, *Sistem Ekonomi, Zakat dan Wakaf*, (Jakarta : UI-Press, 1995), 21.

menjamin dana masyarakat terlindungi dan dikelola dengan baik. Selain itu, kemungkinan pengumpulan zakat menjadi lebih maksimal sehingga pelayanan kepada *mustahik* juga lebih maksimal.

Dalam pelaksanaannya, pengelolaan zakat dilakukan oleh seorang petugas zakat atau seorang *Amil* yang kemudian akan disalurkan zakatnya kepada orang yang berhak menerima zakat sesuai dengan ketentuan syariat agama Islam. Petugas zakat atau *Amil* berhak mengambil zakat dari sebagian harta mereka maka terdapat orang-orang yang berhak menerima zakat.¹² Terdapat sekelompok orang yang berhak menerima zakat yang terbagi menjadi 8 golongan, yaitu:

- a) *Fakir* yaitu orang yang tidak memiliki harta dan tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya.
- b) *Miskin* yaitu orang yang mempunyai harta dan penghasilan namun tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya.
- c) *Amil* yaitu orang yang dipercaya untuk mengumpulkan dan mendistribusikan harta zakat.
- d) *Muallaf* yaitu orang yang baru masuk Islam dan belum kuat iman dan jiwanya sehingga perlu dibina agar bertambah kuat imannya supaya dapat tmenruskan Islam.
- e) *Riqab* yaitu seorang budak atau hamba sahaya, zakat ini dapat digunakan untuk menebus hamba sahaya afgar dapat dimerdekakan.
- f) *Gharimin* yaitu orang yang terjerat hutang untuk bertahan hidup
- g) *Fi Sabilillah* yaitu orang yang sedang berjuang di jalan Allah SWT, seperti melakukan dakwah atau berjihad.
- h) *Ibnu Sabil* yaitu orang yang sedang dalam perjalanan jauh atau biasa kita sebut dengan musafir. Musafir yang dimaksud adalah seseorang yang sedang dalam perjalanan jauh guna menegakkan agama Islam bukan untuk maksiat.

Selanjutnya, jika sudah terdapat golongan yang berhak menerima zakat maka proses selanjutnya dalam pengelolaan

¹² *Jurnal of Islamic Social Finance Management*, Volume 1, No. 2 Tahun 2020.

zakat adalah proses pendistribusian dana zakat. Dalam hal ini, pendistribusian dana zakat yang telah terkumpul wajib didistribusikan kepada *mustahik* sesuai dengan syariat Islam. Pendistribusian zakat sendiri bisa dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperhatikan prinsip pemerataan, keadilan, dan kewilayahan.

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dan berbagai kerangka kerja dan rencana strategis (*framework and strategic planning*) yang pernah diterapkan baik dimedan pertempuran maupun bisnis. Analisis SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Di mana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.¹³

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam sebuah organisasi termasuk satuan bisnis tertentu, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis stratejik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Dalam perencanaan stratejik, analisis SWOT merupakan teknik yang paling umum digunakan untuk melakukan analisis situasional organisasi. Jadi, bukan hal yang baru analisis SWOT merupakan dasar realisasi yang dibutuhkan untuk banyak tujuan dan berbagi unit analisis. Parameter atribut-atribut analisis SWOT adalah peluang eksternal (*opportunities*) dan kekuatan internal (*strengthness*) yang diharapkan (*desirable parameter*)

¹³ Retna Anggitaningsih, Manajemen Resiko (Jember:STAIN Jember, 2013),119-120.

membantu (*helpful*) pencapaian tujuan organisasi dan atribut-atribut ancaman eksternal (*threats*) dan kelemahan internal (*weakness*) yang tidak diharapkan (*undesirable parameter*) karena mengganggu (*harmful*) pencapaian tujuan organisasi.¹⁴

Terdapat beberapa faktor yang ada dalam analisis SWOT, hal tersebut dapat kita ketahui dibawah ini:

1) Faktor Kekuatan

Faktor kekuatan adalah faktor yang dimiliki suatu perusahaan ataupun organisasi yang didalamnya terdapat kompetensi khusus yang ada dalam organisasi yang berakibat pada kepemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Contoh-contoh bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan dipasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan para berbagai pihak yang berkepentingan.

