


Original Research Article

## STRATEGY FOR COLLECTION AND DISTRIBUTION OF INFAQ SHODAQOH ZAKAT FUNDS AT AMIL ZAKAT INSTITUTION (LAZ) SAHABAT MUSTAHIQ MALANG BRANCH

### STRATEGI PENGHIMPUNAN DAN PENYALURAN DANA ZAKAT INFAQ SHODAQOH PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT (LAZ) SAHABAT MUSTAHIQ CABANG MALANG

Diananda Hanan Nabilah<sup>1</sup>, Rahmad Hakim<sup>2\*</sup>, Arif Luqman Hakim<sup>3</sup>, Ahmad Fanani<sup>4</sup> 

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, University of Muhammadiyah Malang

<sup>4</sup> Department of Economics, Universiti Brunei Darussalam (UBD), Brunei

Article history: Recieved 2 August 2022; Accepted 30 January 2023; Published 1 April 2023

#### ABSTRAK

Strategi penghimpunan dan pendistribusian dana zakat, infak, dan shodaqoh menjadi penting dan dilaksanakan dengan baik. Apalagi di daerah seperti Malang Raya yang memiliki jumlah muzakki terbanyak di Jawa Timur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mendalam tentang strategi penghimpunan dan pendistribusian dana zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS) di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Sahabat Mustahiq Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, pemadatan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua macam strategi dalam penghimpunan dana yaitu secara langsung dan tidak langsung. Direct adalah strategi yang dilakukan secara langsung antara lembaga amil zakat dengan muzakki atau donatur. Kegiatan langsung berupa direct mail via whatsapp, pertemuan langsung dengan calon muzakki, outlet zakat dan portofolio. Strategi tidak langsung adalah strategi yang dilakukan secara tidak langsung antara lembaga amil zakat dengan muzakki atau donatur. Kegiatan tidak langsung berupa kerjasama dengan lembaga, instansi atau lembaga LAZ lainnya, aktivasi media sosial, majalah, website, platform digital dan melalui relawan Sahabat Aksi Inspiratif (SAINS). Dalam strategi penyaluran dana zakat, infaq, shodaqoh di LAZ Sahabat Mustahiq Malang terdapat pola penyaluran dana zakat infaq shodaqoh yaitu traditional konsumtif, creative consumptive, tradisional produktif, kreatif produktif namun pada penyaluran zakat infaq dan shodaqoh dana ke 8 asnaf yang sudah tercantum dalam Al-Qur'an, LAZ Sahabat Mustahiq Malang mengutamakan fakir, fakir, pengelola zakat, sabilillah dan bin sabil saja.

**Kata Kunci: Zakat, Strategi Manajemen, Pengumpulan, Distribusi, Model**

\*Corresponding author.

E-mail address: [rahmadhakim@umm.ac.id](mailto:rahmadhakim@umm.ac.id)

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2023 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, All right reserved, This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

---

### ABSTRACT

*The strategy for collecting and distributing zakat, infaq, and shodaqoh funds is important and implemented properly. Especially in areas such as Malang Raya which has the highest number of muzakki in East Java. The purpose of this study is to conduct an in-depth analysis of the strategy for collecting and distributing zakat, infaq, and shodaqoh funds (ZIS) at the Amil Zakat Institute (LAZ) Sahabat Mustahiq Malang. This research is a qualitative research with a case study approach. Data collection techniques in this study were observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques used in this study are data collection, data condensation, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that there are two kinds of strategies in raising funds, namely direct and indirect. Direct is a strategy that is carried out directly between amil zakat institutions and muzakki or donors. Direct activities in the form of direct mail via whatsapp, direct meetings with potential muzakki, zakat outlets and portfolios. The indirect strategy is a strategy that is carried out indirectly between amil zakat institutions and muzakki or donors. Indirect activities are in the form of collaborating with other LAZ institutions, agencies or institutions, activating social media, magazines, websites, digital platforms and through Friends of Inspirational Action (SAINS) volunteers. In the strategy for distributing zakat, infaq, shodaqoh funds at LAZ Sahabat Mustahiq Malang, there is a pattern of distribution of zakat infaq shodaqoh funds, namely traditional consumptive, creative consumptive, traditional productive, creative productive but in the distribution of infaq and shodaqoh zakat funds to 8 asnaf that have been listed in the Qur'an 'an, LAZ Sahabat Mustahiq Malang prioritizes fakir, poor, zakat manager, sabilillah and ibn sabil only.*

**Keywords:** *Zakat, Management Strategic, Collection, Distribution, Model*

**HOW TO CITE:** Diananda Hanan Nabilah, Rahmad Hakim, Arif Luqman Hakim, Ahmad Fanani (2023). Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zakat Infaq Shodaqoh Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Sahabat Mustahiq Cabang Malang (Strategy For Collection and Distribution of Infaq Shodaqoh Zakat Funds at Amil Zakat Institution (LAZ) Sahabat Mustahiq Malang Branch), Vol 7 (1), April 2023, 55-70.  
DOI Link: <http://doi.org/10.21070/perisai.v7i1.1612>

---

## 1. Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu prinsip atau rukun Islam. Selain itu, ia juga memiliki fungsi sebagai pembuktian dari ketaatan umat muslim kepada Allah serta dengan membayar zakat manusia membersihkan diri, hati serta harta benda yang dimilikinya. Dengan berzakat maka akan adanya perpindahan harta dari orang yang berkecukupan kepada orang yang kurang mampu sehingga setiap manusia berperan penting dalam membantu sesama.

Di sisi lain, zakat juga memiliki fungsi sosial yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan diwajibkannya zakat kepada setiap umat muslim orang yang berkecukupan memiliki kewajiban moral untuk memberikan sebagian hartanya kepada orang yang membutuhkan. Zakat tidak mengambil alih kewajiban pemerintah

untuk meningkatkan kesejahteraan rakyatnya, melainkan zakat mengurangi beban pemerintah dengan membantu pemerintah dan berperan dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat. Selain itu, tidak hanya zakat saja yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat shadaqah dan infaq pun yang memiliki hukum sunnah juga memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena dengan dana ketiganya ZIS (Zakat, Infaq, Shodaqoh) jika dikelola dan didistribusikan dengan baik dan tepat maka akan membantu masyarakat yang terjebak akan kemiskinan.

Instrumen sosial lain setelah zakat adalah Infaq, dimana ibadah dalam jenis ini memiliki hukum sunnah yang dapat secara fleksibel diberikan kepada golongan orang yang disyariatkan oleh agama untuk memberinya seperti orang fakir, miskin, anak yatim, kerabat, dan lain lain. Selain itu, instrumen lain selain infaq adalah shadaqah yang merupakan aktivitas berderma baik berupa benda, tenaga atau hal lainnya kepada orang lain yang dilakukan secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi waktu dan jumlah tertentu dengan mengharapkan keridhaan Allah Swt.

