

Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah

(Studi kasus di LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo)

Royyan Ramdhani Djayusman*
Email: royyan@unida.gontor.ac.id

Mufti Afif*
dind.lutfi@yahoo.com

Andi Triyawan*
andisurabaya85@gmail.com

Faizal Abduh*
galaxyfound87@gmail.com

Abstract

One of the Zakat Institution in Ponorogo is LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo, which has a muzakki 1.500 people in Ramadan, but except that month, it has 350-400 people of muzakki. The Aim of this research is to identify the preferences and factors influencing the Muslims of Ponorogo in paying Zakat infaq, shodaqoh and to identify the strategy of accumulating zakat infak shodaqoh at LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo. The method that used in this research is mixed method or triangulation method. Also Quantitative research methods used to determine the preferences and factors that influence the interest of Muslims Ponorogo in paying ZIS. While the qualitative method used to analyze the strategy that has been done by LAZ Ummat Sejahtera in order to collect ZIS funds. Data collection in quantitative research through the spreading of questionnaires to 250 Moslem Ponorogo using non probability sampling method with purposive sampling technique. After that, the data were analyzed by factor analysis method. While collecting qualitative research data obtained through interviews with LAZ Ummat Sejahtera, observation, and documentation related to LAZ Ummat

*Universitas Darussalam Gontor Ponorogo (Kampus Pusat UNIDA Gontor, Jl. Raya Siman Km. 06, Ponorogo Jawa Timur, 63471)

Sejahtera. After that, analyzed by SWOT analysis technique (strengths, weaknesses, opportunities, and threats). The results of the research is factor analysis show that four factors influencing interest of Muslim Ponorogo for paying ZIS are factor of faith, factor of Intitution service, factor of religion knowledge, and factor of worship. Second, from the SWOT analysis get 24 strategies funding according to the behavior of Muslims at Ponorogo in paying ZIS.

Keywords: Zakat, Infak, Amil Zakat Institution, Preferences.

Abstrak

Salah satu Lembaga Zakat di Ponorogo adalah LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo, yang memiliki muzakki sejumlah 1.500 orang di bulan Ramadhan, namun selain bulan tersebut, jumlah muzakki hanya berkisar 350-400 orang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi umat muslim di Ponorogo dalam membayar zakat infak, shodaqoh dan untuk mengetahui strategi pengumpulan zakat infak shodaqoh di LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran atau metode triangulasi. Juga metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mengetahui preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat warga muslim Ponorogo dalam membayar ZIS. Sedangkan metode kualitatif digunakan untuk menganalisis strategi yang telah dilakukan oleh LAZ Ummat Sejahtera untuk mengumpulkan dana ZIS. Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 250 warga muslim Ponorogo dengan menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Setelah itu, data dianalisis dengan metode analisis faktor. Sedangkan pengumpulan data penelitian kualitatif diperoleh melalui wawancara dengan LAZ Ummat Sejahtera, observasi, dan dokumentasi terkait dengan LAZ Ummat Sejahtera. Setelah itu, dianalisis dengan teknik analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Hasil penelitian ini adalah analisis faktor yang menunjukkan bahwa empat faktor yang mempengaruhi minat Muslim Ponorogo untuk membayar ZIS adalah faktor keyakinan, faktor pelayanan Intitusi, faktor pengetahuan agama, dan faktor pemujaan. Kedua, dari analisis SWOT didapatkan 24 strategi pendanaan sesuai perilaku warga muslim di Ponorogo dalam membayar ZIS.

Kata Kunci: Zakat, Infak, Sedekah, Lembaga Amil Zakat, Preferensi

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar dunia yang mana sekitar 13% muslim dunia tinggal di negara ini.¹ Hampir 87% dari populasi Indonesia adalah muslim yang

¹ Pew Research Center's Forum on Religion and Public Life, *Mapping the Global Muslim Population*, diakses dalam situs www.pewforum.org. pada Ahad 19 Maret 2017 pukul 14.36.

berjumlah 207 juta jiwa.² Hal ini menjadikan Indonesia negara dengan populasi muslim terbesar nomor satu di dunia, setelah itu dilanjutkan negara India (176 juta), Pakistan (167 juta), Bangladesh (133 juta), Nigeria (77 juta), Mesir (76 juta), Iran (73 juta), Turki (71 juta), Aljazair (34 juta) dan Maroko (31 juta).³ Dengan jumlah populasi yang mayoritas muslim ini, tentunya muslim di Indonesia memiliki peran dan fungsi yang penting dalam kehidupan masyarakat dan negara khususnya di bidang sosial ekonomi.

Dengan populasi muslim yang besar, seharusnya Indonesia memiliki potensi zakat yang besar sebagai salah satu instrumen dalam pembangunan ekonomi. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Islamic Development Bank bahwa estimasi dana zakat Indonesia pada tahun 2013 mencapai 217 triliun.⁴ Namun pada taraf praktek, data Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) menyebutkan dari Rp 217 triliun potensi zakat di Indonesia baru terserap dan dikelola oleh lembaga amil zakat sebesar Rp 2,73 triliun atau hanya sekitar satu persen.⁵ Dengan demikian, disimpulkan bahwa masih banyak muslim yang tidak membayarkan zakatnya melalui Lembaga Amil Zakat, atau mereka menyalurkan zakatnya secara langsung kepada para penerima zakat (*ashnaf tsamaniyah*) atau bahkan mereka tidak membayar atau mengeluarkan zakat.

