

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Menurut David, strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*.⁹ Strategi adalah upaya dan usaha yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran. Strategi dapat dipahami sebagai suatu tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, oleh karena itu strategi merupakan suatu cara atau pendekatan yang berkaitan erat dengan pelaksanaan suatu gagasan atau rencana tertentu yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu tertentu.¹⁰ Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti:¹¹

- 1) Ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam kondisi baik ataupun buruk.

⁹ Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep*, 12th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2011). hlm. 18.

¹⁰ Veithzal Rivai Zainal, Willy Arafah, dan Iwan Kurniawan Subagia, *Manajemen Strategis Keunggulan Bersaing Islami* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2020). hlm. 21.

¹¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2008. hlm. 1515.

- 2) Seni dan ilmu memimpin pasukan dalam perang guna menghadapi musuh pada kondisi yang menguntungkan.
- 3) Perencanaan yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.
- 4) Tempat yang baik dan menguntungkan.

Untuk mengetahui lebih luas tentang pengertian strategi, berikut ini dikemukakan pengertian strategi menurut beberapa pendapat ahli.¹²

- 1) Menurut Craig & Grant, strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*).
- 2) Menurut Siagian, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.
- 3) Menurut Johnson, G., Scholes, K., dan Whittington, R. Strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk

¹² Zainal, Arafah, dan Subagia. *Manajemen Strategis...*, hlm. 23.

memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

- 4) Menurut Stephanie, K. Marrus. Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.
- 5) Menurut Glueck dan Jauch, strategi adalah rencana yang disatukan, luang, dan berintegritas yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, strategi adalah serangkaian rencana dari tindakan yang memiliki langkah-langkah yang nantinya akan diambil untuk membantu suatu organisasi dalam mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditentukan. Dengan adanya strategi terlebih dahulu diharapkan segala sesuatu yang sudah dirancang akan membuat pekerjaan menjadi lebih mudah dan lebih jelas arah yang ditempuhnya.

b. Fungsi Strategi

Fungsi strategi merupakan upaya agar strategi yang telah disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Terdapat enam fungsi strategis, di antaranya adalah:¹³

¹³ Aris Baharuddin, *Administrasi Bisnis Sektor Publik* (Cilegon: Sultan Publishing, 2023). hlm. 206.

- 1) Menyampaikan visi yang ingin dicapai pada anggota organisasi. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan perlu mengkomunikasikannya dengan anggota organisasi tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, dan bagaimana pelaksanaan pengerjaannya.
- 2) Menghubungkan keunggulan atau kekuatan organisasi dengan peluang di lingkungan.
- 3) Memanfaatkan keberhasilan yang didapat dan mengamati peluang-peluang baru.
- 4) Mengelola sumber daya yang lebih banyak dari sebelumnya.
- 5) Mengarahkan aktivitas organisasi untuk kedepannya.
- 6) Menanggapi situasi keadaan yang telah terjadi.

c. Implementasi strategi

Dalam implementasi dibutuhkan kerjasama dan komitmen agar proses formulasi dan analisis strategi yang sudah dirumuskan dapat berjalan dengan lancar. Menurut Nguyen & Samuel dalam buku karya Hariyandi Hasbi, untuk mencapai keberhasilan implementasi strategi ada 7 langkah yang dapat dilakukan sebuah organisasi, diantaranya adalah:

- 1) Tetapkan tujuan

Pastikan tujuannya berlaku untuk semua perusahaan atau departemen tertentu. Kemudian, cari variabel kunci atau hambatan yang mungkin muncul dan mulailah menyusun rencana darurat.

2) Tentukan peran

Diperlukan adanya komunikasi strategi implementasi dengan tim yang bertujuan untuk membantu menetapkan tanggung jawab yang akan diambil setiap unit dan menguraikan rencana tindakan untuk tim dan pemangku kepentingan.

3) Tugaskan pekerjaan

Untuk memastikan proyek tetap berjalan pada jalurnya, setiap anggota tim harus ditetapkan apa tugas-tugasnya. Anggota tim juga harus memahami tujuan menyeluruh dan bagaimana tugas khusus yang telah diberikan dengan tenggat waktu serta dikomunikasikan dengan jelas.

4) Lakukan aksi dan evaluasi

Anggota tim harus memiliki sumber daya yang mereka butuhkan untuk menyelesaikan tugas guna mewujudkan rencana strategis.

5) Sesuaikan dan revisi

Jika rencana yang telah dirumuskan muncul masalah atau tidak sesuai dengan harapan, maka ubah pendekatan kegiatan dan mengambil tindakan korektif sesuai kebutuhan.

6) Selesaikan pekerjaan

Memonitor tim untuk memastikan aktivitas berjalan sesuai rencana dan tidak memerlukan sumber daya tambahan untuk mencapai tujuan.

7) Review dan amati

Melakukan retrospektif terhadap implementasi strategi dan merenungkan proses keseluruhan sudah berjalan dengan baik atau belum.¹⁴

d. Evaluasi strategi

Ada tiga macam aktivitas mendasar untuk evaluasi strategi, yaitu:

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi
- b) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan).
- c) Mengambil tindakan korektif apabila tindakan atau hasilnya tidak sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

Menurut porter dalam buku karya Endang Sugiarti, Hadi Supratikta, dan Mukhlis Catio, ada beberapa hal yang dapat dilakukan dengan evaluasi strategi, diantaranya adalah:¹⁵

- a) Putuskan apa yang akan diukur.

Proses dan implementasi strategi membantu menentukan apa yang harus dilakukan. Perusahaan harus berkonsentrasi pada hal yang paling penting, yang memainkan peran terbesar dalam

¹⁴ Hariandy Hasbi dkk., *Manajemen Strategik* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022). hlm. 137.

