

# STRATEGI *FUNDRAISING* ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH (ZIS) DI PW NU CARE-LAZISNU D.I. YOGYAKARTA TAHUN 2019

**Muhammad Agus Futuhul Ma'wa**

*Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia  
E-mail: muhammadagusfutubulmawa@gmail.com*

**Ahmad Surohman**

*Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia  
E-mail: onesmile.maman@gmail.com*

## Abstrak

*Kenaikan dan penurunan (fluktuasi) jumlah pendapatan fundraising Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) disebabkan kurangnya strategi fundraising dan tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian yaitu mengenai strategi fundraising Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS), sistem pelaksanaannya, faktor pendukung, serta penghambat yang dihadapi dalam pelaksanaan fundraising di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Informasi dalam penelitian ini adalah direktur manajemen, divisi fundraising dan donatur. Observasi yang digunakan adalah observasi partisipatif, sedangkan dokumentasi berupa dokumen organisasi dan foto kegiatan. Teknik analisis data melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi di antaranya wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan triangulasi sumber diperoleh dari tiga informan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini, strategi fundraising Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dilaksanakan dengan baik. Penerapan strategi fundraising Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta menggunakan dua strategi fundraising yaitu metode langsung (direct) dan metode tidak langsung (indirect) dengan mengembangkan metode dengan media fundraising secara luar jaringan (via offline) dan secara dalam jaringan (via online) dalam setiap metode langsung (direct) dan metode tidak langsung (indirect).*

**Kata Kunci:** *Strategi fundraising, Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS), PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta.*

## Abstract

The fluctuation of Zakat, Infak and Sedekah (ZIS) fundraising income caused by the lack of fundraising strategy. This research aims to answer the research questions which are fundraising strategy of Zakat, Infak, and Sedekah (ZIS), the implementation system, the supporting factors, and the trouble that is faced in the implementation of fundraising in PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta. This research uses qualitative-description method. The researcher uses interview, observation, and documentation for the data collection techniques. The informants of this research are management director, fundraising division, and benefactor. Observation technique which is used is participatory observation, while documentation constructed of organization structure and documentary of the activity. The data analysis went through several stages which are data reduction, data presentation, and data verification. The data validity test uses triangulation technic which are interviews, observation and documentation, while triangulation sources was obtained from three informants in this study. The results of this research are well executed. The implementation of fundraising strategy of Zakat, Infak, and Sedekah (ZIS) in PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta uses two fundraising strategies which are direct method and indirect method by developing the methods of fundraising media via outside internet networking (offline) and internet networking (online) in both methods.

**Keywords:** Fundraising strategy, Zakat, Infak, and Sedekah (ZIS), PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta.

## PENDAHULUAN

*Fundraising* diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi atau lembaga sehingga mencapai tujuannya.<sup>1</sup> *Fundraising* dilakukan oleh *Non Government Organization* (NGO) atau swasta, seiring berjalannya waktu *fundraising* juga dilakukan oleh lembaga pemerintah yang bertujuan untuk membiayai program dan kegiatan operasional sehingga tercapai tujuannya.<sup>2</sup> Seiring dengan perkembangan zaman, *fundraising* menjadi sebuah kebutuhan bagi lembaga atau organisasi pemerintah dan non pemerintah (swasta) dalam hal ini

---

<sup>1</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 3.

<sup>2</sup> Abdus Salam, "Fundraising, Solusi Stagnasi LKM," <http://kotaku.pu.go.id/view/3915/fundraising-solusi-stagnasi-lkm>.

lembaga atau organisasi pengelola zakat yaitu Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah (LAZIS) atau Badan Amil Zakat, Infak dan Sedekah (BAZIS) dan lembaga pemerintah yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

*Fundraising* yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) melalui Pengumpulan Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF) serta Dana Sosial Keagamaan Lainnya (DSKL) antara lain harta *nazar*, harta amanah atau titipan, harta pusaka yang tidak memiliki ahli waris, *qurban*, *kafarat*, *fidyah*, *hibah*, dan harta sitaan serta biaya administrasi peradilan di pengadilan agama.<sup>3</sup> *Fundraising* tidak hanya mengumpulkan dana semata, tetapi juga bisa berbentuk jasa dan benda yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan dan kesesuaian dengan lembaga.<sup>4</sup> *Fundraising* berupa jasa dapat berwujud partisipasi, kepedulian dan fasilitas, dimana hal itu dapat mengurangi beban biaya yang akan dikeluarkan oleh lembaga, sedangkan *fundraising* berbentuk benda merupakan kebutuhan lembaga yang berwujud segala macam benda yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan lembaga.<sup>5</sup> *Fundraising* juga dilaksanakan di kota Kediri oleh lembaga swasta Nurul Hayat. *Fundraising* disana menggunakan beberapa strategi yaitu pengikatan kerjasama, beasiswa kepada mahasiswa prodi zakat, mengenalkan produk ke pelanggan, dan menjaring *muzakki* dari kalangan pengusaha.<sup>6</sup>

PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta yang berada di bawah Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) D.I. Yogyakarta. PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta membawahi lima Pengurus Cabang

---

<sup>3</sup> “Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Keuangan Zakat” pasal 1 ayat (1).