Potensi zakat di Indonesia pun sangat besar melihat dari mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam. Dengan begitu jika seluruh umat Islam di Indonesia membayar zakat maka dana yang terkumpul dapat menjadi sumber pendapatan negara dan dapat diperuntukkan dalam hal kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Salah satu faktor pendorong dalam pengembangan proses pengelolaan zakat di Indonesia yaitu merujuk kepada potensi zakat yang sangat besar dan belum dieksekusi secara maksimal. Berdasarkan data *Outlook Zakat 2020* menyebutkan bahwa hasil kajian IPPZ menunjukkan bahwa potensi zakat di Indonesia pada tahun 2019 mencapai angka Rp.233.8 Triliun. Hal ini mencangkup beberapa indikator zakat yaitu indikator zakat penghasilan menjadi sektor yang memiliki nilai potensi zakat yang berada di peringkat pertama yaitu sebesar Rp.139.07 Triliun, yang selanjutnya disusul oleh zakat uang sebesar Rp.58.76 Triliun, zakat pertanian sebesar Rp.19.79 Triliun dan zakat peternakan sebesar Rp.9.51 Triliun. Dari total penghimpunan dan penyaluran zakat di atas, maka setiap organisasi pengelola zakat yakni BAZNAS dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) nasional sebagian besar penyalurannya dialokasikan pihak yang berhak menerima zakat (delapan *asnaf*), terutama fakir miskin.

Indonesia memiliki mayoritas penduduk muslim dengan begitu potensi zakat dalam Indonesia guna mensejahterakan rakyatnya sangatlah besar. Salah satu daerah di Indonesia yaitu di Provinsi Jawa Timur pun memiliki mayoritas masyarakat beragama Islam. Pada data sensus 2014 provinsi Jawa Timur memiliki 39,657,788 penduduk yang beragama Islam.

---

Dengan jumlah penduduk Jawa Timur yang mayoritas beragama islam maka penghimpunan zakat infaq dan shodaqoh di Jawa Timur memiliki potensi yang sangat tinggi. Melainkan dalam penghimpunan zakat infaq dan shodaqoh pada suatu lembaga dibutuhkanlah suatu strategi dimana strategi itulah yang akan menarik perhatian para donatur dan memberikan kepercayaannya dalam menyalurkan zakat, infaq atau shodaqohnya melalui lembaga tersebut.

Berdasarkan rilis data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur Tahun 2019, Kabupaten Malang merupakan salah satu daerah yang memiliki tingkat kemiskinan paling tinggi di Provinsi Jawa Timur. Selaras dengan hal tersebut, pada peta data kemiskinan zakat tahun 2020 yang diterbitkan oleh BAZNAS, Kabupaten Malang berada di rangking pertama pada tingkat kemiskinan. Salah satu Lembaga Amil Zakat Provinsi di wilayah Jawa Timur yaitu LAZ Sahabat Mustahiq. LAZ Sahabat Mustahiq mendapatkan legalitas SK KEMENAG sebagai LAZPROV NO. 1199 TAHUN 2019, LAZ ini memiliki beberapa cabang di wilayah Jawa Timur. LAZ Sahabat Mustahiq adalah LAZ yang menerapkan sistem informasi manajemen baznas (SiMBA) dengan baik, kegiatan penerapan sistem informasi manajemen baznas yang dilaksanakan oleh LAZ Sahabat Mustahiq yaitu mengunggah semua laporan mengenai LAZ Sahabat Mustahiq, laporan tersebut mencakup penerimaan dan penyaluran zakat, penerimaan dan penyaluran infak/sedekah, rekapitulasi penerimaan zakat dengan rincian wilayah, badan/lembaga, rekapitulasi penyaluran zakat dengan rincian asnaf, program kegiatan, rekapitulasi penggunaan dana amil sesuai dengan wilayah, program kegiatan, dan badan/lembaga, rekapitulasi penyaluran dana berdasarkan wilayah dan program kegiatan, rekapitulasi jumlah muzakki sesuai dengan wilayah dan badan/lembaga, rekapitulasi jumlah mustahik berdasarkan wilayah dan badan/lembaga, realisasi penghimpunan dan penyaluran dana di aplikasi SiMBA yang dibentuk oleh Badan Zakat Nasional (BAZNAS). Dalam hal ini LAZ Sahabat Mustahiq pada tahun 2020 terpilih sebagai pemenang LAZ Provinsi/Kabupaten/Kota dalam Implementasi Sistem Informasi Manajemen Baznas Terbaik. Dengan prestasi yang telah didapat oleh LAZ Sahabat Mustahiq akan menambah kepercayaan donatur dalam menyalurkan dana zakat infaq shodaqohnya melalui LAZ Sahabat Mustahiq.

Salah satu cabang LAZ Sahabat Mustahiq adalah LAZ Sahabat Mustahiq Malang. Sesuai dengan data yang tertera di atas bahwa Malang dikategorikan menarik dalam hal penghimpunan dan penyaluran zakat, karena Malang berada di peringkat pertama dalam tingkat kemiskinan di Jawa Timur melainkan di daerah Malang memiliki jumlah muzakki terbesar di Jawa Timur.

## **2. Metode Penelitian**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Jenis penelitian pada penelitian ini merupakan penelitian studi kasus pada LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera. Penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus memusatkan diri secara intensif pada saat satu objek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Studi kasus ini untuk memberikan gambaran luas mengenai strategi penghimpunan dan penyaluran zakat infaq dan shodaqoh pada LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera. Sumber data yang didapatkan yaitu data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan mendatangi lembaga yang terkait dan melakukan wawancara dengan dua narasumber yang telah ditunjuk oleh lembaga. Setelah data terkumpul maka diadakan analisis data, analisis data yang dilaksanakan oleh peneliti yaitu koleksi data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **3. Hasil Dan Pembahasan**

### **3.1. Overview Profil Lembaga**

Sahabat Mustahiq berawal dari sebuah gagasan dengan menyusun sebuah kelompok yang bergerak dalam bidang sosial. Pada awal komunitas ini dijalankan salah satu program yang digadangkan yaitu pemberdayaan kaum dhuafa atau kaum *mustad'afin* (lemah) dengan tujuan menjadi kaum dhuafa menjadi kaum yang dapat berdaya dan mandiri. Melihat bahwa potensi zakat di Indonesia berdasarkan hasil kajian yang dilakukan ADB (Asian Development Bank) dan Baznas (Badan Amil Zakat Nasional) pada tahun 2011 mencapai Rp 217 triliun atau 3,4 persen dari Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB). Sedangkan realisasi penghimpunan zakat pada 2011 mencapai Rp 1,73 triliun atau 0,8 persen dari potensi.

Melihat potensi zakat sebagai tanggung jawab sosial akan problem kemanusiaan universal, maka diperlukan penyusunan struktural dengan membentuk lembaga formal. Bertepatan dengan tanggal 4 Mei 2011 disusunlah struktural forum organisasi yang berlokasi di gedung Uswah jalan Imam Bonjol 17 Sidoarjo yang dipimpin oleh DR. KH. Achmad Muhammad LC, MA seorang guru besar di IAIN Sunan Ampel Surabaya dan pendiri Yayasan Uswah KBIH sepakat membentuk sebuah organisasi yang diberi nama "LEMBAGA DANA SOSIAL MUSTAHIQ". Seiring berjalannya waktu dan dengan pesatnya perkembangan LEMBAGA DANA SOSIAL MUSTAHIQ yang mengakumulasi potensi Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) dan selanjutnya melakukan pendistribusian dan pengelolaan secara tepat. Oleh

---

karena itu pada tanggal 11 bulan November tahun 2011 jam 11 di Surabaya dengan mufakat seluruh pengurus maka LEMBAGA DANA SOSIAL MUSTAHIQ diubah menjadi Yayasan Dana Sosial Mustahiq dengan Akta Notaris, Ariyani, SH. Dengan No. Akta Pendirian: 95 tahun 2011. NPWP: 3.179.169.2.609.000. dan legalitas Menteri Hukum dan Ham RI Nomor: AHU-371.AH.01.04. tahun 2012 menjadi Yayasan Sahabat Mustahiq Sejahtera dengan akta notaris Ariyani, SH. Akta Notaris Nomor 66 Tanggal 16 Juli 2018 didukung oleh Legalitas Menteri Hukum dan HAM Nomor: AHU-0012410.AH.01.12 TAHUN 2018 TANGGAL 20 Juli 2018 dan mendapatkan SK KEMENAG sebagai LAZPROV NO. 1199 TAHUN 2019.

