



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.24763>
Volume 10, No. 1, 2025 (295-306)

STRATEGI FUNDRAISING LAZ MANDIRI AMAL INSANI SURABAYA DALAM MENGHIMPUN DANA ZAKAT

Roha Dewi Neta, Ufi Lailatuz Zakiyah, Fadhil Muhammad Akbar

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

rohadowi25@gmail.com, ufizakiyah@gmail.com, akbarfadhil811@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi fundraising yang diterapkan oleh LAZ Mandiri Amal Insani Surabaya dalam menghimpun dana zakat untuk mendukung program pemberdayaan sosial. Dengan pendekatan kualitatif berbasis wawancara dan analisis deskriptif, penelitian ini mengevaluasi strategi internal, seperti pemotongan gaji karyawan Bank Mandiri, dan strategi eksternal melalui gerai zakat, kolaborasi komunitas, serta pemanfaatan platform digital my.berbagi.id. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, membangun kepercayaan donatur, dan memastikan distribusi zakat yang tepat sasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi seperti program Customer Journey dan pemanfaatan teknologi digital berkontribusi signifikan dalam membangun kepercayaan donatur. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi zakat masyarakat dan persaingan dengan lembaga zakat lain menjadi hambatan yang perlu diatasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi fundraising yang efektif dan transparan dalam memperluas jangkauan penghimpunan zakat dan mendukung keberlanjutan program sosial di LAZ Mandiri Amal Insani Surabaya.

Kata kunci: *Strategi, Penghimpunan, Zakat*

Abstract

This study analyzes the fundraising strategy implemented by LAZ Mandiri Amal Insani Surabaya in collecting zakat funds to support social empowerment programs. With a qualitative approach based on interviews and descriptive analysis, this study evaluates internal strategies, such as salary deductions from Bank Mandiri employees, and external strategies through zakat outlets, community collaboration, and the use of the my.berbagi.id digital platform. This strategy aims to increase community participation, build donor trust, and ensure targeted zakat distribution. The results of the study show that innovations such as the Customer Journey program and the use of digital technology contribute significantly to building donor trust. However, challenges such as low zakat literacy in the community and competition with other zakat institutions are obstacles that need to be overcome. This study

emphasizes the importance of an effective and transparent fundraising strategy in expanding the reach of zakat collection and supporting the sustainability of social programs at LAZ Mandiri Amal Insani Surabaya.

Keywords: Strategy, *Fundraising*, *Zakat*

PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki kedudukan penting dalam kehidupan umat Muslim. Dalam Al-Qur'an, perintah untuk menunaikan zakat sering kali disebutkan bersamaan dengan perintah untuk melaksanakan shalat, seperti tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 110 yang berbunyi : "Dan laksanakanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan segala kebaikan yang kamu kerjakan untuk dirimu, kamu akan mendapatkannya (pahala) di sisi Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan" . Oleh karena itu, zakat tidak hanya menjadi kewajiban ibadah, tetapi juga sarana penting untuk pemerataan kesejahteraan sosial.

Salah satu aspek kunci dalam manajemen zakat adalah proses fundraising, yang dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana zakat dari masyarakat, baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan, maupun pemerintah, untuk disalurkan dan dimanfaatkan oleh mustahik. Namun, meskipun potensi zakat di Indonesia sangat besar, realisasi penghimpunan zakat nasional masih sangat rendah, yakni hanya sekitar 0,2% dari potensi zakat yang ada setiap tahunnya (Yuliar, 2021). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara potensi dan realisasi zakat, sehingga diperlukan strategi fundraising yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menyalurkan zakat melalui lembaga zakat resmi.

Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2011, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah lembaga yang memiliki kewenangan untuk mengelola zakat secara nasional. Sementara itu, Lembaga Amil Zakat (LAZ), yang didirikan oleh masyarakat dengan izin pemerintah, berperan mendukung BAZNAS dalam penghimpunan, pendistribusian, dan pemanfaatan zakat (Hayatuddin, 2020). Oleh karena itu, untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat dalam berzakat, LAZ harus mampu menunjukkan kinerja yang akuntabel, transparan, dan

profesional. Kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan zakat sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh LAZ, terutama dalam hal laporan penggunaan dana yang jelas dan terperinci (Ishak et al., 2021). Selain itu, pendistribusian zakat yang tepat sasaran juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan dampak sosial dari zakat (Najiyah et al., 2022).

