

**ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* DAN PELAKSANAAN
PROGRAM LAZNAS (LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL) YATIM
MANDIRI DI ERA *NEW NORMAL*
(Studi Kasus Cabang Yatim Mandiri Solo)**

Lili Aisyah¹, Rindiani², Rahmawati³, Susilowati⁴

¹STAI An-Najah Indonesia Mandiri, ²STAI An-Najah Indonesia Mandiri, ³STAI An-Najah Indonesia Mandiri, ⁴STAI An-Najah Indonesia Mandiri

¹liliaisyah029@gmail.com, ²rindyani147@gmail.com, ³rahmaku512@gmail.com,
⁴susilowati.mm@gmail.com

Abstract: Throughout the beginning of 2020 until now, the Covid-19 pandemic has had a wide impact on the global health and economic crisis. The Indonesian government enacted the PSBB policy which was then followed by a new policy, namely the New Normal policy, where community activities are restricted and have a large impact on their social activities, especially the impact of work and economy. Likewise, the impact experienced by LAZNAS Yatim Mandiri in the fundraising process experienced obstacles such as payment of bad donors, donors came out as permanent donors of Yatim Mandiri and some obstacles in the sustainability of the program. In this journal will be discussed how the analysis of fundraising strategies and the implementation of the LAZNAS Yatim Mandiri program in the Solo Branch. This study uses qualitative approaches with observation methods, interviews and literature methods. The data used comes from primary and secondary data. The results showed that although the pandemic had an impact that greatly affected the activities of the community and institutions, but LAZNAS Yatim Mandiri has a solution in the form of a strategy that continues to be developed both in terms of the fundraising team and all existing programs to continue running and realized properly so that mustahik will still get its rights from muzaki through Yatim Mandiri.

Keywords: *Fundraising*, LAZNAS Yatim Mandiri and *New Normal*

Introduction

Universitas sebagai penyelenggara pendidikan tinggi kepada masyarakat dituntut untuk memberikan lebih dari sekedar kemampuan akademis kepada para mahasiswanya. Program Studi Ekonomi Syariah STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo menyadari akan pentingnya peningkatan kompetensi mahasiswanya, baik secara akademis dan juga *softskill* lainnya. Program Studi Ekonomi Syariah STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo selalu mengikuti perkembangan kebutuhan lulusan sekolah tinggi, sehingga dengan perkembangan zaman dan era globalisasi yang sudah di depan mata, Program Studi Ekonomi Syariah STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo menerapkan program magang sebagai tugas akhir para mahasiswanya sebagai. Program magang bertujuan untuk membuka kesempatan bagi mahasiswa mengaplikasikan teori dan pengetahuan yang diterima di bangku perkuliahan ke dalam kehidupan kerja sesungguhnya. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam hal teknis, kemampuan berkomunikasi, kemampuan bekerja dalam tim dan kemampuan memecahkan masalah. Dalam program magang tersebut para mahasiswa dituntut untuk terjun langsung ke lapangan untuk memahami realita dunia kerja.

Dengan adanya program magang ini lulusan STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo diharapkan dapat mengenal dunia kerja lebih baik, dimana mereka nantinya akan mendapatkan pengalaman kerja dan menambah jaringan karir. Dalam hal ini praktikan melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) pada Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Solo.

LAZNAS Yatim Mandiri merupakan salah satu lembaga amil zakat terbaik di Indonesia. Oleh karena itu, diharapkan lembaga Yatim Mandiri ini dapat mengantisipasi problem yang sedang terjadi saat ini yaitu di masa pandemi Covid-19 dimana yayasan yatim mandiri cabang Solo harus terus berupaya meningkatkan inovasi dan strategi zisco terkait fundraising. Terlebih lagi ditengah pemberlakuan PPKM membuat masyarakat kesulitan dalam memperoleh pekerjaan. Hal tersebut akan berdampak pada menurunnya pendapatan yayasan yatim mandiri cabang Solo di bidang fundrising.

