

Analisis SWOT terhadap Strategi Fundraising dalam Meningkatkan dana ZIS di Kabupaten Tangerang

Nurul Indah Fitriani¹, Mulfi Aulia²

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara terfokus dan analisis SWOT. Data diperoleh dari wawancara dengan Wakil Ketua I BAZNAS Kabupaten Tangerang serta dokumen resmi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi fundraising yang diterapkan dan mengidentifikasi faktor pendukung serta penghambatnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Tangerang fokus pada upaya memelihara hubungan dengan muzakki dan meningkatkan kesadaran masyarakat melalui sosialisasi. Faktor pendukung termasuk staf yang berpengalaman, struktur organisasi yang jelas, serta dukungan dari pemerintah dan masyarakat. Sementara itu, faktor penghambatnya adalah rendahnya kesadaran masyarakat dan persaingan dengan lembaga zakat lain.

Kata Kunci: Fundraising Zakat; BAZNAS; Strategi

Abstract

This research uses a qualitative method with focused interviews and SWOT analysis techniques. Data were obtained from an interview with the Vice Chairman I of BAZNAS Kabupaten Tangerang and from official documents. The study aims to determine the fundraising strategies implemented and to identify the supporting and inhibiting factors. The results show that BAZNAS Kabupaten Tangerang focuses on nurturing relationships with muzakki (donors) and increasing public awareness through socialization. Supporting factors include experienced staff, a clear organizational structure, and support from the government and the community. Inhibiting factors, however, are low public awareness and competition with other zakat institutions.

Keywords: Zakat Fundraising; BAZNAS; Strategy

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai sebuah potensi yang terbilang besar terhadap pengimpunan zakat. Menurut Baznas pada tahun 2023 potensi dana Zakat di Negara Indonesia mencapai Rp. 327 T. Peta potensi zakat keseluruhan di Indonesia mencapai Rp. 327 T mencakup dari zakat perusahaan Rp.121,8 T, zakat penghasilan Rp.154,8 T, zakat uang Rp.64,8 T, zakat peternakan Rp.11,3 T dan zakat pertanian Rp.19,5 T (Baznas, 2023).

Zakat adalah kewajiban bagi umat Islam dan dianggap berpengaruh pada kualitas ibadah dan perilaku. Keberhasilan zakat tidak diukur dari berapa banyak orang yang membayar zakat,

¹ Institut Ilmu Al-Qur'an, Jakarta. Email: nurulindah2399@gmail.com

² Institut Ilmu Al-Qur'an, Jakarta. Email: mulfi7@iiq.ac.id

melainkan dari seberapa besar manfaat yang dihasilkan dari zakat yang telah dibayarkan untuk menilai keberhasilan atau kegagalan zakat (Marzuki, 2024: 71).

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang sangat besar. Menurut data BAZNAS, potensi zakat nasional diperkirakan mencapai lebih dari Rp300 triliun per tahun, namun realisasi penghimpunannya masih jauh di bawah angka tersebut.³ Dalam rangka memaksimalkan potensi tersebut, pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga resmi dan satu-satunya yang berwenang melakukan pengelolaan zakat pada tingkat nasional maupun daerah (UU No 23 2011).

Dalam sistem ekonomi Islam, zakat berperan sebagai alat penting yang digunakan untuk mendorong pemerataan distribusi kekayaan dan mengurangi jurang ketimpangan ekonomi di antara berbagai lapisan masyarakat Muslim. (Fakhrudin, 2023: 183) Mulfi Aulia menjelaskan bahwa dalam analisis swot harus dilaksanakan melalui beberapa tahap mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi, hingga penilaian dampak, dalam rangka meningkatkan dana zis (Aulia, 2023 : 27).

Menurut Azhari Ilham, Strategi fundraising BAZNAS Kabupaten Tangerang seharusnya berfokus pada pendekatan konvensional seperti sosialisasi langsung melalui masjid, majelis taklim, dan lembaga pendidikan Islam. Cara ini lebih efektif karena masyarakat masih cenderung percaya pada interaksi tatap muka dan otoritas keagamaan. Dengan pendekatan tradisional, BAZNAS dapat membangun kepercayaan (*trust*) dan kedekatan emosional yang menjadi kunci keberhasilan penghimpunan zakat. (Ilham, 2023).

Sedangkan menurut ahmad syahril, strategi fundraising harus diarahkan pada inovasi digital, Baznas Kabupaten Tangerang perlu memanfaatkan platform daring, aplikasi pembayaran zakat, dan media sosial untuk menjangkau generasi milenial dan masyarakat urban. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin terbiasa dengan transaksi digital menjadi peluang besar untuk meningkatkan penghimpunan ZIS. Dengan strategi digital, jangkauan BAZNAS lebih luas dan efisien dibandingkan cara konvensional (Syahril, 2023).