Kegiatan fundraising yang efektif tidak hanya bertujuan untuk menghimpun dana, tetapi juga untuk membangun transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat. Hal ini akan memupuk rasa kepercayaan muzaki untuk terus menyalurkan zakat mereka melalui lembaga zakat. Selain itu, fundraising juga bertujuan untuk menarik donatur, menumbuhkan pendukung, meningkatkan reputasi lembaga, dan memuaskan donatur (Selviana, 2023).

LAZ Mandiri Amal Insani Surabaya, merupakan lembaga amil zakat yang berfokus pada penghimpunan dana zakat di wilayah Jawa Timur, khususnya Surabaya. Sebagai lembaga nirlaba yang baru berdiri, LAZ Mandiri Amal Insani terus berinovasi dalam berbagai aspek pengelolaan zakat, termasuk dalam strategi fundraising untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Optimalisasi kegiatan fundraising di LAZ Mandiri Amal Insani menjadi langkah strategis dalam mencapai target penghimpunan dana yang lebih besar dan berkelanjutan. Melalui pemanfaatan berbagai kanal, seperti media sosial, serta kolaborasi dengan perusahaan dan komunitas, diharapkan lembaga ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menyalurkan donasi mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi fundraising di LAZ Mandiri Amal Insani Surabaya dalam menghimpun dana zakat yang lebih efektif dan efisien, serta memberikan kontribusi dalam pengelolaan zakat yang lebih baik di Jawa Timur. Penelitian ini memiliki keistimewaan karena merupakan kajian pertama yang membahas secara mendalam tentang strategi fundraising yang diterapkan oleh LAZ Mandiri Amal Insani, yang baru didirikan pada tahun 2022. Selain itu, penelitian ini juga mengisi kekosongan literatur terkait pengelolaan zakat berbasis lembaga amil zakat di wilayah Jawa Timur, yang selama ini belum banyak diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Dengan demikian, jurnal ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang dinamika pengelolaan zakat di tingkat lokal, serta menjadi referensi bagi lembaga zakat lainnya dalam merumuskan strategi penghimpunan dana yang lebih efektif dan berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Zakat

Secara etimologis, kata "zakat" berasal dari bahasa Arab yang memiliki beberapa makna, diantaranya kesuburan, kesucian, keberkahan, dan mensucikan. Secara istilah, zakat merupakan kewajiban bagi umat muslim yang harus ditunaikan. Kewajiban ini mencakup mengeluarkan sebagian harta untuk diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan. Kewajiban membayar zakat diatur dalam QS. At-Taubah ayat 103 :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya : “Ambillah zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui”

Ayat ini menegaskan pentingnya zakat sebagai cara untuk membersihkan harta dan jiwa seseorang. Allah memerintahkan Rasulullah untuk mengambil zakat dari sebagian harta orang-orang yang beriman untuk tujuan membersihkan dan menyucikan mereka (Hasanah, 2020). Selain mensucikan orang Islam dari sifat bakhil, zakat juga mendidik orang Islam memiliki sifat murah hati (dermawan) (Musa, 2020).

Menurut (Safradji, 2018), manfaat zakat meliputi 4 hal yaitu :

1. Melaksanakan perintah Allah SWT dan mendapatkan rido-Nya dan untuk mendapatkan surga di akhirat kelak.
2. Memurnikan hati dari kecintaan terhadap materi.
3. Melindungi masyarakat dari kejahatan karena orang miskin akan senang dengan apa yang orang kaya tunaikan kepada mereka.
4. Menyatukan masyarakat di mana orang miskin merasakan yang dirasakan orang kaya, begitu juga sebaliknya

Fundraishing

Fundraishing atau penghimpunan merupakan kegiatan mengumpulkan dana untuk tujuan tertentu. Menurut (Yuliar, 2021), Fundraising adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Kegiatan fundraising tentunya memiliki tujuan, menurut (Abidah, 2016) tujuan pokok fundraising terbagi menjadi 5, yaitu : menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga (brand image), dan memberikan kepuasan pada donatur.

Dalam penelitian (Hadiyanto & Pusvisasari, 2022), fundraisi memiliki beberapa prinsip ialah :

1. Prinsip fundraising harus meminta
2. Prinsip fundraising berarti berhubungan dengan orang lain
3. Prinsip fundraising berarti menjual
4. Prinsip Kepercayaan dan hubungan masyarakat
5. Prinsip fundraising adalah mengucapkan terima kasih.