2) Faktor Kelemahan

Faktor kelemahan yang dimaksud adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa dilihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan.

3) Faktor peluang

Faktor peluang dapat diartikan sebagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu bisnis atau organisasi. Yang dimaksud dengan situasi yang menguntungkan adalah:

- a) Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk.
- b) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- c) Perubahan dalam kondisi persaingan.

¹⁴ T. Hani Handoko dkk, Manajemen Dalam Berbagai Perspektif (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2012), 296

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan *orisinalitas* dari penelitian. Pada bagian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis teliti:

1. Aprizal, dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Umat, yang dilaksanakan pada tahun 2019. Dalam penelitian ini dijelaskan LAZ Al-Azhar berdiri sebagai lembaga pengelola zakat yang diharapkan dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesaian masalah (*problem solver*) atas kondisi kemasyarakatan yang terus berkembang. Dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparan LAZ Al-Azhar Peduli Umat berusaha mengembangkan diri menjadi menjadi Lembaga Zakat yang terpercaya. Dilihat dari perkembangannya dana zakat yang ada pada lembaga zakat Al-Azhar Peduli Umat dari tahun ke tahun telah terkumpul sebesar Rp. 5.837.634.917, oleh sebab itu zakat sangat dikembangkan untuk meningkatkan nilai ekonomi masyarakat sehingga LAZ Al-Azhar berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan himpunan dana agar golongan para *mustahik* dapat berubah menjadi golongan seorang *muzakki*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil penelitian bahwa strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Al-Azhar Peduli Umat sudah terlihat kemajuan yang cukup *signifikan*. Secara teknis strategi ini memiliki cara tersendiri dalam proses penghimpunannya, dengan menggunakan strategi ini Al-Azhar Peduli Umat mengalami kenaikan 18% dengan menerapkan strategi langsung (*direct*) dan melalui program tidak langsung (*indirect*).
2. Widya Oktavia Putri, dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi *Fundraising* Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam Meningkatkan *Muzakki* Di Kota Bandar

Lampung” , yang dilaksanakan pada tahun 2023. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Baznas Amil Zakat (BAZNAS) Kota Bandar Lampung merupakan lembaga zakat yang menghimpun, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat dari masyarakat dan para donatur untuk diserahkan kepada yang membutuhkan yaitu *mustahik*. Untuk mencapai suatu tujuan BAZNAS Kota Bandar Lampung membangun kerja sama dengan pemerintah dalam rangka pengentasan kemiskinan dan kesenjangan sosial serta pengawasan terhadap penyaluran dana zakat. BAZNAS Kota Bandar Lampung telah mengabdikan untuk masyarakat Lampung dengan berbagai program unggulan demi mewujudkan masyarakat yang maju, makmur, sejahtera melalui upaya pengentasan kemiskinan, mengatasi ketertinggalan pendidikan, meningkatkan kehidupan masyarakat yang layak, meningkatkan layanan ZIS sesuai dengan syariat Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil penelitian strategi *fundraising* sangat berhubungan dengan kemampuan seseorang, organisasi atau badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran, kepedulian, dan motivasi untuk menunaikan zakat. Strategi *fundraising* yang dilakukan BAZNAS Kota Bandar Lampung menggunakan 2 cara yaitu secara langsung (telefundraising atau penggalangan dana, presentase langsung) dan secara tidak langsung (jalanan relasi, penyelenggaraan event).

