

STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT, INFAK, SEDEKAH (ZIS) DI MASA PANDEMI COVID-19

Moh. Arifin¹
Uswatun Hasanah²
Sahoria³
Ahlul Maghfiroh⁴

Program Studi Perbankan Syariah, STAI Al Fithrah Surabaya, Indonesia

E-mail : arifin.dzulqornaen@gmail.com¹, uuscute397@gmail.com²,
Sahoria717@gmail.com³, ahlulmaghfiroh021@gmail.com⁴.

ABSTRACT

Introduction : At this time, Indonesia is in a bad condition, especially in the economic field. This is due to the impact of the Covid-19 pandemic, thus hampering the economic sector. At amil zakat institutions, this pandemic condition has an impact on the collection and empowerment of zakat funds. This study aims to find out the fundraising and distribution strategy of ZIS funds during the Covid-19 pandemic at UPZ BAZNAS YAKIN.

Methods: The research was conducted using descriptive qualitative methods. Sources of data in the form of primary and secondary data with interview data collection techniques and documentation.

Results : UPZ BAZNAS YAKIN continues to improve its fundraising strategy by optimizing the fundraising programs it runs. Meanwhile, in distribution, UPZ BAZNAS YAKIN has prepared assistance to communities affected by the Covid-19 pandemic.

Conclusion and suggestion: With proper management, zakat can be a source of funds that can help the government to improve people's welfare in the midst of this pandemic.

Keywords : Pandemic, Covid-19, UPZ BAZNAS YAKIN, Zakat, Infaq, Alms, Fundraising, Distribution

PENDAHULUAN

Zakat merupakan instrumen penting dalam sektor ekonomi Islam dan mendorong kemajuan dan kemakmuran umat Islam di seluruh dunia. Dengan demikian institusi zakat perlu diatur dan dikelola secara efektif dan efisien. Melalui sistem pengumpulan,

pendistribusian, dan pendayagunaan yang baik, diharapkan zakat dapat menjadi alternatif kestabilan ekonomi.¹

Zakat merupakan kewajiban bagi umat Muslim yang berhubungan erat dengan hubungan sosial masyarakat dan ekonomi. Zakat memiliki peran sebagai distribusi dan redistribusi penghasilan dari golongan mampu kepada golongan yang tidak mampu. Dalam upaya penanggulangan kemiskinan, zakat menjadi salah satu alternatif yang cukup efektif, tetapi tidak semuanya berhasil dan dapat dipraktekkan. Namun dengan adanya lembaga zakat dan manajemen yang tertata dan efektif diharapkan dapat menanggulangi kemiskinan atau setidaknya dapat membantu.²

Di Indonesia sendiri, dana ZIS diatur berdasarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan zakat. Pemerintah membentuk Badan Zakat Nasional (BAZNAS) baik di tingkat pusat, propinsi, kabupaten atau kota. Dan dalam menjalankan tugasnya BAZNAS dapat membentuk Unit Pengelolaan Zakat (UPZ) di tingkat kecamatan atau desa.³

Potensi zakat di Indonesia pada tahun 2011 menjadi potensi zakat yang terbesar di dunia, yaitu sebesar 217 triliun rupiah (BAZNAS dan FEM IPB, 2011), namun realisasi penghimpun zakat nasional tidak sampai 2% dari potensi yang ada. Menurut laporan BAZNAS penghimpun zakat 2014 dalam skala nasional sebesar 3,2 triliun rupiah.⁴

BAZNAS mengestimasi potensi zakat di Indonesia pada tahun 2015 mencapai 286 triliun. Namun, berdasarkan data yang dirilis BAZNAS setiap tahunnya, realisasi penghimpunan dana zakat masih jauh dari potensi tersebut. Sebagaimana yang dicatat pada 2015, total dana zakat yang terkumpul hanya mencapai 94,47 Miliar. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang sangat tinggi antara potensi dan realisasi penghimpun zakat nasional di Indonesia.⁵

Selain pemberdayaan masyarakat, bagian terpenting dalam pengelolaan dana ZIS adalah penghimpunan dana. Karena apabila lembaga zakat tidak memiliki dana yang memadai maka lembaga zakat tidak akan bisa melakukan pemberdayaan masyarakat. Oleh karenanya, lembaga zakat harus dikelola dengan manajemen yang baik, transparansi, dan akuntabel. Pengumpulan dana untuk membiayai program dan kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat disebut dengan fundraising.⁶

¹ Widi Nopiardo “Fundraising Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar Pasca Peraturan Baznas Nomor 02 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Tata Kerja Unit Pengumpulan Zakat” dalam Jurnal JEBI (Vo. 4, No. 1, 2019), 35.