Salah satu faktor utama yang membatasi pengumpulan zakat di Indonesia adalah rendahnya literasi zakat di kalangan masyarakat (Aksen Tias et al., 2024). Banyak orang yang belum sepenuhnya memahami pentingnya zakat sebagai kewajiban agama dan cara menyalurkannya dengan benar. Hal ini diperparah dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, baik di tingkat masyarakat maupun di lembaga-lembaga amal zakat. Minimnya pengetahuan tentang mekanisme pengumpulan dan pendistribusian zakat menyebabkan sebagian besar masyarakat cenderung menyalurkan zakat secara perorangan, tanpa melalui lembaga amal zakat yang terorganisir dan profesional.

Selain itu, rendahnya kesadaran tentang kewajiban zakat juga menjadi hambatan utama (Aksen Tias et al., 2024), karena banyak yang belum menyadari bahwa zakat bukan hanya sekadar amal sosial, tetapi juga kewajiban agama yang dapat membawa manfaat besar bagi kesejahteraan umat. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan literasi zakat dan kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat sangat diperlukan untuk mengoptimalkan penghimpunan zakat di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menjawab permasalahan penelitian. Data yang digunakan terdiri dari data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara terkait dengan strategi fundraising yang diterapkan oleh LAZ Mandiri Amal Insani. Wawancara dilakukan dengan pengelola LAZ Mandiri Amal.

Dalam penelitian ini, definisi operasional yang digunakan antara lain:

1. Fundraising

Merujuk pada upaya penghimpunan dana melalui berbagai metode yang diterapkan oleh LAZ Mandiri Amal Insani dalam menghimpun dana zakat.

2. Zakat

Merujuk pada dana yang dihimpun dari muzaki untuk disalurkan kepada mustahik yang berhak menerima.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis pendekatan kualitatif deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan secara mendalam strategi fundraising yang diterapkan oleh LAZ Mandiri Amal Insani. Data yang diperoleh dari wawancara akan dianalisis dengan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi fundraising.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah LAZ Mandiri Amal Insani

Lembaga Amil Zakat Mandiri Amal Insani (LAZ Mandiri Amal Insani) merupakan lembaga amil zakat yang berada di bawah naungan Bank Mandiri. LAZ Mandiri Amal Insani memiliki sejarah panjang yang dimulai dari tahun 1998, pasca reformasi di Indonesia. Sejak saat itu, Bank Mandiri mulai menyadari pentingnya pengelolaan zakat, infak, dan sedekah sebagai bagian dari kontribusinya terhadap kesejahteraan sosial dan keagamaan di Indonesia.

Pada tahun 1998, setelah terjadinya reformasi di Indonesia, Bank Mandiri mendirikan sebuah unit yang bernama Badan Pengelola Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (BPZIS). Unit ini didirikan dengan tujuan untuk mengelola dan menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah dari para karyawan Bank Mandiri dan masyarakat secara umum. Pada awalnya, badan ini dikelola secara internal oleh Bank Mandiri sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, terutama dalam mendukung program-program kemanusiaan dan kesejahteraan sosial.

Seiring berjalannya waktu, BPZIS Bank Mandiri mengalami perubahan struktural. Pada tahun 2014, nama unit tersebut berubah menjadi Mandiri Amal Insani Foundation (MAIF). Perubahan ini menunjukkan adanya perubahan organisasi dan perluasan peran dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah secara lebih profesional dan independen, dengan fokus yang lebih besar pada pengelolaan dana secara transparan, akuntabel, dan berkelanjutan.

Pada tahun 2021, Mandiri Amal Insani Foundation (MAIF) kembali mengalami perubahan nama menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional Mandiri Amal Insani (LAZNAZ Mandiri Amal Insani). Nama baru ini mencerminkan perubahan yang lebih signifikan dalam struktur dan pengelolaan lembaga yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berzakat serta memperkuat integritas dan kredibilitas lembaga dalam menjalankan tugasnya sebagai pengelola zakat.

Saat ini, Mandiri Amal Insani memiliki 8 kantor perwakilan yang tersebar di berbagai wilayah, untuk memperluas jangkauan pelayanan dan penghimpunan dana zakat, infak, sedekah, wakaf, serta dana sosial lainnya, guna meningkatkan efektivitas distribusi bantuan kepada yang membutuhkan.

Strategi Fundraishing LAZ Mandiri Amal Insani Dalam Menghimpun Dana Zakat

Saat ini, penghimpunan zakat di LAZ Mandiri Amal Insani dilakukan melalui dua saluran utama, yaitu internal dan eksternal. Untuk penghimpunan internal, LAZ Mandiri Amal Insani langsung melakukan pemotongan gaji langsung bagi setiap pegawai Bank Mandiri setiap bulan sebagai bagian dari kewajiban zakat mereka. Sistem ini memudahkan para pegawai untuk menunaikan zakat secara otomatis dan tepat waktu, sekaligus memastikan bahwa dana yang terkumpul dapat segera disalurkan kepada yang membutuhkan.