¹⁵ Endang Sugiarti, Hadi Supratikta, dan Mukhlis Catio, *Manajemen Strategi* (Tangerang: Unpam Press, 2022). hlm. 302-305.

pengeluaran atau masalah kinerja lainnya. Secara tradisional, evaluasi strategis hanya mengevaluasi kinerja organisasi dengan berbagai pertanyaan, jika semua pertanyaan terjawab berarti rencana berjalan sesuai dengan tujuan. Namun, jenis metode ini bisa menyesatkan, karena strategi perusahaan mencakup jangka panjang dan jangka pendek.

- b) Perlu dilakukan kinerja pengukuran pada waktu yang ditentukan.

Evaluasi strategi sebaiknya dijadwalkan pada waktu yang ditentukan, seperti setiap tiga bulan sekali mengadakan rapat. Hal ini memungkinkan untuk memantau atau menilai sejauh mana strategi dilaksanakan dengan benar. Adanya masa penilaian ini dapat menjadi efek psikologis bagi para pegawai. Sehingga menjadi perhatian bahwa bekerja itu diawasi, dinilai, dan diberikan timbal balik. Hal ini tentunya dapat membantu dalam meningkatkan semangat kerja karyawan, yang pada akhirnya akan melahirkan kepedulian akan proses berkualitas.

- c) Pimpinan perlu membuat sistem komparasi, antara realisasi dengan target.

Evaluasi strategi harus membandingkan realisasi dengan target yang telah ditetapkan. Sistem ini mendorong moral pegawai untuk bekerja dengan tujuan sehingga selalu ada motivasi yang muncul di setiap aktivitas kerja, namun beberapa hal perlu diperhatikan, agar terjaga realisasinya:

- 1) Memperhatikan tren produktivitas, pimpinan melihat naik/turunnya kinerja/prestasi kerja
- 2) Ketepatan dan kesesuaian proses dengan standar
- 3) Evaluasi hasil dengan standar
- 4) Evaluasi keseluruhan aktivitas kerja

Evaluasi strategi merupakan bagian penting dalam tahapan strategi. Dengan adanya evaluasi, suatu lembaga atau organisasi dapat memastikan bahwa rencana strategi yang telah diimplementasikan dilaksanakan dengan benar dan memenuhi tujuan bisnis. Jika dalam evaluasi ditemukan adanya ketidaksesuaian antara realisasi dengan target, maka untuk memperbaiki strategi yang sedang berjalan, tindakan korektif haruslah diambil.

2. *Fundraising*

a. Pengertian *Fundraising*

Fundraising adalah suatu kegiatan penggalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Dalam *fundraising*, selalu ada proses yang berfokus pada muzaki untuk mempengaruhi muzaki agar mau menyalurkan dana zakat, infak dan sedekahnya. Kegiatan termasuk dalam proses mempengaruhi tersebut adalah memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu atau mengiming-iming, serta melakukan penguatan *stressing*, jika situasi tersebut

memungkinkan atau diperbolehkan.¹⁶ Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI) yang dimaksud dengan pengumpulan adalah tindakan mengumpulkan; perhimpunan; pengerahan.¹⁷

Dalam konteks *fundraising* zakat, infak, sedekah, *fundraising* merupakan suatu proses mempengaruhi masyarakat umum, khususnya muzaki agar dapat memberikan dana zakat, infak dan sedekahnya. Dalam kegiatan *fundraising*, lembaga harus terus memberikan edukasi dan melakukan sosialisasi kepada para calon donatur untuk dapat menciptakan kesadaran dan kebutuhan calon donatur. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari *fundraising*, maka lembaga harus memiliki strategi dan rencana yang matang serta harus menentukan arahan yang benar untuk keberlanjutan langkah berikutnya. Tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.¹⁸

Menurut Hendra Sutisna dalam buku karya Ahmad Furqon, *Fundraising* diartikan sebagai suatu kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga yang pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga

¹⁶ Suparman, 'Manajemen *Fundraising* Dalam Penghimpunan Harta Wakaf', 2009. diakses melalui situs: <https://www.bwi.go.id/339/2009/03/06/manajemen-fundraising-dalam-penghimpunan-harta-wakaf-bagian-1/> pada 28 September 2023.

¹⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI.

¹⁸ Iqbal Rafiqi, 'Strategi *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah Di Laziznu Dan Lazizmu Kabupaten Pamekasan', *Tesis* (2019). hlm. 15-16.

tersebut. Selain itu *Fundraising* dapat diartikan juga sebagai kegiatan menghimpun dana dan mempengaruhi calon muzaki, baik perseorangan maupun badan usaha, agar menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekahnya kepada lembaga pengelola zakat.¹⁹

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa *fundraising* merupakan proses penggalangan dana dengan cara mempengaruhi masyarakat agar bersedia menyalurkan sebagian hartanya kepada lembaga pengelola zakat guna mencapai misi dan tujuan dari lembaga pengelola zakat tersebut.

b. Metode *Fundraising*

Dalam pengumpulan dana zakat, metode *fundraising* pada dasarnya dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect*).²⁰

1) Metode Pengumpulan Dana Secara Langsung (*Direct Fundraising*)

Metode ini didasarkan pada suatu teknik atau metode penghimpunan dana, dimana relawan organisasi dalam menghimpun dana akan melibatkan partisipasi para muzaki secara langsung. Artinya, bentuk-bentuk penggalangan dana ini merupakan proses interaksi dan daya akomodasi dengan respon muzaki dapat dilakukan secara langsung. Dengan metode ini, apabila dalam diri muzaki muncul keinginan untuk melakukan ibadah zakat, infaq,

¹⁹ Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat* (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015). hlm. 34-35.