² Widi Nopiardo, “Fundraising Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar Pasca Peraturan Baznas Nomor 02 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Dan Tata Kerja Unit Pengumpul Zakat” dalam Jurnal JEBI (Vol. 4, No. 1 Januari-Juni 2019), 87.

³ Nilda Sulistiawati, “Analisis Model Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Zakat”, dalam Jurnal (AI-INTAJ Vol 4. No. 1. 2018), 106

⁴ Nilda Sulistiawati, “Analisis Model Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Zakat”, dalam Jurnal AI-INTAJ (Vol 4. No. 1. 2018), 106.

⁵ Ade Nur Rohim, “Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising”, dalam Jurnal Al-Balagh (Vol. 4, No. 1, 2019), 61.

⁶ Setiyo Iswoyo, *Seri Panduan Menggalang Dana, In Kina Fundraising*, (Depok: Piramida, 2006), 45.

Fundraising merupakan upaya menghimpun dana ZIS serta sumber dana lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik. fundraising merupakan faktor pendukung lembaga zakat dalam membiayai program dan kegiatannya.⁷

Lembaga pengelola zakat yang profesional seharusnya mengelola zakat yang ada dengan efektif dan efisien. Program-program penyaluran zakat yang menyeluruh dan bermanfaat bagi para mustahik. Selain itu, lembaga pengelola zakat harus bersikap responsif terhadap kebutuhan mustahik, muzakki, dan daerah sekitarnya. Hal ini akan mendorong lembaga amil zakat untuk bersifat proaktif, antisipatif, inovatif, dan kreatif sehingga tidak hanya bersifat pasif dan reaktif terhadap fenomena sosial yang terjadi.⁸

Pada saat ini, Indonesia sedang dalam kondisi yang tidak baik dalam berbagai bidang, baik kesehatan, ekonomi, pendidikan, keagamaan serta sosial budaya. Hal ini dikarenakan kondisi pandemi akibat dari Covid-19 yang terus meningkat. Selain berdampak besar pada kesehatan, sektor ekonomi juga menjadi sasaran pandemi Covid-19. Terbukti dengan menyebarnya Virus Covid-19, pemerintah mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka memutus rantai penyebaran Virus Covid-19. Dampaknya banyak karyawan yang dirumahkan bahkan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), UMKM menurun, serta berhentinya beberapa aktifitas ekonomi lainnya.⁹

BPS menyebutkan pada tahun 2019 terdapat 24,7 juta penduduk miskin di Indonesia, dan akan terus meningkat dengan adanya pandemi Covid-19. Data harian Republika menyebutkan bahwa dampak pandemi Covid-19 berdampak negatif pada peningkatan harga barang, dikarenakan kelangkaan dan juga biaya transportasi yang meningkat, selain itu daya beli masyarakat yang menurun, dampaknya sektor perdagangan menjadi menurun. Selain itu, sektor pariwisata juga tak kalah penurunannya, kebijakan *social distancing* dan penutupan beberapa maskapai penerbangan mengakibatkan orang tidak berani melakukan bepergian, sehingga sangat berdampak pada sektor pariwisata bahkan penutupan. Akibat dari kondisi ini sangat dirasakan oleh kelompok masyarakat menengah ke bawah.¹⁰

Beberapa kebijakan dan langkah-langkah untuk mengantisipasi situasi ini harus segera diterapkan dalam upaya penanggulangan pandemi Covid-19. Salah satu langkah yang dapat digunakan yaitu dengan mengoptimalkan pengelolaan dana ZIS oleh BAZNAS. Melihat potensi dana zakat di Indonesia yang sangat besar. Oleh karenanya, zakat memiliki potensi yang sangat penting dalam situasi pandemi ini, penghimpunan dan

⁷ Nilda Susilawati, "Analisis Model Fundraising Zakat, Infak, Shadaqah di Lembaga Zakat", dalam Jurnal AL-INTAJ (Vol. 4, No. 1, Maret 2018), 107.