Selain itu, faktor Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Indonesia juga sangat berpengaruh dalam merealisasikan potensi dana zakat infak dan sedekah. Salah satu LAZ lokal di Ponorogo adalah LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo, yang mana mempunyai muzakki atau donatur tetap berjumlah 1.500 orang di bulan ramadhan, namun selain bulan itu, muzakki atau donatur tetap LAZ Ummat Sejahtera bekurang menjadi 350-400 orang.

Dari analisa permasalahan di atas, dalam penelitian ini akan diungkap preferensi dan perilaku umat muslim yang berpotensi sebagai muzakki. Hal ini menjadi sangat penting bagi lembaga zakat

² Badan Pusat Statistik (BPS), *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut Tahun 2010*, diakses dalam dalam situs <https://sp2010.bps.go.id/> pada Ahad, 19 Maret 2017, pukul 13.58.

³ Pew Research Center's Forum on Religion and Public Life, *op.cit.*

⁴ Muhammad Firdaus, et.al., *Economic Estimation and Determinations of Zakat Potential in Indonesia*, IRTI Working Paper, 2012.

⁵ Republika, *Potensi Zakat Rp 217 Triliun Terserap Satu Persen*, Sabtu 15 April 2017, jam 06.20 WIB, dalam situs <http://www.republika.co.id>

sebagai bahan dan acuan dalam menelaah potensi dana zakat yang riil khususnya di Kabupaten Ponorogo. Selain itu, penelitian ini dapam memberikan gambaran terkait strategi penghimpunan dana zakat berdasarkan karakteristik dan preferensi calon muzakki.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi dan preferensi atau faktor yang mendorong umat muslim di Ponorogo dalam mengeluarkan zakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisa strategi penghimpunan dana zakat pada LAZ Umat Sejahtera Ponorogo. Adapun penelitian ini difokuskan di wilayah Ponorogo Kota di mana LAZ Umat Sejahtera berada dan dikenal.

Pembahasan

Defisini Zakat Infak dan Sedekah

Menurut bahasa, zakat berasal dari kata dasar (*masdar*) *zakaa* yang berarti suci, baik, tumbuh, dan berkembang.⁶ Dalam istilah syariah zakat adalah mengeluarkan harta yang telah mencapai syarat nisab dan haul untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya.⁷ Harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang dan bertambah, suci dan baik.⁸

Sedangkan Infak berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kebaikan.⁹ Menurut istilah syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Jika zakat ada nisab, infak tidak mengenal nisab. Infak dikeluarkan oleh setiap orang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah ia di saat lapang maupun sempit.¹⁰ Jika zakat harus diberikan pada delapan *asnaf*, maka infak boleh diberikan kepada siapapun juga, misalkan untuk kedua orang tua, istri, anak yatim, bahkan makhluk hidup lainnya seperti hewan dan tumbuhan.¹¹

⁶ إبراهيم مصطفى، المعجم الوسيط، (القاهرة: مكتبة الشروق، د. ت)، ص. ٣٩٦

⁷ وَهَبَةُ الرَّحِيلِيِّ، الفِئَةُ الإِسْلَامِيَّةُ وَأَدْلَتُهُ، (دمشق: دار الفكر د. ت)، ص. ١٥٢

⁸ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat Infak Sedekah*, (Depok: Gema Insani, 2008). p. 11.

⁹ وَهَبَةُ الرَّحِيلِيِّ، *op. cit.*, 152

¹⁰ Didin Hafidhuddin, *op. cit.*, p. 12

¹¹ وَهَبَةُ الرَّحِيلِيِّ، *op. cit.*, p.81

Selain itu, sedekah berasal dari kata *shadaqa* yang berarti antonim dari kebohongan yaitu benar.¹² Menurut istilah syariat, pengertian sedekah sama dengan pengertian infak, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hanya saja infak berkaitan dengan materi, sedekah memiliki arti lebih luas, menyangkut hal yang bersifat nonmateriil.¹³ Dengan demikian, zakat infak dan sedekah dapat menjadi alternatif program pemerintah sebagai sumber dana untuk mengatasi kemiskinan.

Definisi Penghimpunan (*Fundraising*)

Penghimpunan dalam dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan.¹⁴ Menurut Huda penghimpunan dana (*fundraising*) dapat pula diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dana atau sumber dayanya kepada sebuah organisasi atau lembaga.¹⁵

Tujuan Penghimpunan (*Fundraising*)

Ada beberapa hal yang menjadi tujuan dari fundraising bagi sebuah Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah (LAZIS) adalah sebagai berikut:¹⁶

- a. Pengumpulan dana. Dana dalam hal ini tidak hanya uang saja, namun mempunyai arti luas yaitu sumber daya (termasuk barang dan jasa) yang memiliki nilai materi. Pengumpulan dana dalam LAZIS ini sangat penting untuk mendukung jalannya program dan operasional yang telah dicanangkan.
- b. Penambahan jumlah muzakki dan donatur. LAZIS yang baik adalah yang setiap hari memiliki data pertambahan muzakki dan donatur. Dengan bertambahnya muzakki dan donatur secara otomatis akan bertambah pula jumlah dana yang terhimpun.