<sup>4</sup> *Ibid.*,

<sup>5</sup> *Ibid.*,

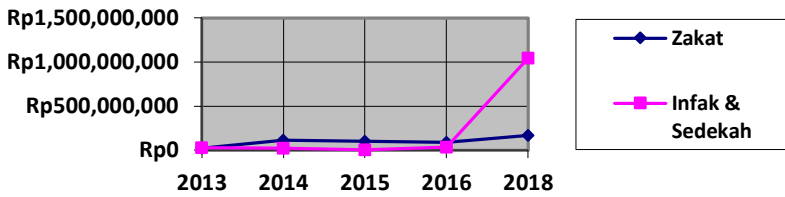
<sup>6</sup> Istiqomah dan Ahmad Fauzi, “Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri”, *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1 (2021), hlm. 99–124.

(PC) yaitu PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Bantul, PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Gunungkidul, PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Kulon Progo, PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Sleman dan PC NU CARE-LAZISNU Kota Yogyakarta yang memfasilitasi para *muzakki* dan donatur untuk ikut serta berbagi dengan masyarakat yang kurang mampu.

Fokus pokok pembahasan penelitian ini adalah strategi *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) yang dilakukan oleh manajemen PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta meliputi PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Bantul, PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Gunungkidul, PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Kulon Progo, PC NU CARE-LAZISNU Kabupaten Sleman dan PC NU CARE-LAZISNU Kota Yogyakarta. *Fundraising* yang dilakukan oleh PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta masih mengalami beberapa permasalahan, salah satunya yaitu kenaikan dan penurunan (fluktuasi) jumlah pendapatan *fundraising* dana zakat, infak dan sedekah (ZIS) setiap tahunnya disebabkan oleh kurangnya strategi *fundraising*. Faktor pendorong pada strategi *fundraising* dalam meningkatkan jumlah *muzakki* di LAZ Baitul Maal Ku yaitu legalitas-legalitas lembaga, program-program santunan jompo setiap bulan, program pemberdayaan mustahik, beasiswa dhuafa/siswa-siswi berprestasi, dan program-program lainnya yang bisa membuat *muzakki* tertarik menunaikannya di Baitul Maal Ku.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Arief Nugroho, Ali Ahmad, dan Wirjo Wijoyo, "Analisis Strategi Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzzaki, Studi pada LAZ Baitul Maal Ku Kabupaten Karawang", *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 6, No. 01 (2021), hlm. 77–85.



**Gambar 1. Data Fundraising dari tahun 2013-2018.**<sup>8</sup>

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik meneliti secara spesifik mengenai strategi *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) dengan judul “Strategi *Fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta Tahun 2019”.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen di lapangan dan membuat laporan penelitian secara mendetail.<sup>9</sup> Objek pada penelitian ini adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan strategi *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta.

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian tanpa media perantara berupa opini orang secara individual atau kelompok, hasil observasi, dan kegiatan di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu dengan menggunakan metode wawancara dan metode observasi. Wawancara dilakukan tatap muka dengan informan yaitu; Direktur, Wakil Direktur dan Staf *Fundraising*, sedangkan observasi dilakukan dengan datang langsung ke lokasi PW NU CARE-LAZISNU

<sup>8</sup> Dokumen Lembaga PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta Tahun 2013-2018, 2018.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 13.

D.I. Yogyakarta sebagai penelitian.<sup>10</sup>

Teknik pengumpulan data merupakan teknik untuk mendapatkan data yang akurat dan memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik ini bisa dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.<sup>11</sup> Sedangkan analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi menjadi sebuah fenomena yang memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.<sup>12</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang strategi fundraising di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta tahun 2019 dan selama proses di lapangan bersama pengumpulan data, peneliti melakukan tahapan analisis reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi *fundraising* zakat, infak dan sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta

Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus<sup>13</sup>. Sedangkan *fundraising* proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm.555.

<sup>11</sup> *Ibid*,

<sup>12</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 95.

<sup>13</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan Kamus versi online/daring (dalam Jaringan), “Strategi,” *Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa)*, last modified 2019, diakses Januari 14, 2019, <https://kbbi.web.id/strategi>.

<sup>14</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 12.

Dengan kata lain strategi *fundraising* merupakan rencana kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dengan mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi dengan tujuan kesejahteraan masyarakat.

*Fundraising* sebagai salah satu aktivitas utama yang harus ada di setiap lembaga sosial yang bergerak dalam penyejahteraan masyarakat, aktivitas tersebut berupa penggalangan dana dari dan untuk masyarakat dengan tujuan mencapai pemerataan kesejahteraan. Penggalangan dana tidak hanya berupa dana yang di maknai sebagai uang tetapi juga sebagai sumber daya lainnya yang itu datang dari masyarakat.

PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta adalah lembaga nirlaba milik perkumpulan Nahdlatul Ulama (NU), yang bernaung langsung di bawah wewenang pengurus wilayah nahdlatul ulama (PWNU) D.I. Yogyakarta. Lembaga ini merupakan perwakilan dari Pengurus Pusat NU CARE-LAZISNU, yang bergerak dalam bidang perencanaan, pelaksanaan dan pengordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat, infak dan sedekah (ZIS) serta dana sosial keagamaan lainnya (DSKL) termasuk *corporate social responsibility* (CSR) juga melakukan aktivitas *fundraising*.<sup>15</sup>

Substansi *fundraising* berupa metode yang diartikan sebagai pola, bentuk dan cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Penggunaan metode *fundraising* berfungsi sebagai cara dalam melakukan pendekatan kepada donatur, dengan harapan kegiatan *fundraising* bisa berjalan dengan optimal, efektif dan efisien. Berdasarkan wawancara dengan wakil direktur, strategi

---

<sup>15</sup> Dokumen Lembaga PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta, 2020.