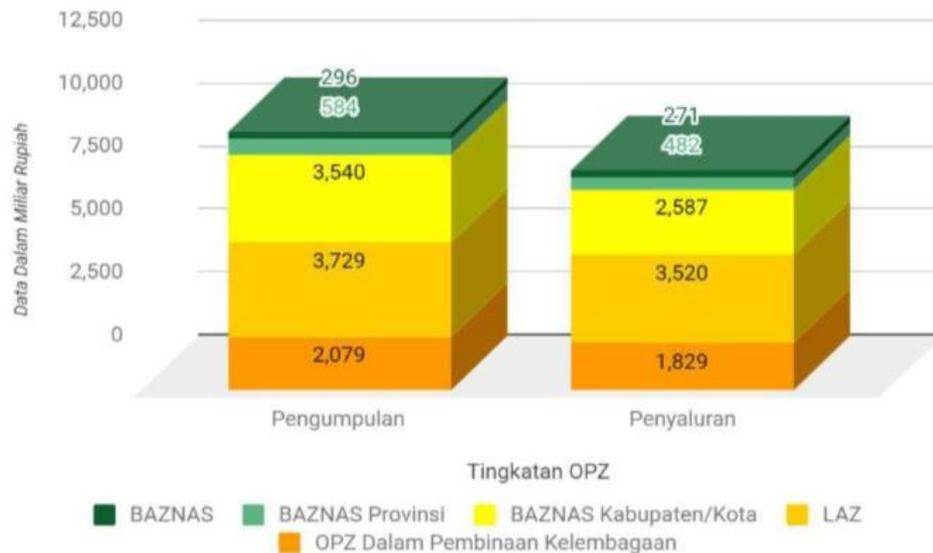
⁸ Rio Makkulau Wahyu, dkk, "Sistem Pengelolaan Zakat Pada BAZNAS" dalam Jurnal Al-Azhar (Vol. 2, No. 1, Januari 2020), 15.

⁹ Gebrina Rizki Amanda, dkk, "Pendayagunaan Zakat Pada Masa Pandemi Covid-19" dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (Vol. 7, No. 1, 2021), 216.

¹⁰ Nurhidayat, "Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19", dalam Jurnal SALAM (Vol. 7, No. 8, 2020), 738.

pendistribusian dana zakat yang optimal dan tepat sasaran akan membantu pemerintah dan masyarakat dalam menghadapi pandemi.¹¹

Berikut ini adalah data statistik BAZNAZ mengenai Pengumpulan dan Penyaluran ZIS berdasarkan masing-masing tingkatan.



Gambar I : Pengumpulan dan Penyaluran ZIS Tahun 2019

Sumber : Statistik Zakat Nasional, 2019.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Zakat, Infaq, dan Sedekah

a. Zakat

Zakat merupakan suatu kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT, sebagai suatu bentuk penyempurnaan sebagai orang muslim yang hartanya telah mencapai nisab. Zakat secara etimologis berarti tumbuh, berkembang, subur, bertambah, menyucikan, dan membersihkan. Secara terminologis, zakat menurut istilah fikih berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah yang diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat sesuai dengan jumlah dan ukuran tertentu berdasarkan zakat yang telah dikeluarkan. Kewajiban membayar zakat sudah banyak disebutkan dalam firman Allah Swt, seperti pada surah Al-Baqarah ayat 43:¹²

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ٤٣

¹¹ Gebrina Rizki Amanda, dkk, "Pendayagunaan Zakat Pada Masa Pandemi Covid-19" dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (Vol. 7, No. 1, 2021), 217.

¹² Khomsatun Naziyah, dkk "Analisis Pengelolaan Dana Zakat (Profesi) di UPZ BAZNAS PT. Petrokimia Gresik" dalam Jurnal SAWABIQ : Jurnal Keislaman (Vol. 1, No. 1, 2020), 1.

Artinya : “Laksanakanlah shalat (dengan sempurna), dan tunaikanlah zakat, serta rukuklah bersama orang-orang yang rukuk.”

Zakat dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu: *pertama*, zakat fitrah yaitu zakat yang wajib untuk dikeluarkan pada akhir puasa bulan Ramadhan. *Kedua*, zakat maal merupakan zakat atas harta kekayaan seseorang atau badan hukum yang wajib diberikan kepada orang tertentu setelah mencapai nisab dan haul.¹³

b. Infak

Infak secara bahasa berarti mengeluarkan, membelanjakan. Sedangkan menurut istilah infak merupakan segala macam bentuk pengeluaran baik untuk kepentingan pribadi, keluarga ataupun yang lain. Infak merupakan pemberian atau sumbangan harta selain zakat untuk kebaikan.¹⁴

Infak menjadi salah satu pemasukan untuk dana sosial, yang tidak terikat jumlah dan waktunya. Berbeda dengan zakat, infak tidak mengenal nisa dan haul. Melainkan, infak dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi atau rendah.¹⁵

c. Sedekah

Sedekah merupakan suatu pemberian kepada orang lain secara sukarela tanpa dibatasi waktu dan kuantitas tertentu, sebagai suatu kebajikan dengan mengharap ridha Allah Swt. Shadaqah tidak hanya berupa harta, namun juga dapat berupa perilaku baik dan lain sebagainya.¹⁶