¹²

لويس معلوف، المنجد في اللغة والأعلام، (بيروت: دار المشرق، د.ت). ص. ٤١٩

¹³Didin Hafidhuddin, *op.cit.*, p. 12

¹⁴Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, dalam situs <http://kbbi.web.id/himpun>

¹⁵Miftahul Huda, "Model Manajemen Fundraising Wakaf" dalam *Jurnal Ahkam*. (Nomor 01, Th XIII Januari 2013), p. 32

¹⁶Kementrian Agama, *Manajemen Pengelolaan Zakat*, (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama Republik Indonesia, 2009), p. 67

- c. Meningkatkan citra LAZIS. Aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah LAZIS, baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga itu sendiri. Jika citra lembaga baik, akan membuat respon masyarakat positif, dan tentunya akan semakin banyak menarik muzakki dan donatur untuk ikut bergabung.
- d. Menjaga loyalitas muzakki dan donatur. Menjaga loyalitas muzakki dan donatur agar selalu memberikan bantuan pada LAZIS merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang. Hal ini dapat ditempuh dengan memberikan kepuasan kepada muzakki dan donatur dengan pelayanan, program dan operasional LAZIS.

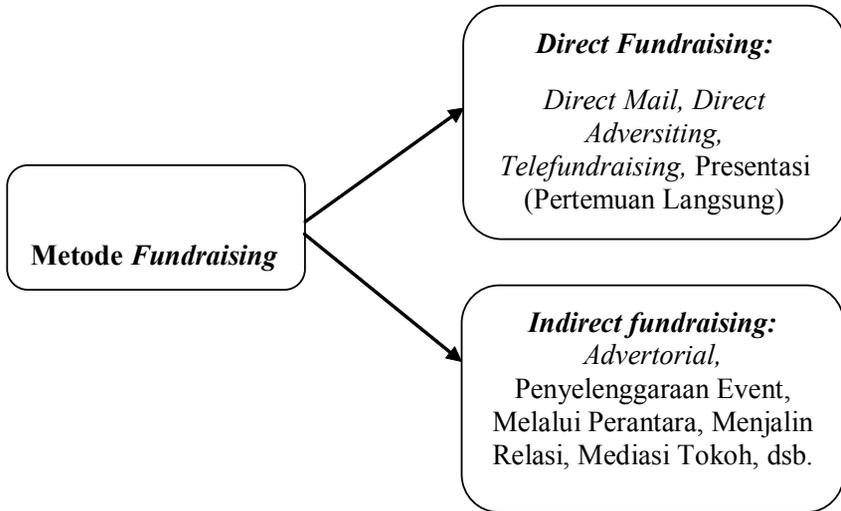
Metode Penghimpunan (*Fundraising*)

Substansi *fundraising* berupa metode diartikan sebagai pola, bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode *fundraising* harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat donatur dan muzakki. Menurut Juwaini metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis yaitu: *Direct Fundraising* (secara langsung) dan *Indirect Fundraising* (secara tidak langsung).¹⁷

- a. *Direct Fundraising* (secara langsung)
Metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.
- b. *Indirect Fundraising* (secara tidak langsung)
Metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti contohnya: *image campaign*, penyelenggara event, menjalin relasi, melalui referensi, mediasi para tokoh, dan lain-lain.

¹⁷Atik Abidah. "Analisis Strategi Fundraising terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo" dalam *Jurnal Kodifikasia*. (Nomor 01, Vol 10 2016). p.179

Gambar 1. Metode Penghimpunan Dana



Variable Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Muda, dkk, yaitu keimanan, penghargaan, altruisme, kepuasan diri, dan faktor lembaga amil zakat.¹⁸ Variabel penelitian terangkum dalam tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel Penelitian

No	Faktor	Variabel
1	Keimanan	Shalat fardhu lima waktu dalam sehari
		Shalat fardhu berjamaah di masjid
		Rutin mengikuti pengajian
		Percaya dengan semua balasan
		Kewajiban berzakat
		Kemampuan menghitung zakat
		Keutamaan zakat infak dan sedekah
2	Penghargaan	Agar disebut dermawan
		Agar mendapat kemudahan rezeki
		Sambutan yang baik dari lingkungan sekitar

¹⁸ *Ibid*, p.6-8

No	Faktor	Variabel
3	Altruisme	Perasaan iba terhadap fakir dan miskin
		Upaya bersyukur dengan zakat infak dan sedekah
		Membersihkan Harta
		Kegemaran membantu fakir dan miskin
		Perasaan bersalah ketika tidak menunaikan ZIS
4	Kepuasan Diri	Kegemaran meningkatkan ekonomi fakir dan miskin
		Berperan menjadi contoh yang baik bagi orang lain
		Menyadari bahwa ada hak orang lain dalam harta pribadi
5	Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah (LAZ)	Tingkat kecakapan LAZIS
		LAZIS yang transparan
		Kenyamanan membayar ZIS di LAZIS
		Sosialisasi melalui media massa, elektronik, atau langsung
		Pemotongan gaji melalui institusi tempat seseorang bekerja

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penyebaran kuesioner, didapatkan bahwa kebanyakan yang menjadi responden adalah laki-laki yakni sebesar 70 persen, sedangkan responden perempuan sebesar 310 persen. Berdasarkan kategori usia, persentase tertinggi ada pada responden yang berusia 20-30 tahun yaitu sebesar 34 persen, usia 31-40 tahun sebesar 27 persen, usia 41-50 tahun sebesar 20 persen, sisanya usia 51 keatas 18 persen. Pada umumnya, responden mempunyai pekerjaan wiraswasta yaitu sebesar 34 persen, lalu diikuti dengan pegawai swasta sebesar 27 persen, lalu sebagai petani sebesar 12 persen, lalu sebagai PNS sebesar 11 persen. Selain itu ada juga responden yang bekerja sebagai guru dan perangkat desa.