*fundraising* di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta menggunakan metode langsung dan tidak langsung, Akan tetapi PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta ada penambahan berdasarkan media yang digunakan yaitu secara *online* dan *offline*. Sebagaimana dijelaskan Bapak Ahmad Baily berikut:

“Tya, dalam *fundraising* yang di lakukan LAZISNU DIY itu memiliki dua metode secara yang langsung dan tidak langsung, setiap dua metode itu juga dibagi lagi, pertama langsung secara *online* dan *offline*, kedua tidak langsung juga secara *online* dan *offline*. Secara langsung yang dimaksud adalah kita langsung mendapat respon para *muzakki munfiq*, sedangkan tidak langsung tanpa interaksi antara amil dengan muzakki. Langsung *offline* disini kita tatap muka jadi ketemu ketemu *face to face* dengan *muzakki* kita dengan secara fisik, ketemu baik di kantor LAZISNU atau di kantor para *muzakki munfiq* atau kita sebut dengan dengan layanan GO-ZIS yaitu jemput ZIS. Kita juga menjalin kerjasama, menjalin silaturahmi atau kita juga di masjid-masjid itu ketika ada pengajian kita mengadakan *fundraising*, secara langsung *offline* bertatap muka. sedangkan langsung *online*, nah *via online* kita juga bisa langsung menghubungi para *muzakki munfiq* yang calon maupun yang sudah menjadi donatur kita baik kita telepon, *whatsapp*, *email*, atau *via media sosial* karena memang beberapa kali para *muzakki munfiq* itu berdonasi di LAZISNU itu telah melihat sosial media kita, seperti itu.”<sup>16</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Mbak Ummi Jamilah selaku staf *fundraising* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta sebagai berikut:

“...strategi yang digunakan ada dua yaitu secara langsung dan tidak langsung, yang langsung itu kita bertemu langsung ketemu dengan donatur, yang tidak langsung itu tanpa tatap muka dengan donatur jadi nanti pengirimannya donatur itu menggunakan transfer gitu kalau langsung itu kita punya media menggunakan surat cetak jadi ada edaran laporan bulanan PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta yang di salurkan kepada donatur secara langsung, nanti *amil* bertemu dengan donatur. Kalau tidak langsung menggunakan surat elektronik yang biasa di *share* oleh admin yang itu khusus sebagai *call center* yang

---

<sup>16</sup> Hasil wawancara (diolah) dengan Bapak Ahmad Baily, Wakil Direktur PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta pada tanggal 15 Juli 2020.



menghubungi para donatur dan pihak yang berhubungan dengan PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta”.<sup>17</sup>

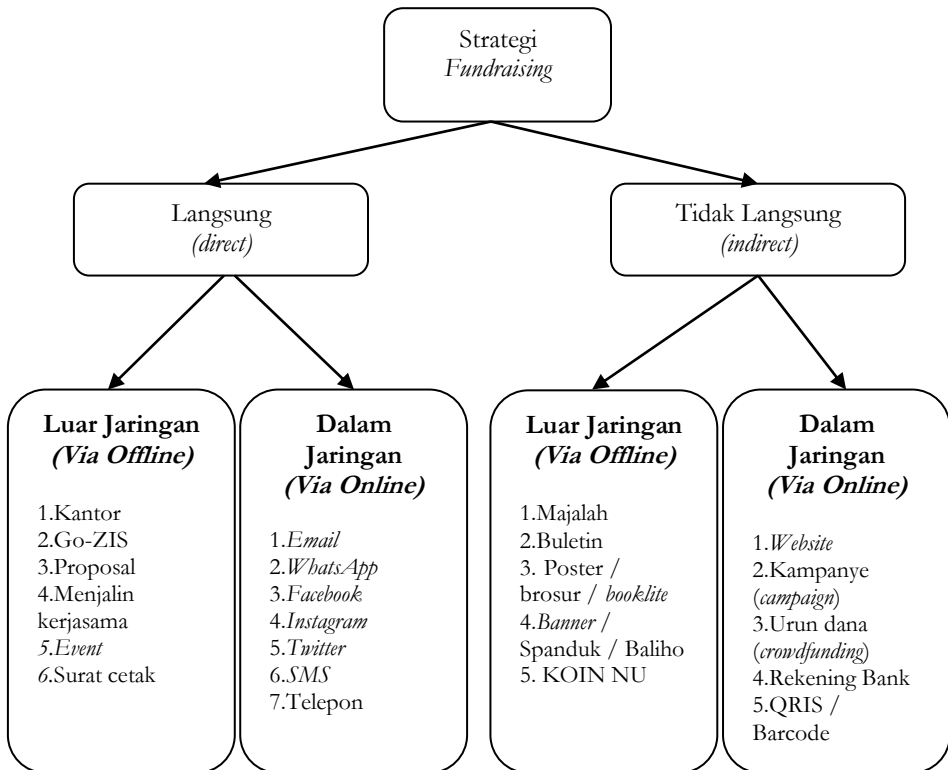
Hal ini menjadi jelas bahwa PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta melakukan strategi *fundraising* dengan cara langsung dan tidak langsung. Seperti *muzakki* mendatangi lembaga zakat untuk membayar zakat secara langsung dan tidak langsung melalui transfer, event, gerai, dan sistem aplikasi dan informasi zakat.<sup>18</sup> Strategi yang dapat dilakukan juga dengan pemetaan *muzakki* potensial, transparansi serta menjaga loyalitas *muzakki*, hal ini juga dilakukan di opz organisasi pengelola zakat Kabupaten Jepara yang dapat diterapkan.<sup>19</sup> Adapun media yang digunakan melalui *online* dan *offline* merupakan bentuk modifikasi yang mengikuti perkembangan zaman. Untuk lebih jelasnya lihat gambar berikut:

---

<sup>17</sup> Hasil wawancara (diolah) dengan Ummi Jamilah, Staf *fundraising* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta pada tanggal 13 Mei 2020.

<sup>18</sup> Nilda Susilawati, “Analisis Model *Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah di Lembaga Zakat”, *Al-Intaj, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, Januari (2018), hlm. 6.

<sup>19</sup> Aan Zainul Anwar, Evi Rohmawati, dan Miftah Arifin, “Strategi *fundraising* zakat profesi pada organisasi pengelola zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara”, *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE) 2* (2019), hlm. 119–126.



**Gambar 2. Strategi fundraising PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta**

Gambar di atas menunjukkan bahwa strategi fundraising zakat, infak dan sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta menggunakan langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*). Seiring dengan perkembangan zaman, strategi fundraising di kembangkan berdasarkan media atau *platform* yang digunakan seperti melalui media *online* dan media *offline*. Berbeda dengan strategi *corporate fundraising* zakat, infak dan sedekah pada lazismu Jakarta yang menggunakan strategi dalam bentuk kegiatan edukasi, sosialisasi, promosi dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada donatur, untuk melakukan kegiatan

program.<sup>20</sup> Keunggulan strategi *corporate fundraising* adalah adanya upaya untuk membangun kerjasama dengan lembaga pemerintahan atau perusahaan swasta dalam hal penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah oleh para karyawan di lembaga tersebut.<sup>21</sup> Hal ini dapat digunakan sebagai penunjang dan refrensi PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dalam fokus strategi *fundraising*-nya. Berikut ini untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi *fundraising* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta:

### **A. Langsung (*direct*)**

Langsung (*direct*) merupakan metode yang menggunakan cara-cara dengan melibatkan partisipasi *muzakki* secara langsung yaitu bentuk-bentuk penghimpunan akan langsung mendapatkan respon dari *muzakki*. Metode langsung (*direct*) dilakukan menggunakan dua media yakni media luar jaringan (*via offline*) dan dalam jaringan (*via online*).

#### **1. Luar jaringan (*via offline*)**

Merupakan interaksi yang dilakukan *amil* bersama donatur secara *face to face* atau interaksi secara fisik. Adapun macam-macam metode langsung *offline* antara lain: Pertama, datang ke kantor atau stand yaitu donatur mendatangi kantor PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta, lalu bertemu dengan petugas dan memberikan donasinya. Setelah itu bagian keuangan mencatat transaksi di aplikasi NUCOS (Sistem informasi NU *Care Operating System*) dan donator mendapatkan kwitansi.

Kedua, Go-ZIS (Layanan Jemput ZIS), merupakan layanan jemput zakat, infak dan sedekah. Pelayanan ini cukup dilakukan dengan cara menghubungi *customer service* ke nomor 0811-360-1926

---

<sup>20</sup> Mariya Ulpah, "Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak Dan Shadaqah Pada Lazizmu Jakarta," *Madani Syari'ah*, Vol. 4, No. 2 (2021, hlm. 1–12.

<sup>21</sup> *Ibid*,

yang telah di sediakan PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta kemudian *amil* penjemput (*fundraiser*) akan datang ke rumah atau kantor donatur.

Ketiga, proposal dimana merupakan media berbentuk rancangan kerja program tematik yang akan dikerjakan PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta. Keempat, menjalin kerjasama dengan perusahaan, pengusaha, dan organisasi seperti Alfamart, Bulog, Kapal Api, Alesa Hijab dan lainnya serta menjalin kerjasama antar organisasi, lembaga, dan badan otonom Nahdlatul Ulama maupun di luar Nahdlatul Ulama.

Kelima, acara (*event*) merupakan kegiatan yang bermanfaat bagi lembaga yang dapat menjalin loyalitas dengan donatur, biasanya berupa pengajian rutin, seminar dan *workshop*. Keenam, Surat cetak dengan mengirimkan surat kepada donatur perorangan atau donatur lembaga untuk memperkenalkan program-program yang berjalan kepada donatur dengan harapan turut berpartisipasi mendonasikan hartanya.

## 2. Dalam jaringan (*via online*)

Merupakan cara yang dilakukan *amil* berinteraksi bersama donatur dengan bantuan media atau alat perantara di dunia maya melalui *gadget*. Adapun macam-macam metode *online*: Pertama, *Email* (surat elektronik) merupakan media pengirim pesan melalui media elektronik. Salah satu contohnya *gmail.com* digunakan untuk mengirimkan *file* proposal kepada calon donatur lembaga maupun perorangan. *Email* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta yaitu [lazisnudy@gmail.com](mailto:lazisnudy@gmail.com).