²⁰ Suparman., *Manajemen Fundraising Dalam Penghimpunan Harta Wakaf*.

maupun sedekah lainnya setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser*, maka segera dapat melakukan dengan mudah. Beberapa contoh dari metode ini antara lain yaitu:

- a) *Direct mail*, yaitu penawaran tertulis untuk menyumbang yang didistribusikan melalui surat. Atau sering diartikan sebagai penggalangan dana yang dilakukan dengan cara mengirim surat untuk mengingatkan kepada calon donatur dalam berzakat.
- b) *Telefundraising*, yaitu teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara telepon kepada masyarakat calon donatur.
- c) Pertemuan langsung, yaitu teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara melakukan kontak secara langsung dengan masyarakat atau calon donatur. Pertemuan langsung ini biasanya juga digunakan untuk membagi brosur, pamflet atau barang cetak lainnya guna mendukung keberhasilan penggalangan dana.²¹

2) Metode Pengumpulan Dana Secara Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Metode ini merupakan metode yang menggunakan suatu teknik atau cara-cara tanpa melibatkan partisipasi muzaki secara langsung. Artinya, bentuk-bentuk pengumpulan dana ini tidak dilakukan dengan memberikan respon langsung muzaki. Metode ini

²¹ Abdul Haris Naim, 'Problematika *Fundraising* Di Lazisnu Kudus', *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, Vol. 5 No. 2 (2018), hlm. 286. Diakses melalui <http://dx.doi.org/10.21043/ziswaf.v5i2.4581>.

dilakukan dengan metode promosi yang mengarah pada pembentukan citra lembaga. Contoh dari metode ini diantaranya yaitu:

- a) Event. Biasanya, event diselenggarakan dengan tujuan memanfaatkan keuntungan event untuk program sosial. Dalam rangka mengoptimalkan dana zakat, maka diadakan kerjasama teknis dengan perusahaan agar penghimpunan zakat lebih optimal.
- b) Melalui perantara. Misalnya dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Adapun contoh media cetak dan elektronik, yaitu:
 - (1) Buku, bahasa yang dipergunakan hendaknya menggunakan bahasa yang mudah untuk dimengerti oleh masyarakat luas dan mudah difahami.
 - (2) Brosur adalah sejenis iklan atau pemberitahuan tercetak yang biasanya terdiri dari 4 halaman atau lebih yang dilipat atau dijepit sedemikian rupa, sehingga isinya berada di dalam.
 - (3) Majalah adalah barang tercetak yang diterbitkan secara berkala dan biasanya terdiri dari banyak halaman.
 - (4) Surat kabar/tabloid adalah alat cetak yang biasanya terdiri dari 4 halaman atau lebih. Surat kabar/tabloid ini hanya

dilipat tidak dijepit meskipun terdiri dari 12 sampai 16 halaman.

- (5) Spanduk adalah sejumlah kalimat yang dituliskan di atas kain atau banner yang berbentuk memanjang.
- (6) Pamflet adalah informasi atau pesan yang dicetak atau dituliskan di atas kertas yang merupakan lembaran lepas. Biasanya media ini ditempelkan di tempat-tempat yang strategis agar mudah dibaca orang.²²
- (7) Media sosial merupakan salah satu bagian dari media elektronik. Menurut Gohar F. Khan, media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) kepada khalayak yang lebih banyak lagi.²³ Contoh media sosial yang dapat digunakan yaitu facebook, website, whatsapp, dan instagram.

Pada umumnya, sebuah lembaga menggunakan metode *fundraising* langsung dan tidak langsung karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya masing-masing. Metode *fundraising* langsung diperlukan agar muzaki mudah untuk mendonasikan dananya. Akan

²² Naim., hlm. 287-288.

²³ Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah* (Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018).

tetapi, jika semua bentuk *fundraising* dilakukan secara langsung, maka tampak akan menjadi kaku, terbatas daya tembus lingkungan calon muzaki, dan berpotensi menciptakan kejenuhan sehingga dalam hal ini lembaga dapat menggunakan metode *fundraising* tidak langsung. Kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus pandai mengombinasikan kedua metode tersebut.²⁴

c. Unsur-Unsur *Fundraising*

Adapun unsur-unsur *fundraising* sebagai berikut:²⁵

1) Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan berisi tentang kesesuaian dengan syariah, laporan dan pertanggung jawaban, manfaat bagi kesejahteraan umat, pelayanan yang berkualitas, silaturahmi dan komunikasi. Seorang donatur/muzaki tentunya tidak mau jika apa yang sudah dikerjakan termasuk pembayaran ZIS, tidak ada nilainya dihadapan Allah. Oleh karena itu, donatur/muzaki harus menanyakan terlebih dahulu bagaimana pelaksanaan pengelolaan ZIS, melihat laporan dan pertanggung jawaban, serta sejauh mana manfaat dana ZIS bagi kaum dhuafa. Setelah donatur/muzaki yakin terhadap lembaga pengelola zakat, maka mereka akan dengan rela memberikan sumbangannya kepada lembaga tersebut. Adapun beberapa analisis kebutuhan bisa berupa tentang:

²⁴ Furqon. *Manajemen Zakat*, hlm. 42.

²⁵ Atik Abidah, 'Analisis Strategi *Fundraising* Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo', *Kodifikasia*, Vol. 10 No. 1 (2016), hlm. 172–173. Diakses melalui <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v10i1.804>.