Pada awal berdirinya Yayasan Sahabat Mustahiq segala bentuk kegiatan yang diselenggarakan berpusat di jalan Bratang Gede III/11 Surabaya. Dengan berjalannya waktu Sahabat Mustahiq membuka layanan kembali di Cangkringan RT 12 RW III Sukodono Sidoarjo dan kota malang yang berlokasi di Perum Garaya Permai B11 Gadang Malang.

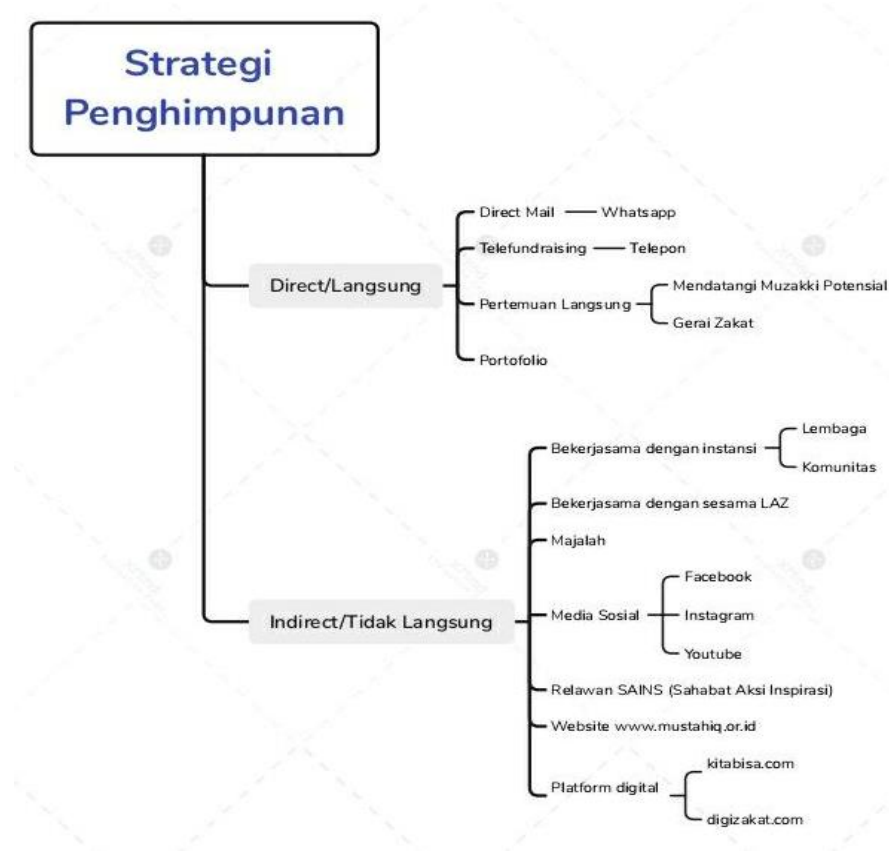
Sahabat Mustahiq Cabang Malang berdiri pada tahun 2012. Cabang Malang berdiri didasari oleh potensi zakat yang besar. Selain itu, sebagai syarat legalitas LAZ Provinsi harus memiliki 3 cabang di Provinsi Jawa Timur.

### **3.2. Strategi Penghimpunan Dana ZIS LAZ Sahabat Mustahiq Malang**

LAZ Sahabat Mustahiq adalah LAZ tingkat Provinsi yang dimana memiliki banyak cabang di wilayah Jawa Timur. Setiap tahunnya LAZ Sahabat Mustahiq mengadakan rapat koordinator guna memperbaiki dan mengevaluasi kinerja setiap cabangnya, selain itu juga LAZ Sahabat Mustahiq mengadakan *sharing season* untuk saling berbagi pengalaman antar cabangnya dalam proses operasional yang mencakup penghimpunan, pendistribusian LAZ Sahabat, dan administrasi. Meskipun setiap cabang saling berbagi pengalaman mengenai sistem operasionalnya, tetapi setiap cabang LAZ Sahabat Mustahiq berlomba lomba dalam memperbaiki sistem setiap bulannya. Setiap cabang LAZ Sahabat Mustahiq memiliki strategi masing masing dalam sistem operasionalnya, termasuk pada strategi penghimpunan dan penyaluran.

**STRATEGI PENGHIMPUNAN DAN PENYALURAN DANA ZAKAT INFAQ SHODAQOH PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT (LAZ) SAHABAT MUSTAHIQ CABANG MALANG**

Diananda Hanan Nabilah, Rahmad Hakim, Arif Luqman Hakim, Ahmad Fanani



Gambar 1.1. Strategi Penghimpunan Dana ZIS LAZ Sahabat Mustahiq Malang

Penghimpunan dana terdapat dua macam strategi yaitu langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*), Direct adalah strategi yang dilaksanakan langsung antara lembaga amil zakat dengan muzakki atau donatur. Strategi *indirect* adalah strategi yang dilakukan tidak langsung antara lembaga amil zakat dan muzakki atau donatur.

a. Strategi Langsung (*Direct*)

Strategi penghimpunan dana langsung yaitu bentuk penghimpunan dana dengan proses interaksi antara lembaga dengan muzakki dilakukan seketika atau secara langsung. Dengan metode ini maka lembaga akan langsung mendapatkan respon secara langsung mengenai keinginan muzakki atau donatur dalam mendonasikan dananya. Kegiatan yang dilaksanakan secara langsung yaitu menggunakan Strategi direct adalah:

1. Direct Mail: Melalui chat whatsapp yang ditujukan langsung kepada muzakki yang potensial. Chat melalui whatsapp ini adalah cara yang paling diutamakan oleh LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang, karena dengan menggunakan chat pribadi whatsapp karena dalam penghimpunan dana ZIS diperlukan kedekatan emosional dengan maksud calon muzakki tidak hanya ditawarkan dengan himbuan mari berzakat melainkan dengan memberi pengertian tentang wajibnya zakat khususnya

kepada masyarakat umum yang belum paham betul mengenai zakat dan mengenai lembaga amil zakat. Broadcast melalui chat whatsapp ini dilakukan dengan harapan tim fundraising LAZ Sahabat Mustahiq Malang memiliki kedekatan emosional tersendiri dengan muzakki.