Sementara itu, untuk penghimpunan eksternal, LAZ Mandiri Amal Insani membuka gerai zakat di berbagai lokasi, terutama pada hari-hari besar keagamaan seperti Ramadan dan Idul Fitri. Gerai-gerai ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat umum dalam menyalurkan zakat mereka, serta memberikan edukasi tentang pentingnya berzakat. Selain itu, LAZ Mandiri Amal Insani juga aktif mensosialisasikan zakat kepada pelanggan Bank Mandiri, baik melalui kampanye di cabang-cabang Bank Mandiri maupun berbagai kanal komunikasi lainnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran nasabah mengenai manfaat zakat dan pentingnya berpartisipasi dalam program amal.

Untuk memperluas jangkauan dan dampak sosial, LAZ Mandiri Amal Insani juga berkolaborasi dengan komunitas Seribu Senyum, sebuah komunitas sosial yang memiliki visi dan misi yang sejalan, dalam menyelenggarakan berbagai program sosial yang dapat membantu masyarakat yang membutuhkan. Selain itu, di era digital saat ini, LAZ Mandiri Amal Insani meluncurkan platform teknologi bernama my.berbagi.id, sebuah aplikasi berbasis web yang memungkinkan masyarakat untuk menyalurkan zakat, infak, sedekah, dan wakaf dengan cara yang lebih mudah, cepat, dan transparan. Dengan berbagai inovasi ini, LAZ Mandiri Amal Insani berkomitmen untuk mempermudah masyarakat dalam menjalankan kewajiban zakat mereka dan memastikan bahwa dana yang terkumpul dapat disalurkan dengan tepat sasaran untuk memberdayakan yang membutuhkan.

Tantangan Strategi Fundraisihing LAZ Mandiri Amal Insani

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh LAZ Mandiri Amal Insani dalam melakukan fundraising adalah tingginya tingkat persaingan di sektor zakat. Sebagai lembaga amal zakat yang relatif baru, LAZ Mandiri Amal Insani harus bersaing dengan banyak lembaga amal zakat (LAZ) yang sudah lama berdiri dan memiliki basis donor yang lebih besar. Lembaga-lembaga yang lebih mapan ini sering kali memiliki sumber daya yang lebih kuat, reputasi yang sudah terbangun,

serta jaringan yang lebih luas, sehingga mereka dapat dengan mudah menarik lebih banyak perhatian dan dukungan dari masyarakat.

Selain itu, persepsi masyarakat terhadap lembaga zakat juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak masyarakat yang mungkin sudah terbiasa menyalurkan zakat mereka melalui lembaga zakat yang lebih dikenal, baik itu lembaga besar yang sudah ada sejak lama maupun melalui saluran yang lebih tradisional. Sebagai lembaga yang baru, LAZ Mandiri Amal Insani harus bekerja keras untuk membangun kepercayaan publik, menunjukkan transparansi dan akuntabilitasnya dalam pengelolaan dana, serta memastikan bahwa distribusi zakat yang dilakukan tepat sasaran. Hal ini membutuhkan strategi komunikasi yang baik dan upaya yang konsisten dalam membangun reputasi sebagai lembaga yang profesional dan dapat dipercaya.

Di samping itu, perubahan tren dan kebiasaan masyarakat dalam menyalurkan dana sosial juga turut mempengaruhi tantangan fundraising. Saat ini, semakin banyak masyarakat yang memilih menggunakan teknologi untuk berzakat dan berdonasi, yang membuka peluang bagi lembaga zakat untuk memanfaatkan platform digital. Namun, di sisi lain, hal ini juga berarti bahwa LAZ Mandiri Amal Insani harus bersaing dengan banyaknya platform zakat digital yang sudah ada di pasar. Untuk itu, LAZ Mandiri Amal Insani perlu terus berinovasi, memperkuat kehadiran digital, dan menawarkan solusi yang lebih mudah dan transparan bagi para donatur, seperti melalui aplikasi my.berbagi.id yang memudahkan masyarakat dalam berzakat secara praktis dan efisien.