- a) Kesesuaian dengan syari'ah. Donatur adalah orang yang memberikan sebagian dananya untuk membiayai sejumlah program dan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi pengelola zakat. Zakat merupakan bagian dari salah satu rukun Islam yang juga merupakan bentuk peribadatan kepada Allah yang memiliki dampak social yang luar biasa
- b) Laporan dan pertanggung jawaban. Sesuatu yang dibutuhkan donatur selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah ketika ia menyampaikan dana ZIS kepada sebuah OPZ adalah laporan dan pertanggungjawaban. Kredibilitas OPZ bisa runyam apabila para donatur dan muzaki sudah tidak ada kepercayaan lagi kepada OPZ.
- c) Manfaat bagi kesejahteraan umat. Kebutuhan donatur yang lain selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan laporan pertanggungjawaban tepat waktu adalah sejauh mana manfaat dana ZIS yang diberikan donatur dan muzaki bagi kaum dhuafa.
- d) Pelayanan yang berkualitas. Salah satu kekuatan yang mendorong para donatur dan muzaki mau mengeluarkan dana ZIS untuk mendanai program dan kegiatan organisasi pengelola zakat adalah pelayanan yang baik yang diberikan OPZ kepada para donatur dan muzaki.

e) Silaturahmi dan komunikasi. Penting bagi OPZ untuk silaturahmi dan komunikasi kepada para donatur dan muzaki untuk meningkatkan pendapatan dana ZIS. Dengan silaturahmi dan komunikasi, OPZ dapat memberikan penjelasan panjang lebar terhadap donatur dan muzaki tentang program dan kegiatan yang akan dan sudah dilakukannya.²⁶

2) Segmentasi donatur/muzaki

Lembaga perlu melihat segmentasi untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan berbagai peluang yang ada di masyarakat. Dengan segmentasi yang tepat, lembaga dapat menempatkan sumber daya sesuai dengan segmen-segmen masyarakat yang telah diidentifikasi.

3) Identitas profil donatur dan muzaki

Identifikasi profil donatur dan muzaki berfungsi untuk mengetahui lebih awal identitas calon donatur/muzaki itu sendiri. Biasanya profil donatur atau muzaki perseorangan berbentuk biodata atau CV, sedangkan donatur/muzaki lembaga berbentuk *company profile* lembaga.

4) Produk

Dalam pengelolaan zakat produk merupakan hal yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan muzaki. Produk tidak hanya berbentuk barang tetapi juga jasa atau pelayanan

²⁶ Naim., hlm. 284.

sehingga memudahkan donatur dan muzaki dalam menunaikan zakatnya. Unsur produk dalam pengelolaan zakat yaitu *positioning*, harga dan biaya transaksi, serta promosi.

d. Tujuan *Fundraising*

Tujuan dari kegiatan *fundraising* suatu lembaga zakat adalah sebagai berikut:²⁷

1) Menghimpun dana

Tujuan yang paling dasar dari aktivitas *fundraising* adalah menghimpun dana. Dana yang dimaksud disini bukan hanya uang saja akan tetapi juga barang atau jasa yang memiliki nilai material. Dana memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan kegiatan, jika sumber daya tidak lagi ada, maka lembaga akan kehilangan kemampuan untuk terus menjaga keberlangsungan programnya dan dapat menyebabkan semua berakhir.

2) Menghimpun muzaki

Muzaki merupakan orang yang membayar zakat. Untuk menambah jumlah donasi, ada dua cara yang lembaga bisa lakukan, yaitu dengan cara menaikkan jumlah donasi dari setiap muzaki atau menambah muzaki baru. Dari kedua cara tersebut, menambah muzaki merupakan cara yang relatif lebih mudah daripada menaikkan jumlah donasi dari para muzaki. Dalam hal *fundraising*, muzaki berperan penting karena apabila jumlah muzaki meningkat, maka

²⁷ Furqon. *Manajemen Zakat*, hlm. 36-39.

pencapaian dana zakat pun akan meningkat. Maka dari itu, lembaga pengelola zakat dalam kegiatan *fundraising* harus berorientasi dan berkonsentrasi penuh untuk terus menambah jumlah muzaki. Jika jumlah muzaki bertambah maka dana ZIS akan meningkat sehingga akan lebih banyak mustahik yang menerima manfaatnya.

3) Menghimpun volunteer dan pendukung

Apabila ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga zakat mereka merasa terkesan, menilai positif dan bersimpati, maka kelompok seperti ini disebut sebagai simpatisan dan pendukung lembaga meskipun mereka tidak menjadi donatur, Mereka akan bermanfaat bagi lembaga karena mereka bersedia menjadi pendukung atau informan positif.

4) Membangun atau meningkatkan citra lembaga

Citra suatu lembaga dapat terbentuk dari aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga zakat. *Fundraising* merupakan garda terdepan untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga di masyarakat dan dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memberikan dampak positif. Citra ini dapat berupa citra positif dan citra negatif. Jika citra lembaga positif, maka masyarakat umum akan mendukung, bersimpati, dan memberikan dananya dengan sendirinya kepada

lembaga. Begitupun sebaliknya, jika citra lembaga negatif, masyarakat akan berpikir terlebih dahulu dalam memberikan dananya bahkan tidak mempercayai lembaga tersebut.

5) Memuaskan muzaki

Memuaskan muzaki merupakan tujuan yang bernilai jangka panjang, meskipun secara teknis kegiatannya dilakukan setiap hari. Memuaskan muzaki penting karena akan berpengaruh terhadap nilai donasi dan bisa saja mereka akan kembali untuk menyalurkan dananya kepada sebuah lembaga tersebut. Selain itu, muzaki dapat memberitahu kepuasannya terhadap lembaga secara positif kepada orang lain sehingga memungkinkan mereka dapat memberikan dananya kepada lembaga pengelola zakat. Oleh karena itu, lembaga pengelola zakat dalam memberikan pelayanannya harus benar-benar diperhatikan karena aktivitas *fundraising* lebih banyak berinteraksi dengan muzaki maka hendaknya memberikan pelayanan yang baik kepada muzaki agar para muzaki tersebut merasa puas.

e. Urgensi *Fundraising*

Menurut Notrhon dalam jurnal Arman Marwing ada empat urgensi *fundraising*, diantaranya yaitu;

- 1) Setiap lembaga membutuhkan dana untuk membiayai operasional lembaganya agar dapat terus bertahan.