Theoretical Review

Strategi Fundraising

Secara etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang berarti jenderal. Strategi pada awal mulanya berasal dari peristiwa peperangan sebagai siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya, dan agama.¹ Strategi juga dapat diartikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi (*strategy is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals*).² Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.

Pengertian fundraising dapat diartikan sebagai aktifitas menghimpun atau menggali dana zakat, infak dan sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok organisasi dan perusahaan) yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.³ Penghimpunan dana atau biasa disebut fundraising boleh dikatakan selalu menjadi tema besar bagi organisasi terutama organisasi pengelola zakat seperti Yatim Mandiri. Fundraising pada sebuah organisasi pengelola zakat (OPZ) dapat diartikan sebagai segala upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infak, sedekah dan wakaf serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.⁴

Strategi fundraising adalah rencana sebuah proses mempengaruhi masyarakat agar mau memberikan sebagian hartanya atau sumber daya lainnya yang bernilai untuk diberikan kepada kaum dhuafa dan masyarakat yang membutuhkan.⁵ Penting adanya strategi fundraising untuk menjadi rancangan dalam menjalankan program baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Andreasen dan Kotler (2008) dalam Rahmatina (2018) lebih lanjut menyatakan bahwa kegiatan penggalangan dana telah melalui tiga fase orientasi di dalamnya yaitu pengembangan terkait

¹ Rai'udin dan Djalil, Manna Abdul, 1997. Prinsip dan Strategi Dakwah, Bandung: Pustaka Setia. Hal. 18

² Widi Nopiardo. *STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT PADA BAZNAS KABUPATEN TANAH DATAR*. Jurnal Imara. (2015)

³ Iamulloh. *Metode Fundraising Dana Zakat, Infak dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Daerah (Bazda) Kabupaten Sukabumi*. EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Vol. 2 No. 1 Juni. (2013)

⁴ Khasanah, Umrotul. *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Malang: UIN Maliki Press. Hlm 176

⁵ Assuari, Sofjan. *Manajemen Fundraising*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal. 145 thn 2014

dengan produk, penjualan dan pemasaran. Sargeant et al (2001) dalam Rahmatina mengklasifikasikan kegiatan penggalangan dana menjadi dua pendekatan: pertama pendekatan transaksional, yang berfokus pada kebutuhan keuangan langsung tanpa menggunakan strategi perencanaan untuk mengamankan sumber daya. Kedua pendekatan strategis, yang dibangun bersamaan dengan visi, misi dan tujuan jangka panjang organisasi, dan yang disinkronkan dengan proyek penggalangan dana dan sumber daya untuk mempertahankan keberlanjutan.⁶

Era New Normal

Corona Virus Diseasi 2019 atau yang lebih kita kenal sekarang adalah *COVID-19* yang sudah menjadi permasalahan di semua belahan dunia karena jumlah penyebaran yang semakin cepat. Pandemi Covid ini pertama kali dilaporkan muncul di Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Hingga saat ini Covid sudah menyebar keseluruh negara di dunia sehingga *World Health Organization* sudah menetapkan statusnya menjadi pandemi pada 11 Maret 2020. Di Indonesia sendiri kasus Covid-19 pertama kali muncul pada bulan Maret 2020, sejak saat itu penyebaran Covid semakin meluas hingga sekarang.⁷

Dalam penanganan Covid ini seluruh negara di belahan dunia melakukan usaha semaksimal mungkin untuk menekan jumlah penyebaran Covid dengan berbagai kebijakan. Di Indonesia misalnya menetapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang di berlakukan per wilayah, baik provinsi atau kabupaten/kota berdasarkan tingkat keparahan wabah yang penilaiannya ditentukan oleh pemerintah pusat melalui Kementerian Kesehatan di. Secara teknis jenis kegiatan masyarakat yang dibatasi adalah dengan meliburkan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan ditempat umum, pembatasan kegiatan sosial budaya, pembatasan mobilitas transportasi dan pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan keamanan.⁸