Tingkat pendidikan responden didominasi oleh responden yang berpendidikan terakhir SMA dan S1. Total persentase untuk kedua tingkat pendidikan tersebut adalah sebesar 71 persen. Sedangkan yang terendah adalah responden yang berpendidikan S3, hanya 1 orang atau 0 persen dari jumlah responden. Rata-rata

penghasilan responden berkisar di nilai Rp 500 ribu sampai Rp 1.5 juta dengan persentase 60 persen. Sedangkan 40 persen lagi responden memiliki penghasilan diatas 1.5 juta.

Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Muslim Ponorogo dalam Membayar ZIS

Untuk menentukan faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan membayar zakat, alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Sebelum melakukan analisis faktor, dilakukan uji variabel terlebih dahulu dengan KMO and Bartlett's test, pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan antara variabel. Adapun hasil uji korelasi sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.787
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1.239E3
	df	120
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel diatas nilai KMO memiliki indeks yang tinggi yaitu 0,787 (berkisar antara 0,5 sampai 1,0). Hal ini menunjukkan bahwa analisis faktor layak dilakukan. Setelah itu dilakukan uji korelasi, hal ini dapat dilihat dari nilai Bartlett's Test of Sphericity. Dari tabel, nilai tersebut memiliki nilai sig 0.000 (< 0.05) sehingga kita dapat percaya 100 persen bahwa antarvariabel terdapat korelasi.

Langkah selanjutnya yaitu merotasi faktor, hal ini dilakukan untuk mempermudah interpretasi, sehingga faktor matriks yang sebelumnya kompleks menjadi lebih jelas untuk dimasukkan dalam faktor tertentu. Ada dua model rotasi yaitu; *pertama*, Rotasi *Orthogonal* yaitu memutar sumbu 90° (*Quartimax*, *Varimax* dan *Equamax*). *Kedua*, Rotasi *Oblique* yaitu memutar sumbu kekanan tetapi tidak harus 90° (*Oblimin*, *Promax* dan *Orthoblique*). Adapun model yang digunakan dalam analisis faktor ini adalah metode *orthogonal rotation varimax procedure*. Hal ini karena penyusun ingin mencari pengelompokkan baru variabel awal menjadi variabel

yang jumlahnya semakin sedikit. Prosedur ini merupakan metode *orthogonal* dengan cara memutar sumbu ke kanan sampai 90° yang berusaha meminimumkan banyaknya variabel dengan muatan tinggi (*high loading*) pada suatu faktor. Tujuannya adalah untuk mempermudah pembuatan interpretasi mengenai faktor, sehingga rotasi *orthogonal* menghasilkan faktor-faktor yang tidak berkorelasi satu sama lain atau korelasi antar faktor nol. Adapun hasil rotasi sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Rotasi Pertama

	Component				
	1	2	3	4	5
P2					0,826
P3		0,539			
P4			0,583		
P5			0,871		
P6			0,808		
P8		0,633			
P9		0,666			
P12		0,752			
P14		0,682			
P17		0,717			
P19	0,751				
P20	0,814				
P21	0,760				
P22	0,755				
P23				0,744	
P24	0,532			0,543	

Berdasarkan tabel *rotated component matrix 1* diatas menunjukkan bahwa ada item pertanyaan yang memiliki dua nilai loading sekaligus dalam satu item pertanyaan yaitu P24 (0.532 dan 0.543), maka diperlukan lagi melakukan *rotated component matrix* dengan membuang item tersebut.

Tabel 4. Hasil Rotasi Kedua

Rotated Component Matrix 2

	Component			
	1	2	3	4
P2				0,818
P3	0,595			
P4			0,694	
P5			0,858	
P6			0,773	
P8	0,663			
P9	0,698			
P12	0,743			
P14	0,649			
P17	0,685			
P19		0,746		
P20		0,808		
P21		0,750		
P22		0,805		
P23		0,484		

Berdasarkan tabel *rotated component matrix 2* diatas menunjukkan bahwa masih ada item pertanyaan yang memiliki loading ≤ 0.5 yaitu P23 (0.484), maka diperlukan lagi melakukan *rotated component matrix* dengan membuang item tersebut.

Tabel 5. Hasil Rotasi Ketiga

Tabel Rotated Component Matrix 3

	Component			
	1	2	3	4
P2				0,824
P3	0,582			
P4			0,649	
P5			0,874	
P6			0,802	
P8	0,647			
P9	0,688			
P12	0,747			

P14	0,661			
P17	0,701			
P19		0,755		
P20		0,818		
P21		0,761		
P22		0,800		

Berdasarkan tabel *rotated component matrix 3 diatas*. menunjukkan bahwa komonen matrix hasil dari proses rotasi (*rotated component matrix*) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata dengan tingkat nilai standar signifikansi yaitu 0.000. Langkah selanjutnya adalah reduksi variabel, hasil reduksi ini dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Reduksi Variabel
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.897	27.833	27.833
2	2.064	14.746	42.579
3	1.594	11.386	53.964
4	1.113	7.95	61.914
5	0.832	5.94	67.854
6	0.743	5.304	73.158
7	0.699	4.991	78.149
8	0.601	4.293	82.441
9	0.562	4.015	86.456
10	0.536	3.826	90.282
11	0.419	2.99	93.273
12	0.344	2.458	95.731
13	0.318	2.274	98.005
14	0.279	1.995	100

Sedangkan hasil yang terlihat dalam tabel *Total Variance Explained* menunjukkan bahwa dari 14 pertanyaan yang dianalisis ternyata ada 4 faktor atau komponen yang *eigenvalue* lebih dari satu. yaitu faktor pertama mempunyai *eigenvalue* = 3.897, faktor kedua mempunyai *eigenvalue* = 2.064, faktor ketiga mempunyai *eigenvalue* = 1.594, faktor keempat mempunyai *eigenvalue* = 1.113. Sehingga dapat terbentuk faktor pada tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Faktor Terbentuk