Strategi ini senada dengan penelitian oleh Ikhsan Kunto Wibisono, dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Hijab Nabil Sabil Dalam Menambah Pelanggan Menggunakan Media Whatsapp (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Hijab menggunakan media WhatsApp) hasil penelitian ini menyatakan bahwa melalui whatsapp kedekatan antara penjual dan pembeli mampu menumbuhkan keinginan untuk melakukan transaksi, periklanan dilakukan dengan cara memanfaatkan fitur story dalam aplikasi WhatsApp, personal selling digunakan dengan cara private message setelah pembeli atau calon pembeli tertarik dengan iklan di story WhatsApp, sales promotion diterapkan dengan cara pemberian garansi ke beberapa produk yang dijual dengan ketentuan tertentu.

2. Telefundraising: Cara ini guna memperkuat cara direct email dengan menghubungi muzakki melalui telepon untuk memperjelas program yang dilaksanakan oleh LAZ Sahabat Mustahiq Malang.
3. Pertemuan langsung: Dengan langsung mendatangi muzakki potensial atau juga muzakki tetap. Selain itu juga terdapat kegiatan gerai zakat, gerai zakat ini dilakukan jika ada program program tertentu. Gerai zakat dilaksanakan dengan bekerjasama dengan instansi yang berpotensi untuk membuka gerai zakat.
4. Portofolio

Dalam portofolio ini terdapat hasil survei tim sahabat mustahiq serta gambaran program yang akan dilaksanakan oleh LAZ Sahabat Mustahiq. Portofolio inilah yang akan diajukan kepada para donatur atau muzakki sehingga jika profil dan gambaran mustahiq jelas maka akan menambah kepercayaan dan keempatian donatur atau muzakki dalam mendonasikan dananya. Portofolio ini dibuat sebelum program dilaksanakan sebelum pihak LAZ Sahabat Mustahiq Malang meminta donasi dalam pelaksanaan program, salah satu contohnya pada program kurban yaitu dengan mendokumentasikan daerah yang akan diadakan penyaluran yang dimana daerah itu pelosok dan masih sedikit yang menyumbang hewan kurban.

- b. Strategi Tidak Langsung (*Indirect*)



Metode ini adalah metode dengan cara tidak melibatkan partisipasi muzakki atau donatur secara langsung, dimana bentuk metode ini tidak mendapatkan respon secara langsung dari muzakki atau donatur. Metode ini dilaksanakan dengan maksud mempromosikan lembaga serta membentuk citra lembaga yang kuat. Bentuk kegiatan dalam metode adalah advertorial, image campaign, penyelenggaraan event, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi, mediasi para tokoh dan sebagainya. Dalam metode ini kegiatan kegiatan sudah dilaksanakan oleh LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang adalah:

1. Bekerjasama dengan Instansi

Dalam penghimpunan dana zakat infaq shodaqoh LAZ Sahabat Mustahiq bekerja sama dengan beberapa instansi, sehingga LAZ Sahabat Mustahiq mendapatkan donatur atau muzakki melalui perantara instansi. Strategi yang pertama kali dilakukan yaitu masuk melalui perusahaan, lembaga, instansi. Salah satunya yaitu pada instansi pemerintahan di Kota Malang”

2. Bekerjasama dengan LAZ lainnya

Dalam beberapa program tertentu LAZ Sahabat Mustahiq bekerja sama dengan LAZ lainnya dalam penghimpunan dan penyaluran dana zakat infaq shodaqoh. Kerjasama antar LAZ ini dimulai dengan menjadi anggota FOZ (Forum Organisasi Zakat) dimana organisasi ini menaungi lembaga lembaga amil zakat. Meskipun berbeda lembaga melainkan setiap lembaga amil zakat memiliki tujuan yang sama yaitu membantu orang orang yang kurang mampu.

3. Majalah

LAZ Sahabat Mustahiq memiliki majalah yang diterbitkan setiap bulannya. Dalam majalah tersebut terdapat hasil usaha yang dilaksanakan oleh sahabat mustahiq di setiap cabangnya. Majalah ini juga berisikan laporan keuangan LAZ Sahabat Mustahiq. Majalah yang diterbitkan dibagikan kepada para donatur yang memberikan donanya. Edisi majalah setiap bulannya berisi antara lain adalah laporan keuangan, konsultasi syariah, perkembangan penyaluran Dengan adanya majalah inilah akan menambah kepercayaan donatur atau muzakki dalam mendonasikan donanya.

Strategi ini senada dengan strategi dalam pembagian brosur dalam penelitian Sintar Nababan dan Claudia Ayu Mahardhika Ekanto dengan judul Strategi Pemasaran Melalui Brosur, Hasil penelitian menunjukkan bahwa brosur dapat

---

meningkatkan keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya, karena perancangan brosur merupakan salah satu strategi pemasaran efektif untuk menarik perhatian konsumen. Brosur dapat mempengaruhi pelanggan agar tertarik dengan produk maupun jasa yang ditawarkan dimana brosur merupakan permainan yang full colour atau soft dilengkapi dengan ilustrasi dan layout yang menarik.

#### 4. Sosial Media

Publikasi pada sosial media merupakan pembuatan konten yang diperuntukkan untuk publik atau umum. Publikasi yang dilakukan oleh LAZ Sahabat Mustahiq yaitu melalui akun media sosial seperti instagram, facebook, dan youtube. Konten yang dibuat oleh LAZ Sahabat Mustahiq berisikan mengenai kegiatan yang akan dilakukan sebagai program yang diadakan serta dokumentasi kegiatan yang sudah dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan kepercayaan donatur atau muzakki.

Instagram: @sahabatmustahiq\_malang

Facebook: Sahabat Mustahiq Malang

Twitter: Sahabat Mustahiq Malang

Youtube: TV Channel Mustahiq

Strategi ini senada dengan strategi dalam penelitian oleh Nuriawati dengan judul Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah dalam penelitian ini mengungkap bahwa sosial media bertumbuh dengan cepat di kalangan masyarakat milenial pengguna media sosial sebagai alat untuk berbisnis. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan media sosial sebagai media promosi yang murah dan efektif, Jika dikelola dengan baik media sosial terbukti sebagai media promosi yang efektif dan mampu meningkatkan pangsa pasar.

#### 5. Website

Melalui website [www.mustahiq.or.id](http://www.mustahiq.or.id). Dalam website ini tertera program program yang dimiliki sahabat mustahiq serta pelaporan kegiatan yang diadakan dalam penyaluran dana yang sudah diberikan oleh muzakki. Website ini tidak secara langsung diolah oleh LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang melainkan diolah oleh pusat, meskipun diolah oleh pusat tetapi dalam website tercantum cabang cabang yang dimiliki oleh LAZ Sahabat Mustahiq.