Evaluasi dan Monitoring Strategi Fundraising LAZ Mandiri Amal Insani

LAZ Mandiri Amal Insani secara rutin melakukan evaluasi untuk memastikan program-program yang dijalankan tetap efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan dalam beberapa tahap, dimulai dengan evaluasi triwulan yang bertujuan untuk meninjau progres jangka pendek dari kegiatan penghimpunan dan penyaluran zakat. Dalam evaluasi triwulan, fokus utama adalah mengukur sejauh mana target-target bulanan dan kuartalan tercapai, termasuk efektivitas kegiatan fundraising dan distribusi dana kepada mustahik (penerima zakat). Evaluasi ini membantu LAZ Mandiri Amal Insani untuk melakukan perbaikan cepat dan responsif terhadap perubahan kebutuhan atau tantangan yang muncul di lapangan.

Selain itu, evaluasi semesteran dilakukan untuk menilai kinerja secara lebih menyeluruh selama enam bulan. Pada tahap ini, LAZ Mandiri Amal Insani

mengevaluasi hasil dari program-program yang lebih besar, termasuk keberhasilan dalam memperluas jangkauan layanan dan dampak sosial yang dihasilkan dari dana zakat yang telah disalurkan. Evaluasi semesteran juga menjadi momen penting untuk menilai konsistensi dan efektivitas strategi fundraising yang digunakan, serta mengevaluasi kerja sama dengan berbagai mitra dan komunitas. Proses ini memungkinkan LAZ Mandiri Amal Insani untuk menyesuaikan strategi jika diperlukan, memastikan bahwa program-program yang dijalankan tetap relevan dan berdaya guna.

Sementara itu, evaluasi tahunan berfokus pada progres jangka panjang dan pencapaian visi serta misi lembaga. Evaluasi tahunan ini memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perkembangan LAZ Mandiri Amal Insani dalam beberapa aspek, seperti pertumbuhan jumlah donatur, pengelolaan dana yang semakin efisien, serta dampak sosial yang telah tercipta dari kegiatan zakat dan wakaf. Hasil dari evaluasi tahunan ini menjadi dasar bagi perencanaan strategis untuk tahun berikutnya, memastikan bahwa LAZ Mandiri Amal Insani terus tumbuh dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan masyarakat serta perkembangan teknologi yang ada. Dengan adanya evaluasi yang terstruktur ini, LAZ Mandiri Amal Insani dapat terus meningkatkan kualitas dan transparansi dalam pengelolaan zakat.

Model Penyaluran Dana Zakat LAZ Mandiri Amal Insani

LAZ Mandiri Amal Insani berkomitmen untuk menyalurkan dana zakat secara tepat sasaran dan berdampak langsung pada kehidupan masyarakat yang membutuhkan. Salah satu contoh program yang dijalankan adalah penyaluran dana zakat ke Pesantren Tahfidz Qur'an MAI Nganjuk, di mana zakat yang dihimpun digunakan untuk membeli alat tulis bagi para santri, serta memberikan biaya pendidikan secara gratis bagi mereka yang kurang mampu. Program ini tidak hanya mendukung kebutuhan pendidikan, tetapi juga membantu menciptakan generasi penghafal Qur'an yang berkualitas. Dengan penyaluran zakat yang langsung menyentuh sektor pendidikan, LAZ Mandiri Amal Insani berupaya memberikan dampak positif yang berkelanjutan dalam pembinaan karakter dan pengembangan ilmu bagi generasi muda.

Selain itu, LAZ Mandiri Amal Insani juga memiliki program Customer Journey yang memungkinkan para calon muzaki untuk lebih terlibat dalam proses penyaluran zakat mereka. Dalam program ini, jika seorang muzaki ingin memastikan bahwa zakat yang mereka keluarkan tersalurkan kepada seseorang atau suatu tempat tertentu, maka LAZ Mandiri Amal Insani akan mendampingi muzaki tersebut untuk menyalurkan zakat secara langsung. Misalnya, jika seorang muzaki ingin zakatnya

diberikan kepada seorang dhuafa atau program sosial tertentu, LAZ Mandiri Amal Insani dan muzaki tersebut akan pergi bersama-sama untuk menyerahkan zakat secara langsung kepada penerima manfaat. Program ini tidak hanya memberikan transparansi dalam penyaluran zakat, tetapi juga mempererat hubungan antara muzaki dan mustahik, serta memberikan rasa kepuasan dan kepercayaan bagi para donatur bahwa zakat mereka benar-benar sampai pada yang membutuhkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian mengenai strategi fundraising di LAZ Mandiri Amal Insani Surabaya menunjukkan bahwa lembaga ini telah melakukan berbagai upaya inovatif untuk menghimpun dana zakat secara efektif dan efisien. Sebagai lembaga amil zakat yang relatif baru, LAZ Mandiri Amal Insani berhasil memanfaatkan strategi internal melalui pemotongan gaji karyawan Bank Mandiri yang bersifat otomatis, serta strategi eksternal dengan membuka gerai zakat di lokasi strategis dan memanfaatkan platform digital seperti my.berbagi.id. Langkah ini memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah menyalurkan zakat mereka secara transparan dan akuntabel.