Komponen	<i>Eigenvalue</i> (jumlah varian yang dijelaskan oleh setiap faktor)	Item	Faktor Loading (Koefisien bobot kontribusi suatu variabel terhadap faktor)
Faktor 1	3.897	Kewajiban zakat bagi setiap muslim (P3)	0,582
		Mendapat kemudahan rezeki (P8)	0,647
		Sambutan yang baik dari lingkungan sekitar (P9)	0,688
		Upaya bersyukur dengan zakat infak dan sedekah (P12)	0,747
		Kegemaran membantu fakir dan miskin (P14)	0,661
		Menyadari bahwa ada hak orang lain dalam harta pribadi (P17)	0,701
Faktor 2	2.064	Tingkat Kecakapan LAZ (P19)	0,755
		LAZ yang transparan (P20)	0,818
		Kenyamanan membayar ZIS di LAZ (P21)	0,761
		Layanan LAZ yang memuaskan (P22)	0,800
Faktor 3	1.594	Kemampuan menghitung zakat (P4)	0,649
		Rutin membaca buku-buku agama (P5)	0,874
		Rutin mengikuti pengajian (P6)	0,802
Faktor 4	1.113	Shalat berjamaah di masjid (P2)	0,824

Untuk menamai faktor yang telah dibentuk dalam analisis faktor. dapat dilakukan dua cara yaitu: *Pertama*. dengan cara memberi nama faktor yang mewakili nama-nama variable yang

membentuk faktor-faktor tersebut; *Kedua*. berdasarkan variabel yang memiliki nilai faktor *loading* tertinggi. Hal ini dilakukan apabila tidak dimungkinkan untuk memberikan nama faktor yang dapat mewakili semua variabel yang membentuk faktor tersebut.¹⁹

Berdasarkan faktor yang terbentuk menunjukkan bahwa ada yang dapat mewakili dan ada yang tidak dapat mewakili. sehingga penamaannya sebagai berikut:

Tabel 8. Penamaan Faktor yang Terbentuk

Komponen	Item terdiri dari	Nama Faktor
Faktor 1	Kewajiban zakat bagi setiap muslim (P3)	Keimanan
	Mendapat kemudahan rezeki (P8)	
	Upaya bersyukur dengan zakat infak dan sedekah (P12)	
	Kegemaran membantu fakir dan miskin (P14)	
	Menyadari bahwa ada hak orang lain dalam harta pribadi (P17)	
Faktor 2	Tingkat Kecakapan LAZ (P19)	Layanan Lembaga Amil Zakat
	LAZ yang transparan (P20)	
	Kenyamanan membayar ZIS di LAZ (P21)	
	Layanan LAZ yang memuaskan (P22)	
Faktor 3	Kemampuan menghitung zakat (P4)	Pengetahuan Agama
	Rutin membaca buku-buku agama (P5)	
	Rutin mengikuti pengajian (P6)	
Faktor 4	Shalat berjamaah di masjid (P2)	Ibadah

Tabel 9. Persentase Varian Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.897	27.833	27.833
2	2.064	14.746	42.579
3	1.594	11.386	53.964
4	1.113	7.95	61.914

¹⁹ Suliyanto, *op.cit.*, p. 120-121

Dari *output* diatas diperoleh empat faktor yang masing-masing mempunyai persentase varian (jumlah variasi yang berhubungan pada suatu faktor yang dinyatakan dalam persentase) sebesar 27, 833 persen, 14,746 persen, 11,386 persen, dan 7,95 persen. Maka, *rotated component matrix* berhasil mereduksi 25 item pertanyaan menjadi empat faktor.

Tabel penamaan faktor menggambarkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat Ponorogo dalam membayar zakat, infak, dan sedekah disebabkan oleh beberapa faktor sesuai dengan urutan persentase varian berikut:

1. Faktor keimanan dengan persentase varian sebesar 27,833%, berdasarkan analisis faktor ada enam item pertanyaan yang membentuk faktor kedermawanan yaitu; kewajiban zakat bagi setiap muslim (P3), mendapat kemudahan rezeki (P8), upaya bersyukur dengan zakat infak dan sedekah (P12), kegemaran membantu fakir dan miskin (P14), menyadari bahwa ada hak orang lain dalam harta pribadi (P17).
2. Faktor layanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dengan persentase varian sebesar 14.746 %, berdasarkan analisis faktor ada empat item pertanyaan yang membentuk faktor LAZ yaitu; tingkat kecakapan LAZ (P19), LAZ yang transparan (P20), kenyamanan membayar ZIS di LAZ (P21), layanan LAZ yang memuaskan (P22).
3. Faktor pengetahuan agama dengan persentase varian sebesar 11.386%, berdasarkan analisis faktor ada tiga item pertanyaan yang membentuk faktor pemahaman agama yaitu; kemampuan menghitung zakat (P4), rutin membaca buku-buku agama (P5), rutin mengikuti pengajian (P6).
4. Faktor keimanan dengan persentase varian sebesar 7.95%, berdasarkan analisis faktor ada satu item pertanyaan yang membentuk faktor pemahaman agama yaitu; Shalat berjamaah di masjid (P2).