Di Indonesia sendiri pelaksanaan tanggap darurat penanganan Covid sudah dimulai sejak awal bulan Maret 2020, dengan memberlakukan kebijakan PSBB yang dimulai pada 10 April 2020 di Jakarta, kemudian disusul beberapa kota satelit Jakarta, lalu diikuti wilayah lain dalam lingkup provinsi, kabupaten atau kota yang menunjukkan kecenderungan peningkatan kasus secara signifikan. Praktis setelah 3 bulan melewati masa tanggap darurat dan PSBB,

⁶ Rahmatina A. Kasri. *Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study*. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* (Journal of Islamic Economics). 10 (1). (2018)

⁷ Arianda Aditia. 2021. *COVID-19 : EPIDEMIOLOGI, VIROLOGI, PENULARAN, GEJALA KLINIS, DIAGNOSA, TATALAKSANA, FAKTOR RISIKO DAN PENCEGAHAN*. Jurnal Penelitian Perawat Profesional, Volume 3, Nomor 4 hal. 657

⁸ Muhyiddin. 2020. *Covid-19, New Normal dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia*. The Journal of Development Planning, Volume IV No. 2-Juni 2020 hal. 241-242

pemerintah Indonesia mulai mejajaki penerapan kehidupan normal yang baru (*new normal*) dan melonggarkan PSBB.⁹

Kebijakan tersebut tentu memberikan dampak diberbagai sektor contohnya disektor ekonomi yang mana sangat dirasakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat yang mana kegiatan yang dibatasi membuat beberapa pekerjaan menjadi kesulitan dan tidak dapat seproduktif sebelumnya. Ini menimbulkan beberapa dampak seperti pengurangan jumlah tenaga kerja maupun pengurangan gaji bagi karyawan. Sebagai lembaga Amil Zakat tentunya dalam proses *fundraising* akan mengalami beberapa kendala seperti pembayaran yang macet pada para donatur, ada beberapa donatur yang keluar sebagai donatur rutin dan menurunnya jumlah penghimpunan dana Zakat, Shodaqoh maupun Infaq yang didapatkan oleh lembaga.

Lembaga Amil Zakat

Menurut Sudirman, Lembaga Amil Zakat merupakan institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat sehingga tidak memiliki afiliasi dengan Badan Amil Zakat.¹⁰ Secara yuridis, definisi LAZ dapat ditemukan dalam penjelasan Pasal 7 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat. Lembaga amil zakat dipandang sebagai institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat dan oleh masyarakat.¹¹ Setelah Undang-Undang ini diubah, definisi LAZ turut mengalami perubahan sebagaimana diatur dalam Pasal 1 poin 8 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.¹² Dengan adanya perubahan undang-undang tersebut maka definisi dan tugas LAZ turut berubah, yaitu sebagai pembantu dalam pengelolaan zakat di Indonesia. LAZ dalam penelitian ini adalah Yatim Mandiri.

Diawal kemerdekaan pengelolaan zakat masih diserahkan pada masyarakat. Baru pada tanggal 8 Desember 1951, Kementerian Agama mengeluarkan Surat Edaran Nomor: A/VII/17367 tentang Pelaksanaan Zakat Fitrah, yang intinya pemerintah mendorong masyarakat secara aktif mengawasi pendistribusian zakat agar sesuai dengan hukum Islam.