Infak dan sedekah merupakan bagian dari zakat yang memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mensejahterakan umat, yang membedakan yaitu orang yang dapat menerimanya, zakat hanya boleh diberikan kepada delapan asnaf, sedangkan infak dan sedekah dapat diberikan kepada siapa saja yang membutuhkan.¹⁷

2. Pengertian Strategi

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang berarti jenderal. Strategi menurut Sondang Siagian merupakan cara terbaik untuk

¹³ Khomsatun Naziyah, dkk. “Analisis Pengelolaan Dana Zakat (Profesi) Di UPZ Baznas PT. Petrokimia Gresik” dalam Jurnal SAWABIQ : JURNAL KEISLAMAN (Vol. 1, No. 1, 2020), 1.

¹⁴ Nilda Susilawati, “Analisis Model Fundraising Zakat, Infak, Shadaqah di Lembaga Zakat”, dalam Jurnal AL-INTAJ (Vol. 4, No. 1, Maret 2018), 113.

¹⁵ Abdul Haris, dkk, “Kajian Strategi Zakat, Infaq dan Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat”, dalam Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (Vol. 1, No. 1, 2017), 24.

¹⁶ Abdul Haris, dkk, “Kajian Strategi Zakat, Infaq dan Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat”, dalam Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (Vol. 1, No. 1, 2017), 24.

¹⁷ Abdul Haris, dkk, “Kajian Strategi Zakat, Infaq dan Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat”, dalam Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (Vol. 1, No. 1, 2017), 24.

mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntunan perubahan lingkungan.¹⁸

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun tidak hanya sekedar mencapai tujuan, strategi juga merupakan cara untuk mempertahankan keberlangsungan ekonomi di lingkungan tempat organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.¹⁹

3. Pengertian Fundraising

Menurut bahasa fundraising berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana. Sedangkan menurut istilah fundraising merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi yang akan disalurkan dan di dayagunakan untuk mustahik.²⁰

Fundraising dana zakat merupakan proses mempengaruhi masyarakat supaya menyalurkan zakatnya. Oleh karena itu, kemampuan perseorangan, organisasi dan badan hukum untuk mempengaruhi dan mengajak masyarakat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan fundraising dana zakat. Proses mempengaruhi akan menimbulkan kesadaran, kepedulian, dan motivasi masyarakat untuk membayar zakat, tentunya dengan strategi yang tepat. Sehingga target fundraising terpenuhi dan distribusi dana zakat dapat dijalankan dengan produktif.²¹

4. Distribusi Dana ZIS

Pendistribusian zakat merupakan kegiatan mempermudah dan memperlancar penyaluran dana zakat, termasuk infak, dan sedekah dari muzakki kepada mustahik, sehingga dana zakat dapat tersalurkan tepat sasaran dan sesuai dengan diperlakukan mustahik. Dan dengan pendistribusian yang tepat maka kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja.²²

Setelah mengumpulkan zakat, setiap lembaga zakat akan mendistribusikan dana zakat yang telah dikumpulkan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Pendayagunaan zakat pada prinsipnya bertujuan untuk meningkatkan status mestahiq menjadi muzakki, melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pemberdayaan sosial serta pengembangan ekonomi. Oleh karena itu, pengelolaan amil

¹⁸ Sondang Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Stratetgi Organisasi*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), 17.

¹⁹ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar", dalam *Jurnal IMARA* (Vol. 1, No. 1, Desember 2017), 59.

²⁰ Muhammad Anggi Syahrullah, "Strategi Fundraising dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional Pusat", (*Skripsi*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH, 2018), 30.

²¹ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar", dalam *Jurnal IMARA* (Vol. 1, No. 1, Desember 2017), 61.

²² Rio Makkulau Wahyu, dkk, "Sistem Pengelolaan Zakat Pada Baznas", dalam *Jurnal A;-Azhar* (Vol. 2, No. 1, Januari 2020), 10.

zakat juga dapat diarahkan pada program-program pendayagunaan dana zakat yang bermanfaat pada jangka panjang untuk perbaikan kesejahteraan mustahiq. Maka, pendayagunaan dana zakat harus dilakukan dengan selektif untuk kebutuhan konsumtif atau produktif.²³

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *field research*, yakni data penelitian didapatkan di lapangan, dengan pendekatan analisis kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan atau melukiskan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan informasi kualitatif sehingga lebih menekankan pada masalah proses dan makna dengan cara mendeskripsikan suatu masalah.²⁴

Penelitian ini dilakukan di UPZ BAZNAS YAKIN yang berlokasi di Jl. Kedinding Lor, No. 30 Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya, yang merupakan Badan Amil Zakat Nasional yang dipercaya oleh masyarakat untuk mengelola dana zakat, infaq dan juga shadaqah.

Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data menggunakan tiga teknik, yaitu: Pertama, wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya. dalam hal ini, penulis memberikan sejumlah pertanyaan kepada pengurus dan staf UPZ BAZNAS YAKIN. Kedua Dokumentasi, yaitu mendapatkan informasi dari catatan penting baik dari lembaga, organisasi maupun individu. Dokumen dapat berupa foto, gambar, dan data-data mengenai UPZ BAZNAS YAKIN. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Berikut tahapan dalam analisis data: Pertama, Data Reduction (Reduksi Data) Dalam tahapan ini, penulis merangkum dan memilih hal pokoknya serta fokus terhadap hal yang dianggap penting. Kedua Data Display (Penyajian Data) Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan dapat merencanakan kerja selanjutnya, Ketiga Conclusion Drawing atau Verification adalah menarik kesimpulan dan verifikasi yang dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Fundraising UPZ BAZNAS YAKIN

Penghimpunan dana zakat pada UPZ BAZNAS YAKIN dilakukan dengan strategi yang efektif dan efisien. Hal ini dilakukan dalam rangka memudahkan muzakki dalam

²³ Rio Makkulau Wahyu, dkk, "Sistem Pengelolaan Zakat Pada Baznas", dalam Jurnal A;-Azhar (Vol. 2, No. 1, Januari 2020), 21.

²⁴ Nilda Susilawati, "Analisis Model Fundraising Zakat, Infak, Shadaqah di Lembaga Zakat", dalam Jurnal AL-INTAJ (Vol. 4, No. 1, Maret 2018), 112.

membayar zakat. Sumber dana yang terdapat pada UPZ BAZNAS YAKIN terbagi menjadi tiga kelompok besar yaitu: Pertama Zakat, zakat pendapatan, profesi dan jasa, zakat perusahaan, zakat perniagaan atau perdagangan, zakat emas, perak dan uang, zakat peternakan dan perikanan, zakat pertanian, perkebunan dan kehutanan, zakat surat berharga, zakat pertambangan, zakat barang temuan (rikaz), serta zakat fitrah. Dana sosial dan keagamaan lainnya, Hibah, nadzar, qurban, kafarat, fidyah, dendam atau sitaan pengadilan agama, pusaka yang tidak memiliki ahli waris, dan lainnya. Infak dan Sedekah Sasaran fundraising UPZ BAZNAS YAKIN adalah masyarakat umum, khususnya Jama'ah Al Khidmah. Jama'ah Al Khidmah merupakan bagian dari Yayasan Al Khidmah Indonesia yang didirikan untuk memwadahi segala kegiatan Jama'ah Al Khidmah yang tersebar luas di berbagai wilayah, dan melibatkan ratusan ribu jama'ah Hadlorotus Syaikh Ahmad Asrori Al Ishaqi, RA.

Melalui beberapa program fundraising, masyarakat dan Jama'ah Al Khidmah dapat menyalurkan zakatnya. Program-program fundraising di UPZ BAZNAS YAKIN, yaitu: Pertama Kaleng Jimpitan, kaleng jimpitan merupakan program fundraising yang dijalankan UPZ BAZNAS YAKIN yang di khususkan kepada Jama'ah Al Khidmah. Kaleng jimpitan dijalankan dengan menyebarkan kaleng kepada setiap keluarga Jama'ah Al Khidmah dan akan diambil oleh pihak UPZ BAZNAS YAKIN setiap akhir bulan. Program kaleng jimpitan merupakan program khusus untuk Jama'ah Al Khidmah, oleh karenanya seluruh hasil dari program jimpitan ini akan disalurkan kembali kepada Jama'ah Al Khidmah dalam mendukung setiap kegiatan Jama'ah Al Khidmah seperti Haul Akbar dan program beasiswa. Kedua Program Online, program online merupakan strategi fundraising yang dilakukan UPZ BAZNAS YAKIN dengan beberapa pendekatan, seperti: Point Pertama, Kampanye media strategi fundraising yang dilakukan UPZ BAZNAS YAKIN dalam rangka membangkitkan kesadaran masyarakat melalui publisitas di media sosial maupun media cetak. Beberapa pendekatan yang dilakukan oleh UPZ BAZNAS YAKIN, yaitu: sub kesatu, Membuat berita terkait program yang terdapat di UPZ BAZNAS YAKIN, sekaligus dalam bentuk dakwah zakat dengan menghidupkan media sosial dengan berbagai edukasi pentingnya membayar zakat seperti pada website: www.upzbaznasyakin.id dan instagram @upzbaznasyakin, sub Kedua Membuat berita terkait program yang terdapat di UPZ BAZNAS YAKIN, sekaligus dalam bentuk dakwah zakat pada media cetak berupa buletin UPZ BAZNAS YAKIN yang terbit setiap bulannya.