Kedua, *whatsapp business massanger* merupakan aplikasi pesan, panggilan, dan media yang digunakan untuk mempermudah

komunikasi bersama donatur. Selain itu digunakan pula untuk menampilkan status gambar atau video selama 24 jam serta membuat katalog untuk menampilkan produk dan layanan. Ketiga, *Facebook* digunakan untuk memberikan informasi kegiatan *fundraising* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dan pesan langsung melalui *message facebook*.

Keempat, *Instagram* yaitu media sosial yang digunakan untuk memberikan informasi, kegiatan *fundraising* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dan *direct message instagram*. Kelima, *Twitter* digunakan untuk memberikan informasi kegiatan *fundraising* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dan *direct message twitter*. Keenam, *SMS (short message service)* pesan singkat ini digunakan untuk mengkonfirmasi bahwasanya donasi yang disalurkan telah tercatat pada sistem pencatatan lembaga. Donatur akan mengetahui bahwa donasinya telah tercatat pada sistem informasi manajemen. Ketujuh, *Telepon* digunakan untuk menyampaikan pesan apabila *muzakki* atau donator melakukan konsultasi kepada *call center*.

## **B. Tidak langsung (*indirect*)**

*Indirect* merupakan metode yang menggunakan cara-cara tidak melibatkan partisipasi *muzakki* secara langsung dengan kata lain bentuk-bentuk penghimpunannya tidak langsung mendapatkan respon *muzakki* seketika. Metode tidak langsung (*indirect*) dilakukan menggunakan dua media yakni media luar jaringan (*via offline*) dan media dalam jaringan (*via online*).

### **1. Luar Jaringan (*via offline*)**

Media luar jaringan (*via offline*) merupakan cara yang dilakukan *amil* berinteraksi kepada donatur menggunakan bantuan alat atau media publikasi secara fisik yang diletakkan di tempat

strategis. Adapun macam-macam metode tidak langsung *offline* adalah sebagai berikut:

Pertama, majalah media cetak yang berisi liputan jurnalistik, pandangan topik aktual dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan. PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta bekerja sama dengan Majalah *Bangkit* yang berisi laporan keuangan periodik dan program penghimpunan (*fundraising*). Kedua, buletin media yang berupa majalah atau selebaran, berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik. Ketiga, poster/brosur/*booklite* biasanya dilakukan ketika meyelenggarakan acara (*event*) yang potensial untuk mendapatkan donatur baru. Keempat, *banner*/spanduk/baliho yang pemasangan dilakukan di tempat-tempat strategis seperti tempat umum dan layanan publik. Kelima, koin NU (kotak infak NU) dilakukan dengan menitipkan kotak infak/kaleng infak di tempat strategis seperti toko, tempat *foto copy*, kantin dan lain-lain.

## 2. Dalam jaringan (*via online*)

Merupakan interaksi yang dilakukan *amil* bersama donatur dengan bantuan media atau alat perantara di dunia maya melalui *gadget*. Adapun macam-macam metode tidak langsung *online*; Pertama, *Website* merupakan situs yang menyajikan informasi lembaga, profil dan berita serta penggalangan dana yang ada. Kedua, kampanye (*campaign*) adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh satu kelompok lembaga untuk membujuk secara halus target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi, sikap dan perilaku

tertentu.<sup>22</sup> *Campaign* dilaksanakan melalui media sosial *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*.

Ketiga, iuran dana (*crowdfunding*) adalah teknik pengumpulan dana untuk proyek atau unit usaha yang melibatkan masyarakat secara luas.<sup>23</sup> Metode ini dapat diterapkan melalui *kitabisa.com*, *nucare.id* dan *pedulisebat.id* dan lain-lain. Keempat, Rekening Bank, PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta memiliki nomor rekening Bank BRI, Mandiri, BCA, dan BNI. Kelima, *quick response code indonesian standard* (QRIS) adalah standar kode QR nasional untuk memfasilitasi pembayaran kode QR yang berlaku di Indonesia. Melalui sistem QRIS, seluruh pembayaran kode QR dapat dilakukan dengan *scan* ke 1 kode QR yang sama, meskipun metode/aplikasi pembayaran yang digunakan berbeda-beda.<sup>24</sup> Selain memudahkan pembayaran kode QR, biaya transaksi menggunakan QRIS juga sudah diseragamkan untuk seluruh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (GoPay, Ovo, Dana, LinkAja, BCA, dan lain-lain.). Hal ini merupakan kebijakan dari Bank Indonesia dalam Keputusan Deputy Gubernur Bank Indonesia Nomor: 21/1/KEP.DG/2019.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Adyatma Alby Davie, "Apa yang dimaksud dengan Kampanye atau Campaign?", *dictio.id*, last modified 2017, diakses Juni 2, 2020, <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-kampanye-atau-campaign/14599/2>.

<sup>23</sup> Dhoni Siamasyah Fadillah Akbar, "Konsep Crowdfunding untuk Pendanaan Infrastruktur di Indonesia," *Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan RI* (2019), diakses Juni 2, 2020, <https://www.kemenkeu.go.id/media/4402/konsep-crowdfunding-untuk-pendanaan-infrastruktur-di-indonesia.pdf>.

<sup>24</sup> gobiz.co, "Semua Pakai QRIS, Biar Lebih Praktis," last modified 2019, <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/semua-pakai-qr-is-biar-lebih-praktis/>.