Analisis SWOT Strategi Penghimpunan Dana LAZ Ummat Sejahtera

Analisis SWOT adalah suatu alat analisis manajerial dalam rangka merumuskan kebijakan strategi perusahaan. Dalam perkembangannya alat ini tidak saja dipergunakan pada perusahaan, tetapi kegunaanya telah meluas pada berbagai jenis dan ukuran organisasi. Analisis ini berusaha memadukan interaksi antar faktor-faktor internal kelembagaan dan faktor-faktor eksternal

untuk memahami dimensi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) suatu organisasi untuk selanjutnya dirumuskan strategi yang relevan dalam rangka mencapai tujuan.

Analisa SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan thread*) namanya diperlukan untuk mengukur strategi LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo dalam menjalankan misinya. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dengan demikian analisis ini akan menguatkan strategi LAZ Ummat Sejahtera dalam menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam kondisi saat ini.²⁰

1. *Strength* (Kekuatan)

Melihat dari segi penghimpunan dana, LAZ Ummat Sejahtera memiliki dua strategi dalam menghimpun dana yaitu, *pertama*, strategi “*Gepuk Tular*”. Strategi ini dilakukan dengan cara meminta kepada para muzakki atau donatur tetap LAZ Ummat Sejahtera untuk saling menyebarkan informasi kepada teman-teman sejawatnya, sehingga teman-temannya tertarik untuk menjadi muzakki atau donatur LAZ Ummat Sejahtera. *Kedua*, LAZ Ummat Sejahtera memiliki layanan “*Jemput Zakat*” untuk memudahkan muzakki atau donatur dalam menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekahnya. Dengan dua strategi ini, LAZ Ummat Sejahtera dapat menjaring donatur dan muzakki secara efektif dan efisien.

Kegiatan sosialisasi LAZ Ummat Sejahtera dilakukan melalui majalah donatur dan media sosial LAZ Ummat Sejahtera. Sosialisasi ini didukung dengan adanya beberapa pengurus LAZ Ummat Sejahtera yang merupakan tokoh masyarakat atau agama dan mempunyai jaringan dakwah yang luas. Kegiatan sosialisasi ini secara langsung atau tidak langsung dapat meningkatkan citra LAZ Ummat Sejahtera.

Secara legalitas, LAZ Ummat Sejahtera merupakan lembaga yang memiliki legalitas akta notaris: Sutomo, SH. No. 03, Tanggal, 05 April 2006. Selama sebelas tahun mendapat legalitas LAZ Ummat Sejahtera bisa berkembang dan mendapat kepercayaan dari masyarakat, karena melaporkan keuangan secara berkala.

²⁰ Freddy Rangkuti, *op, cit.*, p. 19-20

2. *Weakness* (Kelemahan)

Selain kekuatan, ada beberapa titik yang bisa dianggap kelemahan pada LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo, sebagaimana berikut:

Strategi “*Gepuk Tular*” yang dijalankan oleh LAZ Ummat Sejahtera telah berhasil menjaring donatur atau muzakki. Namun, strategi ini masih dijalankan sebatas pada wilayah tertentu atau kantor tertentu.²¹ Selain itu, minimnya jumlah pengurus LAZ Ummat Sejahtera dalam melakukan layanan “*Jemput Zakat*” sehingga strategi ini belum berjalan secara maksimal.

Kegiatan sosial yang dilakukan LAZ Ummat Sejahtera melalui media sosial dapat meningkatkan citra LAZ Ummat Sejahtera. Namun, sosialisasi belum berjalan secara konsisten dan masih terbatas dijalankan pada media sosial tertentu. Selain itu, sebagian besar pengurus LAZ Ummat Sejahtera bekerja secara “*part time*” atau paruh waktu. karena diantara mereka ada yang bekerja, kuliah, mengajar di lain instansi.²² Hal ini menjadikan kegiatan sosialisasi belum tersebar secara luas.

Disisi lain, LAZ Ummat Sejahtera sudah dipercaya oleh banyak masyarakat, hal ini terbukti dengan adanya 350-400 donatur atau muzakki tetap LAZ Ummat Sejahtera. Namun, legalitas LAZ Ummat Sejahtera yang disahkan oleh akta notaris saat ini menjadi lemah, karena setiap LAZ di Indonesia harus disahkan oleh Menteri Agama RI.

3. *Opportunity* (Peluang)

Dengan dikembangkannya penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah, maka akan didapat sejumlah potensi-potensi eksternal, di antaranya adalah sebagaimana berikut:

Besarnya potensi zakat profesi PNS Ponorogo, hal ini dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasyim bahwa jumlah pegawai pemerintah Ponorogo sebanyak 11.676 orang, dan 98,8% atau 11.537 orang dari jumlah tersebut adalah Muslim. Dari populasi tersebut dapat dihitung; *pertama*, dengan mengqiyaskan zakat emas dengan batas nisab 85% dan zakatnya 2,5% dan didapat angka dengan jumlah 5.350 orang atau 46,37% dari calon muzakki

²¹Doni Mahendra, Manager Divisi Marketing LAZ Umat Sejahtera, *Wawancara*, Ponorogo, 18 Maret 2017

²²Doni Mahendra, Manager Divisi Marketing LAZ Umat Sejahtera, *Wawancara*, Ponorogo, 18 Maret 2017

telah memenuhi nisab, dengan jumlah potensi yang dapat dihitung sebesar Rp. 7.938.422.640. *Kedua*, dengan mengqiyaskan zakat pertanian dengan batas nisab 522 kg beras didapat jumlah 5.342 orang atau 46,3% dari calon muzakki telah mencapai nisab, apabila dihitung dengan zakat 5%, didapatlah jumlah potensi Rp. 15.861.816.000; dan qiyas yang banyak dipakai di Indonesia, dengan zakat 2,5%, didapat Rp. 7.930.908.000.²³

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Adapun situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah *Facebook* dan *Twitter*, kemudian diikuti dengan *Path*, *Line*, *Google +* dan *Linkedlin*. Dengan demikian, sosialisasi melalui media sosial secara luas dapat meningkatkan citra LAZ Ummat Sejahtera sekaligus menjaring muzakki dan donatur.