3. Syarifuddin, dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Makassar”, yang dilaksanakan pada tahun 2021. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa pengumpulan dana atau biasa disebut dengan *fundraising* adalah kegiatan yang sangat penting bagi lembaga pengelola zakat, infak dan sedekah. Apabila kegiatan *fundraising* tidak dilakukan dengan baik oleh sebuah lembaga pengelola zakat, bisa dipastikan seluruh kegiatan tidak akan berjalan dengan lancar. Salah satu lembaga pengelola zakat di Indonesia, yaitu Yatim Mandiri Makassar. Lembaga ini tentunya memiliki strategi *fundraising*, strategi tersebut adalah membangun mitra dengan lembaga atau yayasan yang sudah

ada di kota maupun daerah tersebut. Tujuannya adalah agar Yatim Mandiri Makassar tidak dianggap sebagai pesaing dari lembaga yang lebih dahulu ada. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil pengumpulan dana zakat mengalami peningkatan, namun *fundraising* yang dilakukan Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Makassar, baik *insidental* maupun rutin masih perlu peningkatan lagi, agar strategi *fundraising* Yatim Mandiri Makassar mampu mencapai target secara *optimal* sehingga manfaat pendistribusian lebih meluas.

4. Dewi Putri Lestari, dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi *Fundraising* Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Rizki Jember”, yang dilaksanakan pada tahun 2022. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Lembaga Amil Zakat Rizki Jember mampu bertanggung jawab dalam kegiatan *fundraising* dimana kualitas kerja karyawan atau para petugas mampu bergerak aktif dalam menghimpun dana dari masyarakat yaitu para *muzakki*. Untuk para *muzakki* bisa memilih dalam menitipkan hartanya, bisa diantarkan langsung ke kantor atau dapat dijemput kerumah oleh para petugas. Lembaga Amil Zakat Rizki Jember meningkatkan beberapa cara dalam menghimpun dana secara umum melalui media dan pemasangan iklan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil strategi *fundraising* dana zakat Lembaga Amil Zakat Rizki Jember menggunakan tahapan-tahapan strategi dalam melakukan *fundraising* yang ada di dalamnya meliputi perumusan strategi (perencanaan) implementasi (perencanaan atau penerapan) strategi dan evaluasi strategi. Strategi yang digunakan Lembaga Amil Zakat Rizki Jember menggunakan teori AIDS (*Attention, Interest, Desire, Action, Satisfaction*).
5. Nur Malik Ibrahim, dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu”, yang dilaksanakan pada tahun 2019. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa salah satu agenda sosial untuk mewujudkan keseimbangan sosial dan ekonomi masyarakat adalah zakat. Zakat menghendaki kesejahteraan masyarakat dan pemerataan pendapatan, sehingga kekayaan tidak hanya

terpusat dan berputar pada kelompok masyarakat tertentu saja. Zakat merupakan suatu mekanisme yang mengontrol keseimbangan atau kestabilan dalam dinamika masyarakat yang juga diharapkan dapat meningkatkan atau menumbuhkan perekonomian baik di level individu ataupun masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil strategi *fundraising* yang digunakan BMH adalah merumuskan isi konten media sosial *facebook* dan waktu yang tepat untuk mempostingnya. Setiap hari BMH memposting yang isi kontennya mengenai dakwah yang sifatnya umum. Namun apabila ada moment yang bagus atau sosialisasi zakat maka postingannya akan berhubungan dengan zakat.

6. Anisa Masdawani Putri, dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Fundraising Di LAZ(Lembaga Amil Zakat) Swadaya Ummah Pekanbaru, yang dilaksanakan pada tahun 2020. Dalam penelitian ini dijelaskan Swadaya Ummah merupakan salah satu lembaga amil zakat yang ada di Kota Pekanbaru yang berdiri pada tahun 2002, yang dimana dalam lembaga ini juga memiliki kegiatan *fundraising* yang ada di dalamnya. *Fundraising* dapat dipahami sebagai proses mempengaruhi masyarakat atau calon donatur agar mau melakukan amal kebaikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil Strategi *fundraising* di LAZ Swadaya Ummah dilakukan oleh para relawan, yang dimana relawan ini menjadi perpanjangan tangan LAZ Swadaya Ummah untuk membantu memudahkan *muzakki* dan membantu LAZ Swadaya Ummah untuk mencapai tujuannya.
7. Bayu Pradana, dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Perolehan Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Purbalingga, yang dilaksanakan pada tahun 2022. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa penghimpunan dana atau fundraising dana zakat dapat dikatakan sebagai tema besar bagi organisasi amil zakat baik Badan Amil Zakat Nasional(BAZNAS) maupun LAZ khususnya pada BAZNAS Purbalingga. Kegiatan *fundraising* sangat