Penelitian ini senada dengan hasil penelitian Ratu Syailla Annisa Nadhira yang berjudul *Pengaruh Strategi Inovasi Dan Pemanfaatan Teknologi (Website)*

*Terhadap Daya Saing Bisnis, hasil dari penelitian ini adalah Pemanfaatan Teknologi (Website) yang di dalamnya diukur melalui 2 indikator, yaitu kemanfaatan dan efektivitas. Indikator kemanfaatan memperoleh persentase skor dengan kategori baik, sementara indikator efektivitas memperoleh persentase skor dengan kategori sangat baik. Namun secara umum, pemanfaatan teknologi (website) pada Distro di Jalan Sultan Agung Kota Bandung dinilai cukup baik. Hal ini dikarenakan di distro di jalan sultan agung kota bandung memanfaatkan website dan menjadikan aktivitas bisnis lebih efektif.*

#### 6. Platform Digital

Selain website terdapat platform digital yang dimiliki LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang. Dalam penggunaan platform ini LAZ Sahabat mustahiq cabang Malang bekerjasama dengan kitabisa.com dan digizakat.com. Platform zakat Sahabat mustahiq ini diolah langsung oleh cabang Malang, dan Cabang Malang adalah cabang satu satunya yang mengolah platform digital dalam penghimpunan zakat.

#### 7. SAINS (Sahabat Aksi Inspirasi)

Komunitas LAZ Sahabat Mustahiq memiliki nama sendiri yaitu sains sahabat aksi inspirasi dalam perekrutannya LAZ Sahabat Mustahiq membuka iklan open rekrutmen bagi yang berminat menjadi relawan dan sudah memiliki banyak anggota di atas 100 relawan sebelum kita resmi memiliki sains yang menjadi relawan resmi sudah mencapai angka diatas 100 yang tidak resmi di lebih banyak lagi. diadakan relawan terbaik tahunan dan akan diberikan Beasiswa bagi relawan yang berperan aktif dalam membantu lembaga. Sahabat Aksi Inspirasi yang saat ini berjumlah lebih dari 100 orang, dengan jumlah relawan yang banyak LAZ Sahabat Mustahiq dapat lebih mudah mengenalkan profil LAZ kepada masyarakat luas serta dapat lebih mudah juga dalam penyaluran dana zakat infaq shodaqoh.”

Strategi ini senada dalam penelitian oleh Ulfa Elfiah, Arif, dan Kushariyadi dengan judul Pendampingan Keluarga dan Penderita Sumbing Bibir dan Langit Langit terhadap Penatalaksanaan Operasi Menggunakan Strategi Social Marketing Volunteer, Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pendampingan keluarga dan penderita sumbing bibir dan langit-langit terhadap penatalaksanaan operasi menggunakan strategi social marketing volunteer sangat efisien dalam proses pendampingan. Sebelum menggunakan konsep strategi social marketing volunteer,

proses penanganan pasien sumbing bibir dan langit-langit biasanya diselesaikan dalam jangka waktu satu hingga tiga bulan. Akan tetapi, setelah menggunakan konsep strategi social marketing volunteer proses penanganan menjadi lebih singkat, yaitu satu minggu.

Tabel 4.2 Data Penghimpunan Dana Zakat Infaq Shodaqoh LAZ Provinsi Jawa Timur Sahabat Mustahiq tahun 2020

Penerimaan dana zakat	Rp 545.615.418
Penerimaan dana zakat maal perorangan	Rp 60.322.371
Penerimaan dana zakat maal badan	Rp 459.653.823
Penerimaan dana zakat fitrah	Rp 25.639.224
Penerimaan Dana Infaq Shodaqoh	Rp 7.109.931.926

Sumber : Sahabat Mustahiq diolah, <http://mustahiq.or.id/main/halaman/32/laporan-keuangan-tahunan-sahabat-mustahiq-sejahtera>

### 3.3. Analisis SWOT Strategi Penghimpunan LAZ Sahabat Mustahiq

Dalam menjalankan visi misi serta program program yang diadakan oleh LAZ Sahabat Mustahiq diperlukan strategi penghimpunan yang baik dan tepat, guna dalam penghimpunan dapat memaksimalkan dana yang didapatkan Dengan begitu diperlukannya analisis lapangan LAZ Sahabat Mustahiq dengan tujuan dapat menyimpulkan strategi yang tepat dalam penghimpunan dan penyaluran dana zakat infaq shodaqoh.

#### a. Kelebihan yang dimiliki oleh LAZ Sahabat Mustahiq

##### 1. Legalitas

Setiap Lembaga Amil Zakat harus memiliki SK yang didapatkan dari Kemenag dengan beberapa syarat yang harus dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat sesuai dengan tingkatan Lembaga Amil Zakat. Ada tiga tingkatan Kategori Lembaga Amil Zakat yaitu LAZ Kota/Kab, LAZ Provinsi, LAZ Nasional. LAZ Sahabat Mustahiq memiliki kategori LAZ Provinsi, yang memiliki kantor pusat di Surabaya. Salah satu syarat menjadi LAZ Provinsi yaitu memiliki tiga cabang di provinsi tersebut. Salah satu cabang LAZ Sahabat Mustahiq berada di Malang. Sahabat Mustahiq mendapatkan SK KEMENAG sebagai LAZPROV NO. 1199 TAHUN 2019.

##### 2. Pelaporan yang akurat

LAZ Sahabat Mustahiq memiliki laporan yang akurat yang diberikan kepada para donaturnya. Pelaporan ini dipublikasikan melalui majalah yang diterbitkan dan dibagikan kepada para donatur setiap bulannya. Pelaporan ini juga berbentuk foto di setiap kegiatan yang dicantumkan di majalah dan di *upload* di akun media sosial instagram dan facebook milik Sahabat Mustahiq. Selain berbentuk foto juga berbentuk video yang diupload di youtube

channel milik Sahabat Mustahiq.

### 3. Award Baznas Manajemen Informasi SIMBA Terbaik

LAZ Sahabat Mustahiq mendapatkan Award dari Baznas sebagai LAZ Provinsi/Kabupaten/ Kota dalam Implementasi Sistem Informasi Manajemen Baznas (SIMBA) Terbaik. SIMBA adalah aplikasi yang disediakan oleh Baznas yang berfungsi sebagai pelaporan

Kelebihan LAZ Sahabat Mustahiq Malang dibandingkan Cabang lainnya

#### 1. Platform Digital

Diantara Cabang yang lainnya hanya LAZ Sahabat Mustahiq yang sudah bekerjasama dengan platform kitabisa.com dan digizakat.com dalam penghimpunan zakat

#### 2. Sedekah Baju Bekas

Dalam penghimpunan dana LAZ Sahabat Mustahiq Malang menerima baju bekas dari para donatur. Pada masa sebelum pandemi hasil sedekah baju bekas ini dibazarkan di 8 desa dengan harga murah dan dapat menghasilkan uang untuk disalurkan ke mustahiq mencapai Rp. 100.000.000,00. Melainkan dikarenakan adanya pandemi maka baju bekas yang disedekahkan dijual ke pengepul.