Beberapa LAZNAS yang sudah mapan ingin mendirikan cabang di kabupaten-kabupaten. Beberapa LAZNAS mempunyai dana zakat, infak dan sedekah yang melebihi batas minimal dana yaitu 3 M. Dengan demikian, terdapat peluang untuk menjadi mitra dari beberapa LAZNAS dalam rangka memenuhi persyaratan legalitas yang telah ditetapkan oleh Menteri Agama RI.

4. *Threat* (Ancaman)

Adanya BAZDA (Badan Amil Zakat Daerah) kabupaten Ponorogo yang berdiri pada tahun 2001. BAZDA yang merupakan lembaga resmi di lingkungan pemerintahan kabupaten Ponorogo serta mempunyai kewenangan dalam melakukan sosialisasi di instansi pemerintahan kabupaten Ponorogo.²⁴ Hal ini menyulitkan beberapa LAZ di Ponorogo dalam melakukan sosialisasi kepada PNS Ponorogo.

Selain itu, adanya Lembaga Amil Zakat lain di Ponorogo yang membuat penghimpunan dana di LAZ Ummat Sejahtera semakin berkurang. Adapun Lembaga Amil Zakat di Ponorogo seperti, Lazis Nahdatul Ulama Ponorogo, LAZ Baitul Mal Hidayatullah Cabang Ponorogo, Lazis Al-Haromain Cabang Ponorogo, Lazis

²³ Mohamad Hasim As'ari. Analisis Potensi Zakat Profesi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kabupaten Ponorogo. Skripsi tidak diterbitkan. Fakultas Syariah, Universitas Darussalam Gontor. 2017

²⁴ Mulyono Jamal. Pengelolaan Zakat di Masyarakat: Studi Tentang Model Amil Zakat di Kabupaten Ponorogo. Disertasi tidak diterbitkan. Pascasarjana, UIN Sunan Ampel. 2016

Muhammadiyah Ponorogo, LAZ Yatim Mandiri Cabang Ponorogo, dan Lembaga Manajemen Infaq Cabang Ponorogo.

Rumitnya persyaratan legalitas Lembaga Amil Zakat dengan terbitnya Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 333 Tahun 2015 tentang pemberian izin Lembaga Amil Zakat. Adapun salah satu syarat yang memberatkan yaitu batasan penghimpunan dana minimal Rp 3.000.000.000 (tiga milyar rupiah) pertahun untuk LAZNAS tingkat kabupaten/kota.²⁵ Sedangkan saat ini dana zakat, infak, dan sedekah yang terhimpun oleh LAZ Ummat Sejahtera baru mencapai Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah). Selain itu Upah Minimum Regional (UMR) Ponorogo termasuk yang paling rendah di Provinsi Jawa Timur membuat penghimpunan dana kurang maksimal.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil dari analisis faktor mereduksi 25 variabel menjadi 4 faktor yang terdiri dari faktor keimanan, faktor layanan Lembaga Amil Zakat, faktor pengetahuan agama, dan faktor ibadah.
2. Faktor yang dominan memengaruhi minat muslim Ponorogo dalam membayar zakat infak dan sedekah adalah faktor keimanan.
3. Adapun Diantara hal-hal yang memengaruhi responden dalam memilih tempat membayar zakat adalah adanya kenyamanan dan kemudahan membayar zakat, infak, dan sedekah di Lembaga Amil Zakat serta transparansi dan profesionalitas Lembaga Amil Zakat.
4. Berdasarkan analisis SWOT LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo dalam menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah, ditemukan beberapa strategi sebagaimana berikut:
 - a. Dari segi strategi penghimpunan dana. *pertama*, memaksimalkan strategi "*Gepuk Tular*" dengan memanfaatkan lebih banyak donatur atau muzakki tetap LAZ Ummat Sejahtera dari PNS Ponorogo. *Kedua*, memetakan wilayah potensi zakat penghasilan PNS Ponorogo yang sekiranya

²⁵ Keputusan Menteri Agama (KMA) Republik Indonesia Nomor 333 Tahun 2015 tentang Pedoman Pemberian Izin dan Pembentukan Lembaga Amil Zakat

dapat dijangkau oleh LAZ Ummat Sejahtera. *Ketiga*, mengadakan silaturahmi dengan muzakki dari PNS Ponorogo disertai dengan kajian tentang potensi zakat penghasilan PNS Ponorogo. *Keempat*, bekerjasama dengan toko-toko di Ponorogo untuk menitipkan kotak amal. *Kelima*, menjalin kerjasama dengan Universitas sekitar untuk membuat aplikasi *online* berbasis *android*. *Keenam*, membuat komunitas relawan dalam melakukan penghimpunan dana ZIS. *Ketujuh*, mendata muzakki atau donatur tetap LAZ Ummat Sejahtera yang siap dijemput zakatnya. *Kedelapan*, membuat jadwal “Jemput Zakat” tetap bagi pengurus LAZ Ummat Sejahtera.