<sup>25</sup> *Ibid*,

**Tabel 1. Hasil *Fundraising* Dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS)**

BULAN	ZAKAT	INFAK & SEDEKAH	JUMLAH
Januari	Rp 27.525.000	Rp 74.675.160	Rp 102.200.160
Februari	Rp 27.886.250	Rp 58.685.000	Rp 86.571.250
Maret	Rp 29.920.000	Rp 53.571.000	Rp 83.491.000
April	Rp 33.050.000	Rp 10.565.000	Rp 43.615.000
Mei	Rp 56.880.000	Rp 11.196.000	Rp 68.076.000
Juni	Rp 51.033.000	Rp 5.128.954	Rp 56.161.954
Juli	Rp 47.075.229	Rp 13.430.000	Rp 60.505.229
Agustus	Rp 26.880.400	Rp 21.786.500	Rp 48.666.900
September	Rp 30.883.652	Rp 4.678.500	Rp 35.562.152
Oktober	Rp 44.770.000	Rp 8.964.300	Rp 53.734.300
November	Rp 28.016.100	Rp 3.661.000	Rp 31.677.100
Desember	Rp 33.850.000	Rp 2.746.724	Rp 36.596.724
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 437.769.631</b>	<b>Rp 269.088.138</b>	<b>Rp 706.857.769</b>

Sumber: Dokumen Laporan Tahunan Zakat LAZISNU DIY 2019.<sup>26</sup>

Berdasarkan data tersebut, strategi *fundraising* zakat, infak dan sedekah (ZIS) yang dilakukan oleh PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta telah mengumpulkan dana cukup besar. Adapun penerimaan dana tertinggi terjadi pada bulan Januari dan penerimaan terendah terjadi pada bulan November. Selain itu, berdasarkan data tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta rata-rata berhasil mengumpulkan dana 58 juta rupiah setiap bulannya. Jumlah tersebut dapat dikatakan besar dimana dapat mengumpulkan dana sebesar Rp. 706.857.769.00,- selama tahun 2019.

Setiap lembaga zakat tentunya mempunyai banyak cara untuk melakukan *fundraising* agar menarik perhatian donatur supaya menyisihkan sebagian hartanya di lembaga dapat memberikan manfaat untuk *mustabik*.

<sup>26</sup> Infak dan Sedekah Rekapitulasi laporan tahunan Zakat, (Yogyakarta, 2019).



Dari segi program setiap lembaga berbeda-beda namun tujuan dari setiap lembaga itu sama yaitu untuk memberikan manfaat bagi para *mustahik* sehingga kesejahteraan merata tanpa kesenjangan sosial di masyarakat.

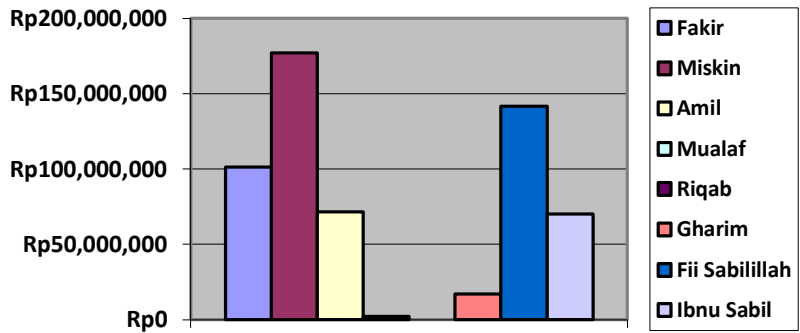
Dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) yang terkumpul didistribusikan ke masyarakat dalam berbagai bentuk program dan bantuan yang bermanfaat.

“Secara umum program PW LAZINU DIY ada empat yaitu kesehatan, pendidikan, ekonomi, kemanusiaan/kebencanaan”.<sup>27</sup>

Menurut Bapak Ulin Nuha dana yang terkumpul didistribusikan bidang berikut: Pertama bidang pendidikan, pendistribusian dana di bidang pendidikan meliputi penyelenggaraan sosialisasi dan penyuluhan di masyarakat serta bantuan pendidikan berupa beasiswa kepada mahasiswa yang tidak mampu, beasiswa *tahfidz*, mahasiswa S1 dan S2, guru honorer, pendampingan TPQ LB anak disabilitas, renovasi infrastruktur madrasah, pondok dan masjid. Kedua, bidang kesehatan, pendistribusian dana di bidang kesehatan meliputi ambulans gratis, santunan kesehatan, pengadaan kursi roda. Ketiga bidang ekonomi, pendistribusian dana dibidang ekonomi meliputi bantuan kepada pelaku usaha dan ekonomi produktif dengan pembelian alat usaha, warung sembako “WARNUSA” Angkringan 26, peternakan kambing dan kampung nusantara. Keempat kemanusiaan, pendistribusian dana dibidang kemanusiaan meliputi bantuan kepada orang yang terkena musibah, kegiatan santunan anak yatim dan dhuafa, pengadaan sumber air bersih sabar masjid, dan bencana alam.