⁹ Muhyiddin. 2020. *Covid-19, New Normal dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia*. The Journal of Development Planning, Volume IV No. 2-Juni 2020 hal. 246

¹⁰ Sudirman. *Zakat dalam Pusaran Arus Modernitas* (Malang: UIN-Malang Press,2007), h. 99

¹¹ Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 164 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3885

¹² Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Lembaran Negara Tahun 2011 Nomor 115

Dengan demikian, pemungutan dan pen distribusi zakat belum dilakukan oleh sebuah lembaga dan masih bersifat sporadis. Pada tahun 1968, muncul dua institusi yang berhubungan erat dengan pengelolaan zakat, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) melalui Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 4 Tahun 1968 dan bait al-mâl yang diatur dalam Peraturan Menteri Agama Nomor 5 Tahun 1968. Berdasarkan dua PMA ini Bait al-mâl berfungsi sebagai penerima dan penampung zakat, dan kemudian dikumpulkan kepada Badan Amil Zakat untuk didistribusikan kepada mustahiq. Bait al-mâl yang dimaksud dalam PMA Nomor 4 Tahun 1968 berstatus yayasan dan bersifat semi resmi.¹³ Dua peraturan tersebut memberikan banyak peluang bagi lahirnya sejumlah Lembaga Amil Zakat di Indonesia. Hal ini akan memudahkan muzakki membayar zakat, serta memudahkan mustahik memperoleh haknya. Dengan munculnya berbagai lembaga-lembaga amil zakat memberikan sebuah harapan akan tertolongnya kesulitan hidup kaum dhuafa dari masalah kemiskinan yang terjadi di Indonesia.

Methods

Penelitian pada kali ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan metode kepustakaan. Data yang digunakan berasal dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari pelaksanaa Praktik Kerja Lapangan yang di laksanakan pada bulan Agustus 2021, peneliti melakukan wawancara langsung dengan para karyawan dan Zisco Yatim Mandiri cabang setempat serta mengikuti beberapa kegiatan langsung di lapangan untuk melakukan peninjauan program-program yang sudah berlangsung. Kemudian untuk data sekunder peneliti dapatkan dari laporan keuangan yang diberikan oleh staf bagian keuangan Yatim Mandiri.

Results And Discussion

Sejarah Yatim Mandiri

Yatim Mandiri adalah lembaga non-profit yang berkhidmat dalam memberdayakan segala potensi anak yatim dan Dhuafa melalui pengelolaan dana sosial ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf) baik perseorangan, lembaga, institusi maupun *corporate*. Berasal dari gagasan seorang aktivis islam yang ingin menyatukan panti-panti asuhan

¹³ Fakhruddin. 2008. *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*. Malang: UIN-Malang Press hal. 244-245
The 2nd ICO EDUSHA 2021
Vol. 2.No.1 December 2021
E-ISSN. 2775-930X

yatim di Surabaya, diantaranya adalah Drs. Hasan Sadzili, Syahid Haz, Bimo Wahyu Wardoyo, dan Nur Hidayat. Pada 13 Maret 1994 dibentuk Yayasan Pembinaan dan Pengembangan Panti Asuhan Islam dan Anak Purna Asuh (YP3IS) sebagai lembaga penghimpun dana dari masyarakat. Setelah 17 tahun sejak berdirinya dengan perjalanan yang panjang dan berbagai catatan telah terhimpun, baik terkait legalitas maupun operasional kesehariannya.

Sesuai dengan Undang-undang No. 16 Tahun 2000 tentang yayasan batas toleransi penyesuaiannya adalah tahun 2005, demi kepentingan publik yayasan harus mendaftarkan ke Depkumham Jakarta. Ternyata nama YP3IS sudah digunakan oleh pihak lain, dengan begitu banyak pihak yang menyarankan baik tenaga pelaksana internal maupun masyarakat di eksternal, sehingga nama lembaga dana disederhanakan. Alasan yang nama terlalu panjang, sehingga susah dipahami dan sulit diingat. Maka untuk memberi kemudahan kepada semua pihak, pada awal 2008 diputuskan untuk merubah nama menjadi Yayasan Yatim Mandiri dengan akronim Yatim Mandiri. Nama Yatim Mandiri telah terdaftar di DEPKUMHAM RI dengan nomor: AHU-2413.AH.01.02.2008 dan mempunyai NPWP nomor: 02.840.224.6.609.000.¹⁴