Penelitian ini akan dilakukan di baznas kabupaten Tangerang karena baznas kabupaten Tangerang memiliki beberapa keistimewaan yaitu dapat dilihat dari berbagai aspek yang mendukung perannya sebagai lembaga pengelola zakat resmi. Salah satu keunggulannya

adalah adanya dukungan penuh dari Pemerintah Daerah, khususnya melalui kebijakan pengelolaan zakat Aparatur Sipil Negara (ASN), yang menjadi sumber penghimpunan dana signifikan serta relatif stabil setiap tahunnya. Selain itu, BAZNAS Kabupaten Tangerang memiliki jaringan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang luas hingga tingkat kecamatan, instansi pemerintahan, dan lembaga pendidikan, sehingga mempermudah akses masyarakat dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS).(Baznas,2023).

Berdasarkan Laporan pengelolaan Zakat Nasional tahun 2023, potensi zakat nasional mencapai Rp 300 triliun per tahun, namun realisasi pengumpulan zakat baru mencapai sekitar Rp 41 triliun atau baru mencapai 10% dari potensi yang ada (Baznas, 2023). Pada tahun 2024, Baznas Kabupaten Tangerang berhasil menghimpun dana zakat sebesar 9 miliar rupiah. Dengan target zakat sebesar 15 Milyar, diharapkan pengelolaan dan optimalisasi penghimpunan dana zakat dapat terus ditingkatkan. Pengumpulan dana yang efektif akan memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat yang termasuk dalam golongan ashnaf zakat, khususnya fakir dan miskin. Sebagai salah satu lembaga resmi pengelola zakat di wilayah Kabupaten Tangerang, Baznas berperan penting dalam menyalurkan dana tersebut secara tepat sasaran (Azis, 2024:211).

LANDASAN TEORITIS

Dalam penelitian ini digunakan beberapa teori yang menjadi dasar analisis, di antaranya teori strategi, zakat, Fundrising, SWOT, kerangka strategi. Zakat menurut mulfi aulia dapat diartikan bahwa makna zakat mensucikan karena dari instrumen harta yang dimiliki seorang muslim ada harta orang yang berhak menerimanya dan apabila tidak dikeluarkan maka seorang akan berbuat dzalim. Zakat berarti berkembang yaitu jika seseorang membayar zakat maka harta yang dizakati akan berkembang bukan berkurang karena dengan berzakat maka harta yang dimiliki seorang muslim akan menjadi lebih suci dan berkahi (Aulia, 2023 : 27).

Istilah strategi berasal dari bahasa yunani *strategia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu (Tjiptono,2022:3). Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua

sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryne indefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.(hasan,2020: 3). Dalam Islam, zakat memiliki posisi sentral sebagai instrument ibadah dan sosial. Secara bahasa zakat berarti tumbuh, bersih, dan berkah. Yusuf al-Qaradawi mendefinisikan zakat sebagai sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah untuk diserahkan kepada golongan yang berhak (al-Qaradawi 2005, 42). Allah berfirman:

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

“Ambillah zakat dari 60nstrume harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu menjadi ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui” (QS. At-Taubah [9]:103).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa zakat berfungsi membersihkan harta sekaligus hati, serta memberikan ketenteraman bagi pemberi zakat. Dengan demikian, zakat adalah pranata ibadah yang mengandung dimensi spiritual dan sosial-ekonomi. Dalam konteks modern, zakat dikembangkan dalam bentuk zakat produktif. penghasilan berkelanjutan. Ditinjau dari segi bahasa, dalam Bahasa Arab, kata zakat merupakan kata dasar (maṣḍar) dari “zakā (زَكَا) yang berarti suci, berkah, tumbuh, kebaikan dan terpuji. (al-Qaradawi 2005, 189). Menurut bahasa, Zakat berasal dari kata dasar (masdar) زَكَّى يَزْكِي زَكَاً yang bermakna berkah, berkembang, dan suci. Sesuatu itu disebut zakat, apabila sesuatu tersebut tumbuh dan berkembang (al-qaradawi:2005).

Fundraising secara bahasa yaitu penghimpunan dana atau penggalangan dana. Sedangkan fundraising menurut istilah merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menggalang dana dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi yang kemudian akan disalurkan dan didayagunakan kepada mustahik (Ali 2020:4). Dalam melaksanakan progam-program yang ada di lembaga zakat, kegiatan fundraising sangat diperlukan dalam lembaga zakat karena kegiatan fundraising merupakan faktor pendukung dalam membiayai oprasinal lembaga zakat.