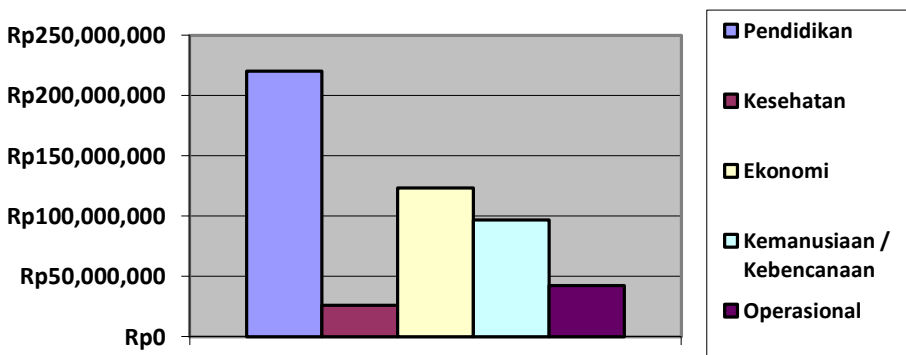
---

<sup>27</sup> Hasil wawancara (diolah) dengan Bapak Ulin Nuha. Direktur PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta, 30 April 2020.



Gambar 3. Grafik pendistribusian zakat tahun 2019.<sup>28</sup>

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta paling banyak menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) kepada orang miskin sebesar Rp. 176.868.384.00,-.



Gambar 4. Pendistribusian Zakat, Infak dan Sedekah Tahun 2019.<sup>29</sup>

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta paling banyak menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah (ZIS) ke bidang program pendidikan yaitu sebesar Rp. 220.093.108.00,-.

<sup>28</sup> Rekapitulasi laporan tahunan Zakat.

<sup>29</sup> *Ibid*,

## **Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi *Fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta**

Peneliti menganalisis faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dalam melakukan proses *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) dengan menggunakan analisis SWOT. Adapun yang berkaitan dengan faktor pendukung yaitu *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang), sedangkan yang berkaitan dengan faktor penghambat yaitu *weakness* (kelemahan) dan *treats* (ancaman).

### **Faktor Pendukung**

PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dalam melakukan *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) berupa *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang). Adapun pendukung sebagai berikut: Pertama, PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta merupakan lembaga di bawah naungan Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Daerah Istimewa Yogyakarta (PWNU DIY) yang merupakan organisasi masyarakat, memiliki jamaah sampai tingkat wilayah di desa. Hal ini memudahkan PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dalam melakukan *fundraising* dan penyaluran dana zakat, infak dan sedekah.

Kedua, adanya kerjasama dengan pimpinan Pengurus Cabang (PC) seluruh kabupaten dan kota di Daerah Istimewa Yogyakarta. Meliputi PC NU CARE-LAZISNU Kulon Progo, PC NU CARE-LAZISNU Bantul, PC NU CARE-LAZISNU Gunungkidul, PC NU CARE-LAZISNU Sleman, PC NU CARE-LAZISNU Kota Yogyakarta. Pimpinan pengurus cabang membantu kegiatan operasional PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dalam memberdayakan *mustahik* seperti halnya merekomendasikan calon *mustahik* yang akan menjadi penerima dana zakat,

infak dan sedekah. PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta bekerjasama dengan para pimpinan cabang dikarenakan masing-masing cabang yang lebih mengetahui latar belakang keluarga calon *mustabik*.

Ketiga, sistem pelaporan keuangan yang transparan. Mulai dari pelaporan penghimpunan hingga pendistribusian dan zakat, infak dan sedekah dijabarkan dalam bentuk laporan bulanan oleh PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta sebagai bentuk pertanggungjawaban pihak manajemen kepada masyarakat khususnya para *muzakki* atau donatur yang sudah mendonasikan baik dana zakat, infak dan sedekahnya. Adanya laporan tersebut diharapkan calon donatur tidak ragu mempercayakan zakat, infak dan sedekahnya disalurkan melalui PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta. Keempat, PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta lembaga resmi yang sudah diakui oleh pemerintah sehingga kwitansi penyaluran zakat dapat dipergunakan sebagai Harta Kena Pajak (HKP) sesuai dengan undang-undang zakat (Pasal 22 UU 23/2011).

### **Faktor Penghambat**

PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta dalam melakukan *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) berupa *weakness* (kelemahan) dan *treats* (ancaman). Adapun kelemahannya sebagai berikut: Pertama, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang kewajiban membayar zakat. Masyarakat kurang tahu bahwa mereka harus membayar zakat maal apabila sudah mencapai satu *nishab*, kebanyakan masyarakat hanya tahu bahwa pembayaran zakat hanya zakat fitrah yang itu hanya dilakukan setiap bulan puasa.

Kedua, penyaluran zakat yang dilakukan oleh *muzakki* diberikan kepada *mustabik* langsung. Sebagian masyarakat mengeluarkan kewajiban zakatnya langsung kepada *mustabik*, karena masyarakat merasa lebih *afidhal* jika memberikan zakatnya secara langsung kepada *mustabik*. Ketiga, sumber

daya manusia (*amil*). Suatu lembaga tidak akan berjalan dengan baik tanpa ada sumber daya manusia yang mempunyai kapasitas dan keahlian yang dibutuhkan dalam lembaga tersebut.