Strategi Fundraising Yatim Mandiri

Lembaga Amil Zakat memerlukan adanya tim *fundraising* untuk menghimpun dana Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Wakaf (ZISWAF) dari para muzakki. Dalam hal ini tentu ilmu marketing sangat dibutuhkan guna memperkenalkan beberapa program yang telah ditentukan oleh lembaga. Selain itu, *marketing* berguna untuk menawarkan program-program yang telah direncanakan. Penawaran tersebut bertujuan untuk mendapatkan donatur baru, baik itu donatur untuk zakat, infaq, shodaqoh, maupun wakaf. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perkembangan lembaga tersebut. Selain itu, dari proses marketing akan dapat menentukan target donatur yang akan jadi sasaran. Oleh karena itu, lembaga memerlukan strategi fundraising yang matang dalam mendapatkan dan mempertahankan donatur. Di LAZNAS Yatim Mandiri kegiatan marketing dinamakan dengan ZISCO (*ZIS Consultan*).

Sesuai UU No.23 tahun 2011 BAZNAS mengumpulkan atau Penghimpunan zakat, infak, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya. Dalam pengumpulan dana BAZNAS

¹⁴ <https://www.yatimmandiri.org/> di akses pada 22 Juli 2021 pukul 05.38

melakukan sosialisasi zakat ke berbagai kalangan melalui berbagai sarana baik langsung ataupun tidak langsung. Penerimaan zakat oleh BAZNAS dilakukan melalui konter, e-banking, jemput zakat dan *payroll system*.¹⁵ Di Yatim Mandiri Solo Strategi penghimpunan dana terbagi menjadi dua yaitu **Setoran Rutin** dan **Setoran Insidentil**. "*Penghimpunan dana dengan cara pengambilan donasi kepada para donatur rutin Yatim Mandiri (Setoran rutin) dan dengan melakukan Pengembangan dana agar donatur Yatim Mandiri terus bertambah, bagi para donatur yang memberikan Zakat, Infaq, Sadaqoh dan wakafnya hanya sesekali maka akan dimasukan kejenis setoran Insidentil...*" Jelas Kepala Cabang yatim Mandiri Solo (Bapak Yulia Setiawan).

Ditengah kondisi pandemi atau di Era New Normal seperti sekarang LAZ Yatim Mandiri Solo menerapkan bauran pemasaran atau marketing mix dari beberapa strategi pemasaran sebagai salah satu strategi tim fundraising (ZISCO) yang bertujuan untuk menarik hati masyarakat agar bersedia menjadi konsumen atau donatur tanpa ada paksaan.¹⁶ Beberapa strategi marketing tersebut, anatar lain:

a. Produk (*Product*)

Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan konsep produk (*produk mix*), merek dagang (*brand*), cara pembungkusan atau kemasan produk (*product packaging*), tingkat mutu atau kualitas dari produk, pelayanan (*services*) yang diberikan. Konsep produk pada Lembaga Amil Zakat nasional Yayasan Yatim Mandiri Cabang Solo dengan menampilkan wujud produk dalam bentuk program-program yang berdampak positif terhadap masyarakat.

b. Harga (*Price*)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam memberikan nilai kepada konsumen, mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk melakukan donasi. Lembaga Amil Zakat Nasional Yayasan Yatim Mandiri Cabang Solo menggunakan konsep tingkatan-tingkatan nominal donasi dari paling rendah menuju yang paling tinggi, bertujuan untuk memudahkan pembukuan pada lembaga tersebut.