Pendanaan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu lembaga, ibarat tanpa dana, lembaga akan mati (tanpa aktivitas). Hal

ini dikarenakan segala aktivitas yang ada dalam suatu lembaga tidak bisa berjalan dengan baik apabila tidak memiliki dana. Perawatan lembaga, gaji pegawai, pembelian peralatan kantor dan masih banyak kebutuhan lain yang semuanya memerlukan biaya yang disebut dana.

- 2) Lembaga kemasyarakatan membutuhkan dana untuk melakukan pengembangan dan memperbesar skala organisasi dan programnya.

Lembaga yang bermutu adalah lembaga yang selalu ingin menangkap tantangan-tantangan masa depan, oleh karena itu perlu memperluas dan terus mengembangkan kegiatan, seperti meningkatkan pelayanan yang bermutu, memperluas kegiatan secara teritorial ke daerah-daerah lain, melakukan riset-riset, eksperimen, kampanye, dan mencari terobosan-terobosan, semua ini membutuhkan cadangan dana yang sangat besar.

- 3) Membangun landasan pendukung dan mengurangi hidup tergantung.

Kegiatan *fundraising* tidak hanya semata-mata mencari dana (uang) saja, tetapi juga untuk memperoleh sumber daya nondana, menggalang dukungan masyarakat, membentuk citra lembaga, dan menciptakan simpati dari masyarakat. Sehingga sumber donor yang didapatkan tidak hanya uang saja tetapi bisa menjadi relawan dan mengajak seseorang untuk ikut mendukung kegiatan organisasi. Dalam suatu organisasi, banyak organisasi yang dibiayai oleh donor

besar, sehingga dapat menciptakan ketergantungan pada sumber donor tersebut. Untuk mengurangi ketergantungan kepada satu pihak, maka organisasi harus memiliki landasan untuk penggalangan dana dengan cara mencari donor-donor lain dan menciptakan sumber penghasilan lain. Apabila suatu organisasi tidak melakukan cara tersebut dan jika terjadi pemberhentian bantuan dari sumber donor, maka hal ini akan menimbulkan krisis keuangan. Sehingga organisasi tersebut akan mengalami kesulitan dalam melakukan agenda kegiatannya.

4) Dana sangat penting bagi lembaga kemasyarakatan

Dana penting karena untuk memperkuat posisi tawar, menciptakan organisasi/lembaga yang efektif dan kokoh yang mampu hidup terus menerus dari tahun ke tahun di masa depan. Lembaga kemasyarakatan akan berdiri kokoh jika lembaga bisa membangun jaringan yang besar dan aktif, serta mencari peluang untuk bekerjasama sebanyak mungkin guna memberikan dukungan selama jangka waktu yang panjang. Sebagai contoh: mengadakan malam dana, menghimpun modal organisasi, menciptakan dana abadi (*corpus fund*), serta menyusun program-program kegiatan dalam rangka penggalangan dana.²⁸

²⁸ Arman Marwing, 'Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan *Fundraising Zakat*', *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1 (2015), hlm. 204–5. Diakses melalui <<https://doi.org/10.21274/an.2015.2.1.199-226>>.

f. Prinsip-Prinsip *Fundraising*

Fundraising merupakan suatu hal yang penting diterapkan di lembaga pengelola zakat. Prinsip-prinsip *fundraising* juga perlu mendapatkan perhatian. Adapun prinsip-prinsip *fundraising* menurut Norton dalam jurnal karya Ning Karnawijaya dan Deshinta Maharani, yaitu:²⁹

1) Prinsip *fundraising* adalah harus meminta

Donatur biasanya akan memberikan dana jika diminta, meskipun mereka tidak mengharapkan imbalan. Akan tetapi ada juga donatur yang memberikan dananya hanya karena butuh penghargaan dari orang lain maupun masyarakat karena ia sudah bermurah hati memberikan sumbangan. Bagi donatur, ia tetap meyakini bahwa perasaan telah melakukan sesuatu yang berharga seperti berdonasi ternyata dapat meningkatkan taraf hidup dalam masyarakat tertentu.

2) Prinsip *fundraising* berarti berhubungan dengan orang lain

Semakin banyak berhubungan, berkenalan, ataupun mempunyai banyak relasi, maka kemungkinan besar orang yang mau memberikan sumbangan pada sebuah lembaga akan semakin besar. Seseorang yang menjadi donatur pada sebuah lembaga sebenarnya memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu yang

²⁹ Ning Karnawijaya dan Deshinta Maharani, 'Identifikasi Kendala Dalam Strategi *Fundraising* Wakaf Online Di Global Wakaf Surakarta', *Filantropi : Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, Vol. 1 No. 2 (2020), hlm. 133-34. Diakses melalui <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v1i2.2844>.

positif bagi masyarakat luas seperti menolong orang lain yang sedang membutuhkan. Maka dari itu, tugas lembaga pengelola zakat adalah bagaimana lembaga tersebut dapat menjadi fasilitas bagi mustahik maupun muzaki dalam menyalurkan dan menghimpun dana dengan cara melakukan apa yang diinginkan donatur ataupun masyarakat.

3) Prinsip *fundraising* berarti menjual

Artinya penghimpunan dana/*fundraising* yang dilakukan *fundraiser* adalah proses yang terdiri atas dua tahap. Tahap pertama, fundraiser harus menunjukkan kepada calon donatur bahwa ada kebutuhan penting yang dapat lembaga tawarkan melalui kegiatan lembaga. Orang atau lembaga pada umumnya bersedia untuk menjadi donatur ketika mereka sependapat bahwa kebutuhan itu penting dan perlu dilakukan sesuatu yang berarti untuk itu. Tahap yang kedua yaitu, menunjukkan pada calon donatur bahwa lembaga siap mengabdikan untuk masyarakat dan menunjukkan kepada calon-calon donatur bahwa dukungan mereka akan dapat memberikan hasil yang lebih baik. Kedua tahapan tersebut dilakukan oleh fundraiser untuk meyakinkan pada calon donatur agar mau memberikan sumbangannya.