“Kita ini diisi oleh ee mahasiswa-mahasiswa oleh pengurusan manajemennya oleh mahasiswa otomatis konsentrasi kefokusannya juga terpecah gitu apa namanya jadi anggota atau pengurus ada kesibukan yang lain kan gitu terus di LAZISNU CARE juga memiliki kesibukan sehingga nanti ketika ini nanti mereka dibutuhkan ee mereka bisa jadi tidak bisa mengikuti kegiatan LAZISNU gitu karena ya memang ada kesibukan yang lain seperti itu karena mereka itu sifatnya adalah sukarela kayak gitu sukarela namun besuk ini sudah punya apa namanya punya gambaran karena besuk itu kita akan ee mengikat mereka dengan yang lebih kuat lagi sehingga ee dengan pengangkatan sebuah karir seorang karyawan lah nanti bisa memaksimalkan ee manajemen kita seperti itu, apa itu namanya kendalanya terus apa laginya kenadalanya yang jelas itu sih, karena dihuni mahasiswa-mahasiswa itu.”<sup>30</sup>

Kurangnya sumber daya manusia (*amil*), PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta merekrut mahasiswa untuk membantu proses *fundraising* sehingga terjadi kesulitan pada saat membagi waktu untuk mengambil zakat dari para donatur ketika diminta untuk jemput di rumah donatur.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta tahun 2019 dilaksanakan dengan baik, karena telah menerapkan strategi *fundraising*. Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta menggunakan dua strategi *fundraising* yaitu metode langsung (*direct fundraising*) dan metode tidak langsung (*indirect fundraising*). Metode ini dilakukan menggunakan dua media yaitu luar jaringan (*via offline*) dan dalam

---

<sup>30</sup> Hasil wawancara (diolah) dengan Bapak Ahmad Baily, Wakil Direktur PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta pada tanggal 15 Juli 2020.

jaringan (*via online*). Diketahui terdapat kenaikan pendapatan zakat yang signifikan dimana tahun 2018 mendapatkan dana sebesar Rp 169.763.222.00,- sedangkan pada tahun 2019 mendapatkan dana sebesar Rp 437.769.631,-.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut maka peneliti memberikan saran untuk membangun dan meningkatkan *fundraising* PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta. Pertama, memperbaiki dan meningkatkan penerapan strategi *fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) yang telah digunakan karena strategi tersebut telah memberikan dampak yang baik pada peningkatan jumlah dana. Kedua, mengoptimalkan pembayaran secara elektronik untuk mempermudah *muzakki* dalam menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS). Ketiga, meningkatkan sumber daya manusia (*amil*) pengurus dan manajemen PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta. Keempat, menjadikan manajemen pelaksana sebagai karyawan tetap dan memberikan pelatihan untuk sumber daya manusia sesuai bidang keahlian yang memacu kinerja PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta.

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneliti manajemen *controlling* maupun evaluasi terhadap kegiatan *fundraising*. Strategi adalah langkah awal yang memberi arahan untuk mencapai tujuan. *Controlling* atau pengawasan yang dilakukan secara berkala dapat menjamin kegiatan yang telah diimplementasikan terlaksana dengan baik sesuai rencana sebelumnya, sedangkan evaluasi untuk mengidentifikasi serta memperbaiki kesalahan atau kendala yang terjadi sehingga setiap kegiatan *fundraising* dapat berjalan efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdus Salam. "Fundraising, Solusi Stagnasi LKM." <http://kotaku.pu.go.id/view/3915/fundraising-solusi-stagnasi-lkm>.

- Adyatma Alby Davie. “*Apa yang dimaksud dengan Kampanye atau Campaign?*” dictio.id. Last modified 2017. Diakses Juni 2, 2020. <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-kampanye-atau-campaign/14599/2>.
- Ahmad Tanzeh. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Anwar, Aan Zainul, Evi Rohmawati, dan Miftah Arifin. “Strategi fundraising zakat profesi pada organisasi pengelola zakat (OPZ) di Kabupaten Jepara.” *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE) 2* (2019): 119–126. <https://journal.uin.ac.id/CIMAE/article/view/13359>.
- April Purwanto. *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Dhoni Siamsyah Fadillah Akbar. “Konsep Crowdfunding untuk Pendanaan Infrastruktur di Indonesia.” Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan RI (2019). Diakses Juni 2, 2020. <https://www.kemenkeu.go.id/media/4402/konsep-crowdfunding-untuk-pendanaan-infrastruktur-di-indonesia.pdf>.
- gobiz.co. “Semua Pakai QRIS, Biar Lebih Praktis.” Last modified 2019. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/semua-pakai-qr-is-biar-lebih-praktis/>.
- Istiqomah, dan Ahmad Fauzi. “Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri.” *Jurnal At-Tammil: Kajian Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1, 2021.
- Nilda Susilawati. “Analisis Model Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah di Lembaga Zakat”, *Al-Intaj*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2, no. January 2018.
- Nugroho, Arief, Ali Ahmad, dan Wirjo Wijoyo. “Analisis Strategi Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzzaki, Studi pada LAZ Baitul Maal Ku Kabupaten Karawang.” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 6, No. 01 (2021).
- Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Rekapitulasi laporan tahunan Zakat, Infak dan Sedekah. No Title. Yogyakarta, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Ulpah, Mariya. "Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak Dan Shadaqah Pada Lazismu Jakarta." *Madani Syari'ah*, Vol. 4, No. 2, 2021.

Dokumen Lembaga PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta, 2020.

Dokumen Lembaga PW NU CARE-LAZISNU D.I. Yogyakarta Tahun 2013-2018, 2018.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan Kamus versi online/daring (dalam Jaringan). "Strategi." Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa). Last modified 2019. Diakses Januari 14, 2019. <https://kbbi.web.id/strategi>.

Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Keuangan Zakat