¹⁵ Coryna IA, Tanjung H, *Formulasi Strategi Penghimpunan Zakat*. Hlm. 167 Jurnal Al-Muzara'ah

¹⁶ Muallimatur Rosyidah, STRATEGI MARKETING MIX PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL YAYASAN YATIM MANDIRI SIDOARJO, 2019, hlm. 91

c. Tempat (*Place*)

Lokasi dan saluran distribusi untuk menyediakan jasa kepada pasar sasaran adalah kunci area keputusan yang mencakup bagaimana menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana terjadinya proses penyaluran donasi.

d. Orang (*People*)

Lembaga Amil Zakat Nasional Yayasan yatim Mandiri Cabang Solo mempunyai ujung tombak pemasaran disebut dengan *ZIS consultant*, yang tugasnya memasarkan atau menyajikan program-program penghimpunan donasi lembaga kepada masyarakat. *ZIS consultant* ini dalam bidangnya diharapkan dapat menarik masyarakat berpartisipasi untuk menjadi donatur tetap dan insidental.

e. Proses (*Procces*)

Konsep proses Lembaga Amil Zakat Nasional Yayasan Yatim Mandiri Cabang Solo dilakukan dengan meningkatkan Kompleksitas. peningkatan kompleksitas ini dilakukan dengan menambah keanekaragaman produk penunjang yang berbentuk program-program penghimpunan donasi yang dikemas dengan bahasa menarik.

Pelaksanaan Program LAZNAS Yatim Mandiri

Sebelum memaparkan analisis program-program LAZNAS Yatim Mandiri di Era New Normal, berikut kami tampilkan tabel yang berisikan seluruh program Yatim Mandiri baik dipusat maupun cabang:

NO.	BIDANG	NAMA PROGRAM
1.	PENDIDIKAN	a. Sanggar Al-Qur'an b. Kampus Kemandirian c. Insan Cendekia Mandiri Boarding School (ICMBS) d. Rumah Kemandirian e. Beasiswa Yatim Mandiri (BESTARI) f. Alat Sekolah Ceria (ASA) g. Sanggar Genius
2.	PEMBERDAYAAN	a. <i>Mandiri Entrepreneur Center</i> (MEC) b. Kampung Mandiri c. Bunda Mandiri Sejahtera (BISA)

3.	KESEHATAN	a. Kacamata b. Ibu dan Balita Sehat c. Kampung Sehat Mandiri d. Layanan Sehat Mandiri e. Yatim Berseri (Periksa Gigi gratis) f. Mobil Sehat dan Layanan <i>Ambulance</i> g. Khitan Massal
4.	KEMANUSIAAN	a. Bedah Rumah b. Bantuan Langsung Mustahik c. Yatim Mandiri Peduli Bencana
5.	DAKWAH	a. Kursus Al-Qur'an b. Pengiriman Dai c. Safari Dakwah

Tabel.1 Program-Program Yatim Mandiri

Meskipun pandemi memberikan dampak yang sangat mempengaruhi aktifitas masyarakat dan lembaga, tetapi lembaga mempunyai solusi berupa strategi-strategi yang harus di terapkan dalam menangani kendala tersebut agar seluruh program-program diatas mampu untuk tetap berjalan dan terealisasi dengan baik sehingga mustahik akan tetap mendapatkan hak-haknya dari para muzaki melalui Yatim Mandiri dengan tidak menyulitkan para donatur dalam kegiatan berderma meski sedang dalam masa pandemi seperti ini . Adapun berapa strategi dalam penanganan kendala ini , antara lain :

- a. Membuat Program yang relevan dengan kondisi saat ini, program berfokus pada Kebutuhan mustahik dan keinginan donatur
- b. Menggunakan *cost* dari pada *price* .
Cost : seberapa besar biaya (*effort*) yang di dikeluarkan donatur dalam rangka bertransaksi donasi ,waktu, biaya dan manfaat.
- c. Mengutamakan kemudahan dan kenyamanan donatur. Seperti donasi digital, jemput donasi oleh zisco dan transfer rekening.
- d. Menerapkan bahasa komunikasi dari pada promosi.
- e. Menerapkan sistem *omni channel*, yaitu pendekatan penjualan multi saluran yang berfokus pada memberikan pengalaman pelanggan tanpa batas, baik berbelanja online dari perangkat seluler, laptop/ di toko fisik.
- f. Segmentasi donatur.