- b. Dari segi sosialisasi. *Pertama*, menyebarkan poster, berita-berita penyaluran, dan motivasi tentang manfaat ZIS melalui sosial media 1 kali dalam sehari. *Kedua*, menugaskan sosialisasi kepada para pengurus LAZ Ummat Sejahtera yang mempunyai jaringan dakwah yang luas. *Ketiga*, memperluas sosialisasi melalui media sosial dengan membuka akun media sosial lebih banyak seperti *twitter*, *path*, *line*, *google+* dan *telegram*. *Keempat*, menugaskan para pengurus LAZ Ummat Sejahtera untuk aktif dalam melakukan sosialisasi melalui sosial media secara efektif dan efisien. *Kelima*, memanfaatkan media sosial yang ada dengan memperbanyak *follower* lebih banyak. *Keenam*, mengkader pengurus dengan memberikan beasiswa kepada anak-anak yang berprestasi dan tidak mampu secara financial. *Ketujuh*, menyebarkan buku-buku keagamaan seperti buku panduan zakat kepada masyarakat secara luas. *Kedelapan*, meningkatkan kemampuan pengurus LAZ Ummat Sejahtera yang bekerja secara “part time” dengan mengadakan workshop tentang “marketing di media sosial”.
- c. Dari segi legalitas. *Pertama*, menjalin kerjasama dengan masjid-masjid di Ponorogo dalam penghimpunan dana ZIS. *Kedua*, menjalin kerjasama dengan LAZ yang sudah mapan dengan menjadi mitra LAZ tersebut dalam penghimpunan dana ZIS. *Ketiga*, mempercepat proses pengurusan legalitas LAZ Ummat Sejahtera. *Keempat*, meningkatkan transparansi laporan keuangan dan pelayanan LAZ Ummat Sejahtera. *Kelima*, menugaskan para pengurus LAZ Ummat Sejahtera yang mempunyai jaringan dakwah yang luas untuk mencari relasi di Kementrian Agama untuk memudahkan proses

legalitas. *Keenam*, mencari donatur dari orang luar negeri untuk dalam rangka mengejar target minimal penghimpunan 3 M pertahun. *Ketujuh*, mengumpulkan syarat legalitas selain batas minimal penghimpunan *Kedelapan*, menjaga kepercayaan masyarakat dengan mendukung kegiatan pengajian di masjid-masjid.

مصادر البحث

المراجع باللغة العربية

- الزحيلي, وهبة. *الفقه الإسلامي وأدلته*. دمشق: دار الفكر.
- العسقلاني, الحافظ ابن حجر, *بلوغ المرام من أدلة الأحكام*. جاكرتا: دار الكتب الإسلامية.
- مصطفى, إبراهيم. ٢٠٠٤. *المعجم الوسيط*, القاهرة: مكتبة الشروق.
- معلوف, لويس. *المتجدد في اللغة و الأعلام*. بيروت: دار المعرفة.

المراجع باللغة الإندونيسية

- Abidah, Atik. "Analisis Strategi Fundraising terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo" dalam *Jurnal Kodifikasia*. (Tahun 10 Nomor 01 2016)
- As'ari, Mohamad Hasim. 2017. *Analisis Potensi Zakat Profesi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kabupaten Ponorogo*. Skripsi tidak diterbitkan. Ponorogo: Fakultas Syariah Universitas Darussalam Gontor.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*. dalam situs <http://kbbi.web.id/himpun>.
- Badan Pusat Statistik (BPS), *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut Tahun 2010*. Data dalam dalam situs <https://sp2010.bps.go.id/>.
- Firdaus, Muhammad, dkk. 2012. "Economic Estimation and Determinations of Zakat Potential in Indonesia." *Makalah disajikan dalam Seminar Islamic Research and Training Institute (IRTI)*. Saudi Arabia, 09 Oktober 2012.
- Hafidhuddin ,Didin. 2008. *Panduan Praktis tentang Zakat Infak Sedekah*. Cetakan Ketujuh, Depok: Gema Insani.
- Huda, Miftahul, "Model Manajemen Fundraising Wakaf" dalam *Jurnal Ahkam*. (Tahun 08 Nomor 01 Januari 2015, hal. 32

- Jamal, Mulyono. 2016. *Pengelolaan Zakat di Masyarakat: Studi Tentang Model Amil Zakat di Kabupaten Ponorogo*. Disertasi tidak diterbitkan. Surabaya: Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Kementrian Agama. 2009. *Manajemen Pengelolaan Zakat*. Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama Republik Indonesia.
- Keputusan Menteri Agama (KMA) Republik Indonesia Nomor 333 Tahun 2015 tentang Pedoman Pemberian Izin dan Pembentukan Lembaga Amil Zakat
- Kominfo, *Penggunaan Internet di Indonesia 63 Juta Orang*, dalam situs <https://kominfo.go.id>
- Lembaga Amil Zakat Ummat Sejahtera. 2016. *Majalah At-Tazkiyah*. Ponorogo
- Muda, Muhammad, dkk. 2006. "Factors Influencing Individual Participation in Zakat Contribution: Exploratory Investigation" *Makalah disajikan dalam Seminar for Islamic Banking and Finance*, Kuala Lumpur, 29-30 Agustus 2006.
- Pew Research Center's Forum on Religion and Public Life, *Mapping the Global Muslim Population*. Artikel dalam situs www.pewforum.org.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Kedua puluh dua, Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan Belas, Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Cetakan Pertama, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zuraya, Nidia, *Potensi Zakat Rp 217 Triliun Terserap Satu Persen*. Berita Replubika Online, dalam situs <http://www.republika.co.id>.