#### b. Kekurangan LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang

1. Lokasi kantor LAZ Sahabat Mustahiq kurang strategis karena berada di dalam perumahan.

2. Warga Kota Malang masih banyak yang belum mengenal LAZ Sahabat Mustahiq

#### c. Peluang LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang

1. Mayoritas masyarakat Malang Raya beragama islam

2. Dalam penghimpunan dana zakat infaq shodaqoh LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang tidak hanya menerima dalam bentuk uang melainkan juga berbentuk baju bekas

#### d. Ancaman LAZ Sahabat Mustahiq

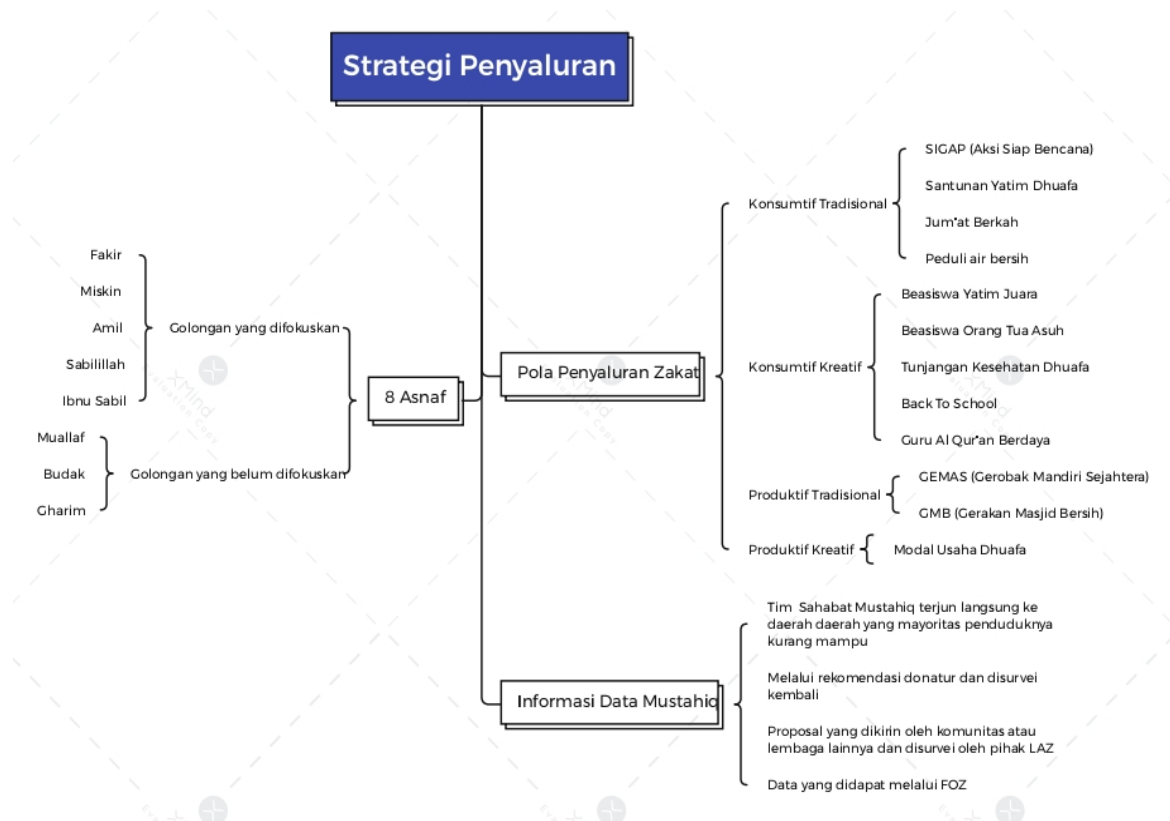
1. Kurangnya pengetahuan yang dimiliki mengenai wajib zakat dan pentingnya infaq dan shodaqoh.

2. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.

### C. Strategi penyaluran LAZ Sahabat Mustahiq Malang

Proses yang dilakukan oleh Sahabat Mustahiq dalam memilih para mustahiq yang diberikan bantuan yaitu dengan mengumpulkan data. Pengumpulan data ini didapatkan dari beberapa pihak yaitu donatur, karyawan sahabat mustahiq, serta relawan, data dari

FOZ. Setelah mendapatkan data dari beberapa pihak yang sudah tertulis di atas tim sahabat mustahiq melakukan survei apakah para calon mustahiq ini memenuhi syarat dan kriteria orang-orang yang berhak menerima zakat.



Gambar 4.3 Strategi Penyaluran Dana Zis LAZ Sahabat Mustahiq Malang

### Pola Penyaluran Dana Zakat Infaq Shodaqoh

Pola penyaluran dana zakat, infaq, dan shodaqoh ada empat yaitu konsumtif tradisional, konsumtif kreatif, produktif tradisional, produktif kreatif. Pola penyaluran ini tercantum pada Standar Operasional Prosedur Lembaga Pengelolaan Zakat, Kementerian Agama Republik Indonesia Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat 2012. Hal ini senada dengan penelitian Qonita Kamaliah dengan judul Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Dana Zakat Infaq Shodaqoh pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAZIS) PT Garuda. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa dalam penyaluran zakat terdapat empat pola penyaluran dana zakat infaq shodaqoh konsumtif tradisional berupa pembagian sembako, konsumtif kreatif berupa biaya pendidikan, produktif tradisional berupa penyaluran hewan ternak untuk dimanfaatkan, produktif kreatif berupa pemberian modal usaha.

#### a. Konsumtif Tradisional

Penyaluran dalam bentuk konsumtif tradisional ini adalah dimana dana yang diberikan kepada mustahiq adalah dana yang akan digunakan oleh mustahiq untuk

memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari. Bantuan dana ini diberikan fakir, miskin, lansia, anak yatim yang belum terpenuhi kebutuhan sehari-harinya dan sudah di *survey* oleh tim Sahabat Mustahiq Malang. Selain itu bentuk bantuan masyarakat yang ditimpa bencana dan mendapatkan musibah ketiadaan pangan.

Dalam pola penyaluran ini pada LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang dilaksanakan setiap bulannya dan ada yang dilaksanakan secara insidental, program yang dilaksanakan setiap bulannya adalah program janda dan lansia serta program dhuafa, program tersebut yaitu memberikan santunan kepada anak yatim, dhuafa dan lansia setiap bulannya. Selain itu terdapat program yang dilaksanakan insidental yaitu program aksi siaga bencana (SIGAP) dan peduli air bersih. Program aksi siaga bencana ini dilaksanakan ketika

#### b. Konsumtif Modern

Penyaluran dalam bentuk konsumtif kreatif ini adalah dimana dana yang disalurkan dalam bentuk penyaluran konsumtif non pangan (sembako). Dalam pola penyaluran konsumtif produktif ini membantu para fakir, miskin, dhuafa dalam mengatasi masalah ekonomi dan sosial yang dihadapi.

Bentuk kegiatan yang dilaksanakan dalam penyaluran konsumtif produktif ini adalah memberikan beasiswa untuk anak yatim dan dhuafa yang kekurangan biaya dalam proses pendidikannya. Selain beasiswa yang diberikan oleh LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang ada juga program penyaluran *back to school*, program ini diperuntukkan untuk anak yatim dan dhuafa yang akan dibantu dalam bentuk peralatan sekolah. Selain dalam bidang pendidikan dalam pola ini LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang memberikan bantuan kepada janda atau lansia yang menderita penyakit dan diharuskan untuk periksa setiap bulannya sehingga LAZ Sahabat Mustahiq Malang memberikan biaya kesehatan setiap bulan yang dipergunakan untuk periksa setiap bulannya.

#### c. Produktif Tradisional

Penyaluran dalam pola produktif tradisional ini penyaluran dana infaq shodaqoh berupa barang yang produktif tradisional seperti gerobak ekonomi masyarakat. Dengan penyaluran dana ZIS dalam bentuk barang produktif tradisional ini diharapkan para fakir miskin dapat mengoptimalkan bidang usahanya.