Point Kedua Menyebarkan brosur strategi yang dilakukan dengan menyebarkan brosur UPZ BAZNAS YAKIN. Brosur berisi profil singkat UPZ BAZNAS YAKIN, dakwah zakat, tatacara zakat, program pendistribusian zakat, dan kelebihan membayar zakat di UPZ BAZNAS YAKIN. Brosur dibagikan dalam bentuk media online maupun dalam bentuk cetak. Point Ketiga Sosialisasi program, strategi fundraising yang dilakukan dengan mensosialisasikan setiap program UPZ BAZNAS YAKIN kepada setiap grup whatsapp Jama'ah Al Khidmah Daerah, maupun langsung kepada pribadi setiap Jama'ah Al Khidmah.

Terdapat beberapa cara bagi muzakki untuk menyalurkan zakatnya melalui UPZ BAZNAS YAKIN, yaitu 1. Program Door to Door, merupakan program fundraising yang dilakukan dengan penjemputan zakat oleh petugas UPZ BAZNAS YAKIN langsung kepada muzakki. 2. Penyaluran zakat melalui rekening BCA Syariah 029 55 666 99 a/n UPZ BAZNAS YAKIN, kode Bank BCA Syariah (536).

Selain program-program tersebut, bagi donatur yang kurang mengetahui mengenai perhitungan zakat, bisa secara langsung melakukan konsultasi melalui kantor UPZ BAZNAS YAKIN yang telah tersebar diberbagai wilayah seperti Surabaya, Malang, Lamongan, Semarang, Demak dan Pemalang. Atau dapat menghubungi nomor whatsapp : 0813-3799-4868.

2. Strategi Distribusi UPZ BAZNAS YAKIN

Dana zakat yang diperoleh dari program fundraising, kemudian akan dilaporkan kepada BAZNAS Pusat. Kemudian, dana zakat akan diberikan ke BAZNAS Pusat sebesar 30% untuk mendukung program pemberdayaan di BAZNAS, dan 70% untuk program pemberdayaan di UPZ BAZNAS YAKIN.

Program penyaluran dana pada UPZ BAZNAS YAKIN seluruh dana zakat disalurkan kepada delapan ashnaf, melalui program pengaluran dalam bidang pendidikan, kemanusiaan, ekonomi, syiar, dan kesehatan. Pertama Program Pendidikan, program asuh santri, Program pendayagunaan dana ZIS yang diperuntukkan untuk santri Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah dan mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al Fithrah dalam bidang pendidikan. Pembangunan program pendayagunaan dana ZIS yang diperuntukkan untuk pembangunan Masjid dan Pondok Pesantren Assalafi Al Fithrah. Kedua Program Kemanusiaan, Santunan Yatim dan Dhuafa, Program pendayagunaan dana ZIS yang diperuntukkan untuk anan yatim dan dhuafa berupa santunan sembako, keperluan sekolah dan uang tunai. Santunan Peduli Bencana, program pemberdayaan dana ZIS yang diperuntukkan untuk korban bencana alam berupa santunan sembako, sandang dan uang tunai. Pertama Program Syiar, program pemberdayaan dana ZIS yang diperuntukkan untuk kegiatan Majelis Dzikir, Haul Akbar dan kegiatan syiar lainnya. Kedua Program Kesehatan, program pemberdayaan dana ZIS berupa pengobatan gratis bagi masyarakat sekitar serta pengadaan dan perawatan mobil ambulance. Ketiga, program Ekonomi Program pemberdayaan dana ZIS yang diperuntukkan untuk pembinaan dan pengembangan usaha mikro melalui bantuan peralatan dan/atau tambahan modal usaha.

Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Strategi Fundraising Dan Distribusi Di Upz Baznas Yakin

Covid-19 masuk di Indonesia pada akhir tahun 2019. sampai saat ini penanganan Covid-19 di Indonesia masih belum efektif. Dampak dari pandemi Covid-19 sangat dirasakan oleh setiap sudut masyarakat. Perekonomian menurun, menuntut institusi zakat termasuk UPZ BAZNAS YAKIN melakukan inovasi dalam penghimpunan dan pendayagunaan dana ZIS, dampak pandemi Covid-19 yang dirasakan masyarakat, secara

tidak langsung juga berdampak terhadap lembaga amil zakat. Seperti penurunan perolehan dana zakat, infak, dan sedekah akibat beberapa program fundraising yang tidak dapat dilaksanakan, dan beberapa donatur yang juga terdampak pandemi Covid-19. Disisi lain, semakin banyak masyarakat yang membutuhkan bantuan.