4) Prinsip kepercayaan dan hubungan masyarakat

Citra lembaga dan hubungan lembaga dengan masyarakat yang baik biasanya akan membuat donatur lebih suka memberikan

sumbangan. Lembaga dapat mempengaruhi masyarakat seperti membeberkan hasil-hasil yang sudah dicapai ke dalam bentuk brosur yang nantinya dikirimkan kepada masyarakat untuk membuat masyarakat sadar bahwa lembaga dapat melakukan kegiatan yang berguna dan membuahkan hasil. Sehingga hal tersebut akan membuat mereka lebih mudah untuk mendukung lembaga.

5) Prinsip *fundraising* adalah mengucapkan terima kasih

Pengucapan terima kasih merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh lembaga sebagai sebuah penghargaan dan pengakuan kedermawanan donatur. Dengan adanya ucapan terima kasih akan membuat donatur menjadi merasa lebih dihargai dan siapa tahu akan memberikan sumbangan lagi secara kontinyu. Lembaga yang mengucapkan terima kasih tentu mendapat imbalan yang berarti dalam bentuk kesetiaan donatur sebagai pendukung. Akan tetapi, banyak donatur yang mengeluh, bahwa mereka tidak pernah mendapatkan ucapan terima kasih, bahkan dari organisasi yang mereka dukung sekalipun.

3. Strategi *Fundraising*

Strategi pengumpulan dana atau *fundraising* adalah sebuah proses untuk mempengaruhi calon donatur agar mau menyalurkan dana atau sumber daya lainnya yang memiliki nilai material untuk masyarakat yang

membutuhkan.³⁰ Strategi *fundraising* juga dapat dipahami sebagai cara untuk mempengaruhi masyarakat baik individu maupun lembaga untuk mencapai tujuan jangka panjang lembaga dan agar masyarakat lebih peduli terhadap sesama sehingga masyarakat tersebut dapat menyalurkan dananya kepada lembaga pengelola zakat.³¹

Hamid Abidin dalam penelitian Oktafia menyatakan bahwa strategi *fundraising* merupakan alat untuk menganalisis mengenai sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam *memobilisasi* sumber dana. Aspek dalam strategi *fundraising* dikenal sebagai bagian dari siklus *fundraising* yang mencakup identifikasi calon donatur, pengelolaan dan penjagaan donatur, penggunaan metode *fundraising* serta monitoring dan evaluasi *fundraising*. Berikut penerapannya:³²

a. Identifikasi donatur

Suatu organisasi akan menentukan siapa dan bagaimana profil dari potensial donatur yang akan digalangnya. Ada dua pendekatan *fundraising* berdasarkan jenis sumber dayanya, diantaranya yaitu *retail fundraising* dan *institusional fundraising*. *Retail fundraising* adalah

³⁰ Endang Eka Wahyuningsih dan Lailatus Sa'adah, *Manajemen Keuangan Di NU CARE-LAZISNU* (Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021). hlm. 28.

³¹ Guntur, Sri Sunantri, dan A. Rafik, 'Strategi *Fundraising* Dan Filantropi Dalam Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Di Kabupaten Sambas', *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, Vol. 6, No. 2, (2021), hlm. 109. Diakses melalui <https://doi.org/10.37567/al-muttaqin.v6i2.414>

³² Yeni Oktafia, 'Efektivitas Strategi *Fundraising* Melalui Program Shodaqoh Barang Bekas Dalam Meningkatkan Pemasukan Dana Non Zakat (Studi Kasus Di Nu Care Lazisnu Kabupaten Kediri)' (Skripsi) IAIN Kediri, 2022.

proses penggalangan dana yang target atau sasarannya berfokus pada perorangan. Sedangkan *institutional fundraising* merupakan proses penggalangan dana yang berfokus pada penggalangan dari lembaga atau organisasi, seperti perusahaan, lembaga donor, pemerintah, atau yayasan amal lokal.

b. Penggunaan metode *fundraising*

Penggunaan metode *fundraising* perlu dilakukan dan dalam menentukannya haruslah menggunakan metode *fundraising* yang tepat. Hal ini dikarenakan metode yang digunakan akan menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang sebesar-besarnya dari *fundraising* pada para donatur.

c. Pengelolaan dan penjagaan donatur

Pengelolaan donatur dilakukan untuk meningkatkan jumlah donasi dengan mengarahkan para donatur untuk mendonasikan dananya pada program tertentu, atau untuk meningkatkan status donatur dari yang tidak tetap menjadi donatur tetap. Sedangkan penjagaan donatur dapat dilakukan dengan cara kunjungan hangat, melibatkan donatur dalam berbagai kegiatan, mengirimkan hadiah, atau membantu memecahkan persoalan donatur, dan memberikan informasi serta layanan kepada donatur

d. Monitoring dan evaluasi *fundraising*

Dengan adanya monitoring dan evaluasi *fundraising*, lembaga akan memantau bagaimana proses dari kegiatan *fundraising* serta

menilai efektivitasnya. Hal ini dilakukan untuk menilai seberapa efektif upaya yang dilakukan dan memastikan apakah ada kesulitan atau masalah selama pelaksanaannya serta menilai sejauh mana tindakan tersebut dalam mencapai target yang telah dilakukan.