Penyaluran produktif tradisional ini pada LAZ Sahabat Mustahiq Malang dalam bentuk gerobak, gerobak ini diberikan kepada fakir, miskin dan dhuafa yang sudah memiliki usaha kecil yang sudah berjalan melainkan terkendala pada akses usahanya,

---

sehingga dengan gerobak yang difasilitasi oleh LAZ Sahabat Mustahiq ini diharapkan dapat membantu dalam memperlancar dan pengoptimalan usaha para fakir, miskin atau dhuafa

#### d. Produktif Kreatif

Penyaluran dalam pola produktif kreatif ini dalam bentuk pemberian modal bergulir, modal ini dapat digunakan untuk permodalan proyek sosial seperti membangun sarana sekolah, sarana kesehatan, atau tempat ibadah maupun sebagai modal usaha untuk membantu pengembangan usaha pedagang kecil.

Penyaluran kreatif yang sudah diterapkan oleh LAZ Sahabat Mustahiq Malang dengan bentuk memberikan modal pendukung usaha bagi dhuafa yang membutuhkan modal pendukung usaha untuk melanjutkan usahanya, selain itu LAZ Sahabat Mustahiq juga memberikan dana kepada panti asuhan untuk membantu biaya operasional.

#### Golongan Penerima Zakat

Dalam Islam sudah disebutkan bahwa terdapat 8 asnaf yang berhak menerima zakat, melainkan dalam LAZ Sahabat Mustahiq Malang terdapat golongan yang diprioritaskan dalam penerimaan dana zakat infaq shadaqah dan ada golongan yang belum diprioritaskan dalam penerimaan dana zakat infaq shodaqoh pada LAZ Sahabat Mustahiq Malang yaitu :

#### 1. Golongan yang difokuskan dalam penyaluran

- Fakir adalah golongan pertama yang berhak menerima zakat karena fakir orang yang penghasilannya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Golongan fakir mencakup anak yatim, janda, orang tua renta, jompo, orang sakit, orang cacat jasmani, orang yang berpenghasilan rendah, pelajar yang orang tuanya kurang mampu.
- Miskin adalah golongan kedua yang berhak menerima zakat, miskin adalah orang yang tidak memiliki harta dan tidak mempunyai pencaharian yang layak untuk memenuhi kebutuhan.
- Amil adalah pihak yang bertindak dalam Pengumpulan dan penyaluran dana zakat infaq shadaqah. Tingkatan ketiga adalah amil, amil adalah pengurus pengelola dari lembaga amil zakat tersebut, dalam penyaluran zakat tidak semua dana disalurkan tapi bisa juga dikatakan semua disalurkan untuk keperluan operasional, operasional kantor masuk di asnaf yang ketiga jadi tetap dikatakan secara hukum disalurkan semuanya bisa dikatakan seperti itu karena termasuk



amil zakat itu memiliki bagian dalam dana ZIS bahkan amil ini juga harus Sejahtera dan harus bisa konsen, amil atau karyawan bagian dari profesi bukan sembarangan mereka yang di sini itu harus benar benar konsen disitu karena itu adalah bagian dari profesi harus totalitas bahkan untuk kita itu 24 jam kerja 24 jam istirahat. Amil bisa disebut juga sebuah profesi yang sangat mulia karena amil adalah jembatan bagi orang yang mampu secara ekonomi dan orang orang yang kurang mampu.

- Sabilillah

Sabilillah adalah orang orang yang yang berjihad di jalan Allah untuk kepentingan dan kemaslahatan bersama dalam golongan ini LAZ Sahabat Mustahiq menyalurkan dana zakat infaq shodaqoh kepada guru ngaji yang tidak bekerja.

- Ibnu Sabil adalah musafir yang kehabisan bekal atau orang yang sedang melakukan perjalanan dan membutuhkan biaya untuk kembali ke daerahnya, dalam membantu ibnu sabil ini, LAZ Sahabat Mustahiq Malang memberikan bantuan biaya transportasi dengan dalam bentuk tiket yang sudah dipesankan oleh pihak LAZ untuk kembali ke daerah asalnya.

## 2. Golongan yang belum difokuskan

- Muallaf adalah orang yang awalnya berkeyakinan sebagai non muslim berpindah keyakinan atau agama menjadi muslim. Golongan muallaf ini belum difokuskan dalam penyaluran LAZ Sahabat Mustahiq. Salah satu alasan muallaf belum difokuskan dalam penyaluran zakat yaitu karena di Indonesia sudah ada lembaga yang menaungi muallaf dalam belajar mengenai islam dan membantu muallaf jika mendapati kesulitan dalam perjalanannya memeluk agama islam.

Kegiatan muallaf center ini sudah diteliti dalam penelitian oleh Ita Umin, Umi Aisyah, Rini Setiawati dengan judul penelitian Bimbingan Agama Islam Bagi Muallaf di Muallaf Center Indonesia dalam penelitian ini mengungkap bahwa Pelaksanaan bimbingan Islami di Muallaf Center Indonesia (MCI) Cabang Lampung menggunakan 5 tahap yakni: pertama, Identifikasi kasus, adalah tahap awal yang penting dalam penelitian Dalam tahap ini mencatat kasus-kasus yang akan mendapatkan bantuan terlebih dahulu. Kedua, Diagnosa, tahap ini untuk menetapkan masalah yang dihadapi kasus beserta latar belakangnya. Ketiga, Prognosa, tahap ini menerapkan jenis bantuan atau terapi

apa yang akan dilaksanakan untuk membimbing kasus. Keempat, Terapi, tahap ini adalah pelaksanaan atau bimbingan. dan evaluasi, tahap ini untuk mengetahui sejauh mana langkah terapi yang telah dilakukan telah mencapai hasilnya.

- Budak, saat ini budak sudah sangat minim sekali di Indonesia. Pada hukum di Indonesia pun melarang adanya perbudakan sehingga golongan ini tidak difokuskan dalam penyaluran dana zakat infaq shodaqoh pada LAZ Sahabat Mustahiq Cabang Malang Cabang Malang. Undang undang mengenai larangan budak yaitu Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, dalam Pasal 20 berbunyi demikian. “Tidak seorangpun boleh diperbudak atau diperhamba. Perbudakan atau perhambaan, perdagangan budak, perdagangan wanita, dan segala perbuatan berupa apapun yang tujuannya serupa, dilarang”.
- Gharim atau orang yang berhutang, pada zaman sekarang masyarakat menjadi utang adalah suatu budaya sehingga jika gharim tidak difokuskan dalam penyaluran dana zakat infaq shadaqoh dikarenakan utang sudah menjadi budaya masyarakat zaman sekarang terutama di Indonesia.

Dalam mencari data mustahiq LAZ Sahabat Mustahiq memiliki beberapa cara agar penyaluran yang diberikan tepat sasaran.