- g. Tetap terhubung dengan donatur via *online*
- h. Meningkatkan aktifitas sosmed dan digital
- i. Memberikan layanan bersifat dukungan , dukungan diberikan pada donatur dalam rangka untuk menumbuhkan *loyalitas brand* terhadap lembaga dan personal.
- j. Pengembangan diri dengan meningkatkan Mental dan spiritual, *Mindset* dan *knowledge* serta *Skill* dan *expertise*

Conclusion

Penyebaran virus Covid-19 telah memberikan dampak yang sangat besar pada tiap lini kehidupan di setiap negara. Berbagai cara dilakukan untuk menanggapi hal tersebut, termasuk kebijakan-kebijakan yang dilakukan pemerintah Indonesia yang mana dampaknya sangat dirasakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat yang mana kegiatan yang dibatasi membuat beberapa pekerjaan menjadi kesulitan dan tidak dapat seproduktif sebelumnya. Ini menimbulkan beberapa dampak seperti pengurangan jumlah tenaga kerja maupun pengurangan gaji bagi karyawan. Sebagai lembaga Amil Zakat tentunya dalam proses fundraising akan mengalami beberapa kendala seperti pembayaran yang macet pada para donatur, ada beberapa donatur yang keluar sebagai donatur rutin dan menurunnya jumlah penghimpunan dana Zakat, Shodaqoh maupun Infaq yang didapatkan oleh lembaga. Ditengah kondisi pandemi atau di Era New Normal seperti sekarang LAZ Yatim Mandiri Solo menerapkan bauran pemasaran atau marketing mix dari beberapa strategi pemasaran sebagai salah satu strategi tim *fundraising* (ZISCO) yang bertujuan untuk menarik hati masyarakat agar bersedia menjadi konsumen atau donatur tanpa ada paksaan. Meskipun pandemi memberikan dampak yang sangat mempengaruhi aktifitas masyarakat dan lembaga, tetapi lembaga mempunyai solusi berupa strategi-strategi yang harus diterapkan dalam menangani kendala tersebut agar seluruh program-program yang dibuat mampu untuk tetap berjalan dan terealisasi dengan baik sehingga mustahik akan tetap mendapatkan hak-haknya dari para muzaki melalui Yatim Mandiri dengan tidak menyulitkan para donatur dalam kegiatan berderma meski sedang dalam masa pandemi.

References

- Arianda, Aditia. 2021. *COVID-19 : Epidemiologi, Virologi, Penularan, Gejala Klinis, Diagnosa, Tatalaksana, Faktor Risiko Dan Pencegahan*. Jurnal Penelitian Perawat Profesional, Vol. 3
- Assuari, Sofjan. 2014. *Manajemen Fundraising*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Coryna IA, Tanjung H, *Formulasi Strategi Penghimpunan Zakat*. Jurnal Al-Muzara'ah
- Iamulloh. 2013. *Metode Fundraising Dana Zakat, Infak dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Daerah (Bazda) Kabupaten Sukabumi*. EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Vol. 2
- Fakhruddin. 2008. *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*. Malang: UIN-Malang Press
- <https://www.yatimmandiri.org/> di akses pada 22 Juli 2021 pukul 05.38
- Khasanah, Umrotul. *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Malang: UIN Maliki Press.
- Muhyiddin. 2020. *Covid-19, New Normal dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia*. The Journal of Development Planning. Vol. IV
- Nopiardo, Widi. 2015. *STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT PADA BAZNAS KABUPATEN TANAH DATAR*. Jurnal Imara
- Rai'udin dan Djalil, Manna Abdul, 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Rahmatina, A. Kasri. 2018. *Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study*. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics). Vol.1
- Rosyidah, Muallimatur. 2019. *STRATEGI MARKETING MIX PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL YAYASAN YATIM MANDIRI SIDOARJO*.
- Sudirman. 2007. *Zakat dalam Pusaran Arus Modernitas* (Malang: UIN-Malang Press)
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat Lembaran Negara Tahun 2011 Nomor 115
- Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 164 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3885