Selain itu, lembaga ini juga melakukan pendekatan personal dengan mengadakan program seperti Customer Journey, yang memberikan pengalaman langsung kepada donatur untuk menyalurkan zakat kepada mustahik. Upaya ini tidak hanya memperkuat transparansi, tetapi juga membangun kepercayaan dan kepuasan donatur terhadap pengelolaan zakat yang dilakukan.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan, seperti tingginya persaingan dengan lembaga zakat yang lebih mapan, rendahnya tingkat literasi zakat di kalangan masyarakat, dan perlunya inovasi terus-menerus di era digital. LAZ Mandiri Amal Insani perlu bekerja keras untuk membangun reputasi, memperluas jaringan donatur, dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Evaluasi kinerja yang dilakukan secara terstruktur oleh lembaga ini, baik secara triwulan, semesteran, maupun tahunan, menunjukkan komitmen untuk meningkatkan efektivitas strategi fundraising. Dengan terus menyesuaikan pendekatan sesuai kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi, LAZ Mandiri Amal Insani memiliki potensi untuk memperkuat posisinya sebagai lembaga zakat yang dapat diandalkan di tingkat lokal maupun nasional. Strategi yang telah diterapkan tidak hanya bertujuan untuk menghimpun dana, tetapi juga memberikan

dampak sosial yang nyata, seperti program pendidikan di pesantren tahfidz dan pemberdayaan masyarakat kurang mampu.

Saran

1. LAZ Mandiri Amal Insani perlu meningkatkan program edukasi masyarakat untuk memahami pentingnya zakat sebagai kewajiban agama dan dampaknya terhadap kesejahteraan sosial.
2. Pengembangan dan pemasaran platform digital seperti *my.berbagi.id* perlu diperluas agar mampu bersaing dengan platform zakat lainnya.
3. Perlu ada kampanye yang memperkuat citra profesionalisme dan keunggulan lembaga dalam pengelolaan zakat untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.
4. LAZ Mandiri Amal Insani perlu memperluas kerja sama dengan komunitas, perusahaan, dan institusi keagamaan untuk menjangkau lebih banyak donatur.
5. Program seperti *Customer Journey* bisa diperluas agar donatur semakin merasa dekat dan percaya terhadap proses distribusi zakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadiyanto, R., & Pusvisasari, L. (2022). Efisiensi Pengumpulan dan Pendistribusian Zakat dan Wakaf di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2076-2082.
- Hasanah, U. (2020). Optimalisasi Pengelolaan Zakat Produktif Sebagai Realisasi Revolusi Mental. *Ijtima'iyya: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 13(1), 75-88.
- Hayatuddin, A. K. (2020). Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat di BAZNAS Karanganyar Pasca Pemberlakuan UU No. 23 Tahun 2011.
- Ishak, K., Hakim, L., Putri, R. A., & Fatila, D. N. (2021). Strategi Meningkatkan Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Melalui Filantropi Islam. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 551-561.
- Musa, A. (2020). Pendayagunaan Zakat Produktif. *M. Ag Dr. Nurdin. Banda Aceh: PT. Naskah Aceh Nusantara*.
- Najiyah, F., Khasanah, U., & Asas, F. (2022). Manajemen zakat di Indonesia (tantangan dan solusi). *Insight Management Journal*, 2(2), 45-53.
- Safradji, S. (2018). Zakat Konsumtif Dan Zakat Produktif. *Tafhim Al-'Ilmi*, 10(1), 59-66.

- Selviana, S. (2023). *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) di Kota Palu* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu).
- Tias, M. A., Majaya, D., Rizkyawan, M. D., Ardiansyah, A., Tiarahman, R., & Nurhasanah, E. (2024). Analisis Faktor Kendala Fundraising Pada Lembaga Zakat Di Indonesia. *La Zhulma| Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 230-236.
- Yuliar, A. (2021). Analisis Strategi Fundraising Organisasi Pengelola Zakat Di Era Digitalisasi. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 2(1), 65-76.