1. LAZ Sahabat Mustahiq memiliki tim untuk terjun ke lapangan dan daerah daerah yang memiliki mayoritas penduduk kurang mampu
2. Beberapa data mustahiq juga didapatkan LAZ Sahabat Mustahiq melalui para donatur, melainkan data yang didapatkan melalui donatur akan disurvei kembali agar mustahiq yang diberikan bantuan dana adalah orang yang tepat dan betul betul membutuhkan bantuan tersebut.
3. Proposal yang dikirimkan komunitas atau lembaga lain untuk menerima bantuan dari LAZ Sahabat Mustahiq, Pengajuan proposal ini tidak akan langsung disetujui oleh pihak LAZ Sahabat Mustahiq melainkan melalui survey kepada mustahiq yang diajukan dalam proposal tersebut.
4. Data juga didapat melalui FOZ (Forum Organisasi Zakat), LAZ Sahabat Mustahiq adalah salah satu anggota FOZ dengan menjadi anggota FOZ, LAZ akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai mustahiq yang akan mendapat bantuan.

Tabel 4.3 Data Penyaluran Dana Zakat Infaq Shodaqoh LAZ Provinsi Sahabat Mustahiq tahun 2020

Penyaluran Dana Zakat	Rp 563.057.389
Penyaluran Dana Zakat untuk Fakir	Rp 118.870.704
Penyaluran Dana Zakat untuk Miskin	Rp 186.201.814
Penyaluran Dana Zakat untuk Amil	Rp 51.203.971
Penyaluran Dana Zakat untuk Muallaf	-
Penyaluran Dana Zakat Untuk Riqob	-
Penyaluran Dana Zakat untuk Ghorim	-
Penyaluran Dana Zakat untuk Fisabilillah	Rp 206.503.900
Penyaluran Dana Zakat untuk Ibnu Sabil	Rp 250.000
Penyaluran Dana Infaq/ Shadaqoh	Rp 1.763.312.484
Penyaluran Dana Infaq/ Shodaqoh untuk Fakir	-
Penyaluran Dana Infaq/ Shodaqoh untuk Miskin	Rp 350.045.800
Penyaluran Dana Infaq/shodaqoh untuk Amil	Rp 1.287.221.684
Penyaluran Dana Infaq/Shodaqoh untuk Muallaf	-
Penyaluran Dana Infaq/Shodaqoh untuk Riqob	-
Penyaluran Dana Infaq/Shodaqoh untuk Gharimin	Rp 6.500.000
Penyaluran Dana Infaq/Shodaqoh untuk Ibnu Sabil	Rp 118.995.000
Penyaluran Dana Infaq/Shodaqoh untuk Fisabilillah	Rp 550.000

Sumber : Sahabat Mustahiq diolah, <http://mustahiq.or.id/main/halaman/32/laporan-keuangan-tahunan-sahabat-mustahiq-sejahtera>

## 5. Kesimpulan

Dalam penghimpunan dana terdapat dua macam strategi yaitu langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*), Direct adalah strategi yang dilaksanakan langsung antara lembaga amil zakat dengan muzakki atau donatur. Kegiatan yang termasuk dalam direct adalah direct mail melalui *whatsapp*, pertemuan langsung dengan muzakki potensial, gerai zakat dan portofolio. Strategi *indirect* adalah strategi yang dilakukan tidak langsung antara lembaga amil zakat dan

muzakki atau donatur. Kegiatan yang termasuk dalam indirect adalah bekerjasama dengan lembaga, instansi ataupun lembaga LAZ lainnya, pengaktifan sosial media, majalah, website, platform digital dan melalui para relawan SAINS.

Dalam strategi penyaluran dana zakat infaq shodaqoh pada LAZ Sahabat Mustahiq Malang terdapat pola penyaluran dana zakat infaq shodaqoh yaitu konsumtif tradisional dengan kegiatan santunan yatim dan dhuafa, jum'at berkah (berbagi nasi kotak), SIGAP (Aksi Siaga Bencana), peduli air bersih. Konsumtif produktif dengan kegiatan beasiswa yatim dan dhuafa, beasiswa OTA (Orang Tua Asuh), tunjangan kesehatan dhuafa, *back to school*, dan guru al qur'an berdaya. Produktif tradisional dengan kegiatan gerobak mandiri sejahtera (GEMAS). Gerakan masjid bersih (GMB). Produktif Modern adalah dengan program modal usaha dhuafa. Pada penyaluran dana zakat infaq dan shodaqoh terhadap 8 anaf yang dicantumkan dalam Al Qur'an, LAZ Sahabat ustahiq memiliki prioritas dalam penyalurannya, golongan yang diprioritaskan dalam penyaluran yaitu fakir, miskin, amil, sabilillah dan ibnu sabil sedangkan golongan yang belum diprioritaskan dikarenakan kurangnya dana yaitu muallaf, budak dan ghorim.

## Daftar Pustaka

- Ekanto, C. A. M., & Nababan, S. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Brosur. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 2(1), 50-60.
- Elfiah, U., Arif, A., & Kushariyadi, K. Pendampingan Keluarga dan Penderita Sumbing Bibir dan Langit-Langit terhadap Penatalaksanaan Operasi Menggunakan Strategi Social Marketing Volunteer
- Gunawan I(2013), Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, Jakarta: Bumi Aksara, Cet 1,11
- Hermawan, S., & Rini, R. W. (2018). Pengelolaan dana zakat, infaq, dan shadaqah perspektif Syariah Enterprise Theory. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 12-24.
- [https://baznas.go.id/Press\\_Release/baca/Sejumlah\\_OPZ\\_Raih\\_BAZNAS\\_Award\\_2020/674](https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Sejumlah_OPZ_Raih_BAZNAS_Award_2020/674)  
Diakses Pada tanggal 31 Maret 2020 Pukul 21.51
- <https://www.mustahiq.or.id/> Yayasan Sahabat Mustahiq Pusat
- Nadhirah, R. S. A. (2020). *Pengaruh Strategi Inovasi Dan Pemanfaatan Teknologi (Website) Terhadap Daya Saing Bisnis* (Doctoral dissertation, Univesitas Komputer Indonesia).
- Nuriawati, N. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah. *IZZ: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 42-54.

**Pusat Kajian Strategis BAZNAS (2019), Outlook Zakat Indonesia 2020,**

<https://www.puskasbaznas.com/> diakses pada tanggal 17 Januari pukul 00.52

Qonita Kamalia, (2015) Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Dana Zakat Infaq Shodaqoh pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAZIS) PT Garuda (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

Ramadhita, R. (2012). Optimalisasi Peran Lembaga Amil Zakat Dalam Kehidupan Sosial. *Jurisdictie*. 24-34

Syafiq, A. (2016). Zakat ibadah sosial untuk meningkatkan ketaqwaan dan kesejahteraan sosial. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 2(2), 380-400.

Umin, I., Aisyah, U., & Setiawati, R. (2019). Bimbingan Agama Islam Bagi Muallaf Di Muallaf Center Indonesia (MCI). *Bina'Al-Ummah*, 14(2), 137-148.

Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia

Wawancara Bapak Eko Suprpto S.Pd.I, Selaku Bagian Pendistribusian LAZ Sahabat Mustahiq Malang Tanggal 7 Juni 2021 pukul 10.00

Wawancara Bapak Nashruddin S.Pd.I, Selaku Kepala LAZ Sahabat Mustahiq Malang Tanggal 7 Juni 2021 pukul 10.00

Wibisono, I. K., & Saputro, E. P. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Hijab Nabil Sabil Dalam Menambah Pelanggan Menggunakan Media WhatsApp* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).