4. Muzaki

Menurut Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat pasal 1, muzaki adalah orang atau badan yang dimiliki oleh orang muslim yang berkewajiban menunaikan zakat. Hanya seorang muslim yang merdeka, dewasa dan berakal, serta memiliki kekayaan dalam jumlah tertentu yang diwajibkan dalam berzakat.³³ Oleh karena itu bagi orang non Islam tidak ada kewajiban untuk membayar zakat, akan tetapi dalam pemerintahan Islam, kafir dzimmi diwajibkan membayar jizyah (pajak) sebagai jaminan keamanan, membantu pencaharian, dan dana oprasional menjaga mereka.

Menurut Ibnu Asyur, kekayaan pada mulanya berarti emas dan perak, tetapi kemudian berubah menjadi barang-barang yang disimpan dan dimiliki. Segala sesuatu yang dapat dimiliki dan dimanfaatkan disebut sebagai kekayaan dalam madzhab Hanafi. Imam Syafi'i dan Ahmad Malik berpendapat bahwa kekayaan adalah tidak hanya terdiri dari materi saja, tetapi juga sesuatu yang dapat diambil manfaatnya, seperti hak paten pengarang, hak paten PPT dan yang lainnya. Namun al Qaradawi

³³ Ahmad Tajuddin Arafat, *Berzakat Itu Mudah Fikih Zakat Praktis* (Semarang: CV Lawwana, 2021). hlm. 99.

memutuskan untuk mendefinisikan kekayaan menurut pendapat Hanafi, yakni kekayaan merupakan harta yang bersifat konkret, dapat dimiliki dan memberikan manfaat, karena hal ini mendekati kepada makna leksikal kebahasaan dan terminologi dalam konteks zakat.³⁴

Seseorang akan disebut muzaki ketika telah memiliki harta yang telah memenuhi syarat-syarat kekayaan. Syarat-syarat tersebut adalah:

a. Milik Penuh

Milik penuh maksudnya adalah untuk memiliki kepemilikan penuh, kekayaan harus dikuasai dan dimiliki seorang muzaki. Harta kekayaan merupakan milik Allah yang diciptakan dan dikaruniakan kepada manusia, harta yang dikaruniakan tersebut Allah perintahkan agar karunia itu sebagian dinafkahkan di jalan-Nya. Kepemilikan penuh menurut makna bahasa adalah *infinitive* yang berarti menguasai sesuatu dan dapat mempergunakannya. Sedangkan menurut istilah kepemilikan penuh didefinisikan al-Qarafi sebagai sesuatu ketentuan hukum yang terdapat di dalam benda atau manfaat yang memberikan hak kepada pemiliknya untuk menggunakan, mengambil manfaat atau meminta penggantian selama kepemilikannya tidak terdapat hak orang lain, tetapi kenikmatannya terdapat hak atau bagian orang lain.

³⁴ Samson Fajar, *Zakat Dan Pemberdayaan Ekonomi* (Indramayu: Penerbit Adab, 2023). hlm. 73.

b. Berkembang

Kekayaan yang wajib dizakatkan adalah kekayaan yang dikembangkan secara sengaja atau memiliki potensi berkembang yang artinya, kekayaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan. Menurut term, istilah berkembang dapat diterjemahkan sebagai 'konkrit' dan 'tidak konkrit'. Secara konkrit berkembang artinya ada pembiakan, sedangkan berkembang tidak konkrit artinya kekayaan yang mempunyai potensi untuk berkembang dengan sendirinya seperti kebun dengan tanamannya atau rumah kontrakan dengan bulanannya.

c. Mencukupi Nisab

Islam tidak mewajibkan pembayaran zakat kecuali harta tersebut telah mencapai nisab. Artinya jumlah harta yang dimiliki selain kebutuhan pokok (rumah, kendaraan, dan perhiasan) melebihi batas minimal wajib zakat yaitu 85 gram emas 24 karat. Rumah dan kendaraan disini adalah tempat tinggal dan kendaraan yang digunakan sendiri. Sedangkan pakaian yang disewakan, kebun, kontrakan, kendaraan, dan peralatan kecantikan (rias pengantin) yang menghasilkan pendapatan maka termasuk jenis harta yang harus dikeluarkan zakat darinya.

Terdapat dua alternatif perhitungan menurut syara', pertama, perhitungan berdasarkan zakat perdagangan yaitu sampai haul (satu tahun penuh menurut hitungan qamariah) yang hitungannya berdasarkan perhitungan peredaran bulan. Persyaratan setahun ini hanya berlaku untuk harta yang meliputi ternak, uang, dan harta perniagaan. Kedua,

perhitungan panen tumbuh-tumbuhan yaitu setiap kali panen. Perhitungan tersebut dapat memilih salah satu alternatif dari dua cara termudah menurut syara'.³⁵

B. Penelitian Terdahulu

Dari beberapa penelitian sebelumnya, penulis menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai strategi *fundraising* dan dari penelitian terdahulu ini, penulis sampaikan beberapa hasil penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Istiqomah dan Ahmad Fauzi pada tahun 2021 melakukan penelitian yang berjudul “Strategi *Fundraising* Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri”. Dalam penelitian ini membahas tentang manajemen *fundraising* yang dijabarkan dengan Business Model Canvas (BMC) dan strategi *fundraising* dana zakat dengan menggunakan teknik analisis SWOT yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kediri. Persamaan antara penelitian diatas dengan penelitian yang diteliti terletak pada sama-sama membahas strategi *fundraising*. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada teori yakni menggunakan analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC).
2. Ulul Azmai Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2022, yang berjudul “Strategi *Fundraising* ZIS Dalam Meningkatkan Jumlah Muzaki Pada BAZNAS

³⁵ Ahmad Sudirman Abbas, *Zakat Ketentuan Dan Pengelolaannya* (Bogor: CV Anugerah Berkah Sentosa, 2017). hlm. 24-29.