UPZ BAZNAS YAKIN resmi berdiri pada 13 Februari 2021 dimana masa pandemi tengah melanda Indonesia. Oleh karenanya, pandemi Covid-19 tidak terlalu berpengaruh terhadap strategi fundraising pada UPZ BAZNAS YAKIN, dikarenakan setiap program fundraising yang berjalan di UPZ BAZNAS YAKIN telah disesuaikan dengan kondisi pandemi. Namun, kondisi ini berdampak pada pendapatan dana ZIS.

Tabel. 1 Jumlah Dana Zakat, Infak, Sedekah dan Dana Sosial Lainnya di UPZ BAZNAS YAKIN

Jenis Dana	Jumlah Dana
Zakat Fitrah	Rp 31.440.000
Zakat Maal	Rp 52.268.000
Infak dan Sedekah	Rp 48.629.300
Dana Sosial Keagamaan	Rp 1.245.000
Total	Rp 13.382.300

Sumber: Laporan Keuangan UPZ BAZNAS YAKIN per tanggal 31 Mei.

Fitria Febrianti menyatakan, nilai diatas masih kurang dari 50% pendapatan dana ZIS dibandingkan dengan perolehan dana sebelum pandemi, yaitu saat UPZ BAZNAS YAKIN masih berbentuk BMA Al Fithrah. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa program fundraising yang tidak dapat diterapkan pada masa pandemi, seperti pembukaan gerai zakat, dan juga menurunnya pendapatan donatur.

Strategi UPZ BAZNAS YAKIN dalam menyikapi kondisi ini, yaitu dengan mengoptimalkan program-program fundraising yang telah dipaparkan diatas. Seperti menambah donatur kaleng jimpitan, dan juga gencar melakukan sosialisasi pada setiap media sosial. Direct Mail juga ditingkatkan, dengan menghubungi setiap donatur yang berstatus sosial lebih tinggi. Program tersebut, sudah disesuaikan dengan kondisi pandemi mengingat UPZ BAZNAS YAKIN resmi beridiri ditengah pandemi. Dengan demikian, diharapkan dana ZIS ini dapat didistribusikan dengan tepat dan efektif.

Sedangkan dalam pendistribusian dana ZIS, selain disalurkan pada program inti yang telah disebutkan, UPZ BAZNAS YAKIN telah menyesuaikan pendistribusian dana ZIS sesuai dengan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tahun 2020 Nomor 23 tentang pendayagunaan dana zakat, infaq, sedekah ditujukan untuk menangani dampak yang ditimbulkan dari pandemi Covid-19 tanpa memandang ras maupun agama, dengan beberapa ketentuan, yaitu: pertama, pendayagunaan dalam bentuk zakat produktif yang langsung disalurkan kepada fakir miskin yang terdampak Covid-19 secara tunai ataupun dalam bentuk barang. Kedua, Pendayagunaan dalam bentuk layanan masyarakat, seperti

kebutuhan pokok, obat-obatan, APD, dan disinfektan yang dibutuhkan oleh petugas atau relawan dalam penanganan Covid-19.

Salah satu program pendayagunaan yang dilakukan UPZ BAZNAS YAKIN yaitu program isolasi mandiri (isoma). Program ini ditujukan kepada masyarakat yang menjalani isolasi mandiri di rumah. Penyaluran berupa sembako dan obat-obatan. Program ini terbatas, disesuaikan dengan saldo atau pendapatan dana dari program fundraising.

Jika program-program fundraising dan distribusi dana ZIS ini dapat terselenggara dengan baik serta penanganan yang tepat, maka zakat dapat menjadi sumber dana yang dapat membantu pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tengah pandemi ini.²⁵

KESIMPULAN

Zakat merupakan instrumen penting dalam sektor ekonomi Islam dan mendorong kemajuan dan kemakmuran umat Islam di seluruh dunia. Dengan potensi zakat di Indonesia, dana zakat dapat menjadi salah satu instrumen yang dapat menunjang penanganan Covid-19 di Indonesia. Pandemi Covid-19, menuntut lembaga amal zakat untuk terus melakukan inovasi dalam pengumpulan dan pendayagunaan dana zakat.