menentukan keberhasilan suatu organisasi karena *fundraising* sangat mempengaruhi maju dan mundurnya lembaga sosial. *Fundraising* sangat berhubungan dengan kemampuan perseorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain agar menimbulkan kesadaran, kepedulian, dan motivasi untuk membayar zakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil strategi *fundraising* yang dilakukan Baznas Kabupaten Purbalingga telah sesuai dengan teori-teori yakni dimulai dengan tahapan formulasi strategi, kemudian implementasi strategi, dan yang terakhir evaluasi strategi. Strategi *fundraising* yang diimplementasikan Baznas Purbalingga adalah *prospecting* yaitu dengan cara mencari data atau informasi mengenai calon muzakki yang kemudian Baznas Purbalingga menjalin komunikasi yang lebih intens dengan calon muzakki tersebut.

Dari semua penelitian yang telah dilakukan pada penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa secara umum strategi *fundraising* yang digunakan oleh lembaga-lembaga pengelola zakat memiliki pengertian dan tujuan yang sama dalam menghimpun atau mengumpulkan dana zakat. Selain persamaan terdapat juga perbedaan yang *signifikan* dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang, yang dapat diketahui salah satunya dalam subjek maupun objek yang ada dalam penelitian.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada umumnya adalah sebuah gagasan dan ide pikiran runtutan alur yang menjelaskan garis besar dari jalannya penelitian dengan tujuan utama yakni memberikan gambaran awal tentang fokus penelitian. Urutan alur penelitian ini diuraikan secara sistematis untuk memandu peneliti melakukan penelitian sesuai dengan masalah yang direncanakan dan ditentukan sebelumnya, sehingga menyusun kerangka berfikir tentang penelitian ini.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Berdasarkan pemaparan diatas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis memberikan penjabaran yang sesuai dengan judul penelitian, yaitu strategi *fundraising* BAZNAS Kabupaten Jepara dalam meningkatkan dana zakat. Dalam bagan diatas dijelaskan bahwa BAZNAS Kabupaten Jepara berperan menjadi objek dalam penelitian terkait dengan proses *fundraising* yang ada pada BAZNAS tersebut. Dalam melakukan proses *fundraising* BAZNAS membutuhkan strategi yang digunakan untuk

mengumpulkan atau meningkatkan dana zakat dari para *muzakki* atau donatur.

Dalam hal ini BAZNAS Jepara menggunakan dua strategi *fundraising* yaitu:

1. *Direct Fundraising* (Secara Langsung)

Yaitu metode yang menggunakan cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Sebagai contoh dari metode ini adalah: penggalangan dana secara langsung, pertemuan dengan para *muzakki* secara langsung.

2. *Indirect Fundraising* (Secara Tidak Langsung)

Yaitu metode yang tidak melibatkan partisipasi secara langsung. Sebagai contoh dari metode ini adalah: buku, *browser*, *pamflet*.

Strategi yang digunakan BAZNAS Jepara memiliki tujuan meningkatkan dana yang ditujukan kepada calon donatur atau para *muzakki* agar mau menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS sehingga proses *fundraising* dapat berjalan dengan baik dan maksimal, yang kemudian dari dana zakat tersebut dapat didistribusikan oleh BAZNAS kepada para *mustahik* atau orang yang membutuhkan.