Kabupaten Bungo Provinsi Jambi”. Dalam penelitian ini membahas tentang strategi *fundraising* yang diterapkan di BAZNAS Kabupaten Bungo dan dijabarkan dengan menggunakan teknik Business Model Canvas (BMC). Persamaan antara penelitian diatas dengan penelitian yang diteliti terletak pada sama-sama membahas strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah muzaki. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada teori yakni menggunakan Business Model Canvas (BMC).

3. Astuti Nur Rahmawati dan Arif Sapta Yuniarto dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Digital *Fundraising* Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzaki Studi pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa” tahun 2023. Dalam penelitian Astuti dan Arif menjelaskan mengenai strategi digital *fundraising* zakat yang digunakan Lazismu Wilayah DIY dalam mendukung penghimpunan dana zakat dan faktor pendorong serta faktor penghambat *fundraising*. Adapun persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah muzaki. Sedangkan perbedaannya adalah pada subjek penelitian dan penelitian yang akan penulis kaji lebih cenderung membahas mengenai seluruh strategi *fundraising* apa yang digunakan oleh pengurus Baznas Kota Madiun. Sedangkan penelitian yang dikaji oleh Asturi dan Arif lebih menjelaskan mengenai strategi digitalnya.

C. Kerangka Pemikiran

BAZNAS Kota Madiun merupakan salah satu lembaga pemerintah bersifat mandiri yang bergerak dalam penghimpunan dan pendistribusian dana zakat, infak, dan sedekah. Penghimpunan dana (*fundraising*) adalah kegiatan menghimpun dana dan mempengaruhi calon muzaki, baik perseorangan maupun badan usaha, agar menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekahnya kepada lembaga pengelola zakat.³⁶

Hamid Abidin dalam penelitian Abe Badru Tamam menyatakan bahwa strategi *fundraising* merupakan alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising*, dan mengevaluasi kemampuan organisasi dalam memobilisasi sumber dana.³⁷ Strategi *fundraising* harus memberikan kepercayaan dan manfaat bagi donatur atau muzaki. Penentuan cara atau metode yang tepat untuk melakukan pendekatan kepada donatur akan menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang sebesar-besarnya dari para donatur.³⁸

Ada dua metode *fundraising* yang dapat digunakan oleh lembaga pengelola zakat yaitu metode pengumpulan dana secara langsung (*direct fundraising*) dan metode pengumpulan dana secara tidak langsung (*indirect*

³⁶ Furqon. *Manajemen Zakat*, hlm. 35.

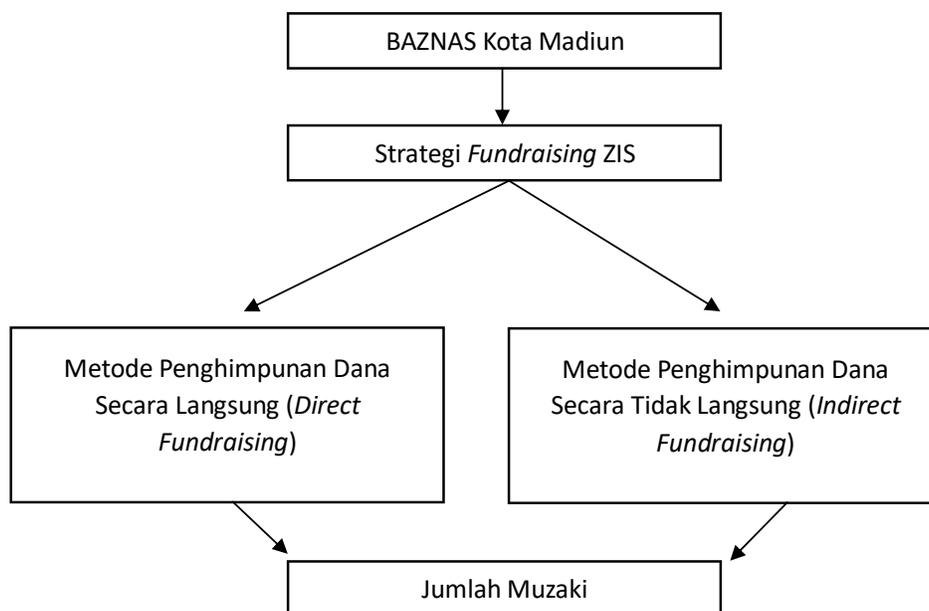
³⁷ Ade Badru Tamam, 'Strategi Fundraising Dana Zis Pada Lazis NU Kota Bogor Tahun 2017', (Skripsi), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018, hlm. 5 <<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41173>>. Dikutip dari Hamid Abidin dkk., (Depok: Piramedia, 2009), hlm. 134.

³⁸ Rami Putri Wijaya, 'Strategi Fundraising Dan Pendistribusian Zakat Melalui Aplikasi Instagram Di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung' (Thesis) Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2023, hlm. 28 <[http://repository.radenintan.ac.id/23366/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/23366/1/SKRIPSI 1-2.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/23366/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/23366/1/SKRIPSI%201-2.pdf)>.

fundraising). *Direct fundraising* didasarkan pada suatu teknik, dimana relawan organisasi dalam menghimpun melibatkan para muzaki secara langsung. Sedangkan *indirect fundraising* didasarkan pada suatu teknik atau cara-cara tanpa memungkinkan adanya keterlibatan langsung muzaki.³⁹ Dengan menentukan dan menerapkan metode *fundraising* tentunya akan berpengaruh pada tingkat keberhasilan kegiatan *fundraising*, baik meningkatkan jumlah perolehan dana ataupun jumlah muzaki.

Berdasarkan uraian diatas, adapun kerangka pemikiran dalam melakukan penelitian ini, yaitu:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran



³⁹ Suparman., *Manajemen Fundraising Dalam Penghimpunan Harta Wakaf*.