Unit Pengumpulan Zakat Badan Zakat Nasional Yayasan Al Khidmah Indonesia tidak lepas tangan atas fenomena pandemi ini. UPZ BAZNAS YAKIN semakin gencar meningkatkan strategi fundraisingnya, meskipun dana yang didapatkan tidak mencapai target yang diharapkan. Hal ini dikarenakan, kondisi ekonomi yang menurun, sehingga berdampak pula pada donatur UPZ BAZNAS YAKIN.

Sedangkan dalam pendayagunaannya, Majelis Ulama Indonesia telah memperbolehkan pemanfaatan dana zakat untuk penanganan pandemi Covid-19. berdasarkan Fatwa MUI Tahun 2020 Nomor 23 tentang pemanfaatan dana ZIS untuk penanggulangan pandemi Covid-19. salah satu langkah yang diambil UPZ BAZNAS YAKIN, yaitu menyediakan bantuan bagi masyarakat yang menjalani karantina mandiri di rumah dengan bantuan berupa sembako dan obat-obatan.

DAFTAR PUSTAKA

Awali, Husni dan Farida Rohmah, "Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19" dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, No. 1, Vol. 2, Januari – Juni 2020.

²⁵ Gebrina Rizki Amanda, dkk, "Pendayagunaan Zakat Pada Masa Pandemi Covid-19" dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* (Vol. 7, No. 1, 2021), 221.

- Azizah, Nur, Fadilah, Igo Fadilah Ilham, Liza Putri Aqidah, Safira Aliyani Firdaus, Setyani Agung Dwi Astuti dan Imam Buchori, "Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal", dalam *OECOMICUS Journal of Economics*, No. 1, Vol. 05, December 2020.
- Chafeey, Mayer, *Internet marketing: Strategi, Implementation and Practice*, Jakarta: Prentice hall/finansial times, 2009.
- Fitriyani, Ika, *Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19*, Jakarta: Press 2020.
- Hamid, Suand, Edy, *Ekonomi Indonesia dari Sentralisasi ke Desentralisasi, Ctk. Pertama*, Yogyakarta: UII Press, 2006.
- Ihza, Nur, Khofifah, Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dalam *Jurnal Inovasi Penelitian*, No.7, Vol.1 Desember 2020.
- Karyani, Rema, *Manajemen Kampanye: Paduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikas*, Bandung: Aambiosa Rekatam Media, 2004.
- Karyani, Rema, *Manajemen Kampanye: Paduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Bandung: Aambiosa Rekatam Media, 2004.
- Kotler, *Principles of Marketing* 15th ed, (New Jersey: Prentice Hall Published, 2012.
- Lestari, *The Effect Of Product Quality Toward Interest In. Journal of Business Studies (JOBS)*, Semarang: Jurusan Administasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, 2019.
- Masriansyah, Luki, "Go Digital and Customer Relationship Marketing sebagai Strategi Pemulihan Bisnis UMKM yang Efektif dan Efisien di Masa Adaptasi New Normal" dalam *Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2020*
- Mohammed, *Internet Marketing: Building Advantage in a Network Economy*, New York: McGraw-Hill Companies, 2003.
- Nugroho, Adi, *E-Commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Bandung: Informatika bandung, 2013.
- Pratiwi, Intan, Maya, "Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM" dalam *Jurnal Ners*, No. 2 Vol. 04, April 2020.
- Purwana, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 2017.
- Rapitasari, "Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan" dalam *Jurnal Cakrawala*, No.10 Vol Februari 2016.
- Rohimah, "Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. KANAL" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, No. 6 Vol. Februari 2009.
- Rosita, Rahmi, "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia", dalam *Jurnal Lentera Bisnis*, No. 2, Vol. 09, November 2020.
- S, Sukirno, *Makro ekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Setiawati, *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm: Strategi Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2017.

- Sulis, Hasil Wawancara dengan owner laundry, 03 Mei 2021.
- Sumadi, "Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah, dalam *Jurnal hokum Ekonomi Syariah*", No. 2, Vol. 3 Oktober 2020.
- Supriatna, Eman, "Wabah Corona Virus Disease Covid 19 Dalam Pandangan Islam," dalam *Jurnal Sosial & Budaya Syar'I*, No. 01, Vol. Juni 2020.
- Suyanto, M, *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: andi. 200.
- Tambunan, Tulus T.H, *UMKM di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Thaha, Firdaus, Abdurrahman, "Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia", dalam *Jurnal Brand*, No. 1, Vol. 02, Juni 2020.
- Triyono, Budi, *Potret Belanja Online di Indonesia*, (Jakarta: Pusat Data dan Sarana Informatika, 2013.