Metode fundraising direct ini adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan

partisipasi muzaki secara langsung. Contoh metode ini yaitu: Direct mail, diartikan sebagai kegiatan menyampaikan pesan kepada calon donatur melalui surat yang diberikan langsung dan diberikan secara personal agar donatur mau mendonasikan dana kepada lembaga tersebut. Face to face yaitu berdialog langsung dalam rangka menawarkan program kepada muzaki atau calon donatur dengan cara kunjungan langsung ke kantor, perusahaan, atau sosialisasi (Qosyim, 2018:97).

Metode fundraising in direct ini adalah suatu teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi muzaki secara langsung, artinya bentuk-bentuk dari kegiatan fundraising tidak dilakukan dengan memberikan pengaruh langsung terhadap donatur. Metode ini lebih mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi dana pada saat itu. Contoh metode ini yaitu, penyelenggaraan event, menjalin relasi, melalui perantara, advertorial, mediator para tokoh (Nopiardo, 2020:63).

Menurut istilah, zakat adalah bagian dari harta wajib zakat yang dikeluarkan untuk para mustahik, atau pengertian operasionalnya adalah mengeluarkan sebagian harta dalam waktu tertentu (haul atau ketika panen) dengan nilai tertentu (2,5%, 5%, 10%, atau 20%) dan sasaran tertentu (fakir, miskin, amil, mualaf, riqab, gharimin, fisabilillah, dan ibnu sabil) (Sahroni, 2019:3). Menurut bahasa, infak adalah memberikan harta *بَذْلُ الْمَالِ*, sedangkan menurut istilah adalah memberikan hartanya untuk memenuhi hajat-hajata si penerima harta (Sahroni 2019:4). Menurut UU zakat, infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.

Menurut bahasa, sedekah berasal dari lafadz *صَدَقَ يَصْدُقُ صِدْقًا* yang artinya benar. Sedangkan Menurut Istilah, sedekah adalah pemberian harta secara sunnah kepada orang yang membutuhkan dengan tujuan taqarrub kepada Allah Swt. (al- Qarāḍawi, 1996:39) UU zakat memberikan pengertian sedekah yang lebih operasional yaitu harta atau nonharta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat kemaslahatan umum. Dalam terminologi syariat, sedekah diartikan sebagai pemberian seorang muslim kepada orang lain secara sukarela dan ikhlas semata-mata karena Allah, baik dalam bentuk materi maupun non-materi (Hafidhuddin, 2016:27).

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*) kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi

dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal (Rangkuty, 2020:19). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konteks Strategi SWOT

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Tangerang, sebagai lembaga pemerintah yang bertugas mengelola zakat di tingkat kabupaten, memegang peran strategis dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Namun, dalam praktiknya, BAZNAS Kabupaten Tangerang menghadapi sejumlah tantangan dalam menerapkan strategi penggalangan dana. Beberapa di antaranya meliputi persaingan dengan lembaga pengumpul zakat lain baik yang bersifat formal maupun informal, keterbatasan tenaga profesional di bidang fundraising, serta belum maksimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung kegiatan penghimpunan dana.

Dalam wawancara dengan perwakilan dari bagian pengumpulan dana zakat, terungkap bahwa Baznas Kabupaten Tangerang memiliki target pengumpulan sebesar 15 miliar rupiah, namun realisasinya pada tahun 2024 hanya sebesar 9 Milyar saja, ini menunjukkan bahwa adanya strategi penghimpunan yang belum optimal pada baznas kabupaten Tangerang. Untuk mencapai target tersebut, Baznas Kabupaten Tangerang menerapkan beberapa strategi dan penulis sudah membagi menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

1. **Kekuatan (*Strengths*):** Total realisasi mencapai Rp 9,08 M (59,4% dari target), artinya penghimpunan masih berjalan cukup stabil meskipun belum optimal.
2. **Kelemahan (*Weaknesses*):** Meskipun ada upaya untuk mempertahankan muzakki lama, tantangan dalam mencari dan mengelola data muzakki baru tetap ada. Hal ini memerlukan tim yang profesional untuk mengidentifikasi potensi muzakki baru.
3. **Peluang (*Opportunities*):** Baznas Kabupaten Tangerang telah menyusun rencana pelaksanaan pengumpulan dana melalui sosialisasi dan edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban membayar zakat. Ini merupakan peluang untuk menarik lebih banyak muzakki.

4. **Ancaman (*Threats*):** Dalam upaya sosialisasi fundraising, Baznas melakukan pendekatan langsung kepada pimpinan daerah dan kepala dinas untuk memperkenalkan profil dan program-program Baznas. Namun, tantangan tetap ada dalam konsolidasi dengan UPZ di seluruh kecamatan, serta dalam menjaga komunikasi dan pemantapan kerja sama.

Tabel 1. Target dan Realisasi Tahun 2024

No	RKAT 2024	JUMLAH	REALISASI 2024
1	ZAKAT MAAL BADAN	300.000.000	-
2	ZAKAT MAAL PERORANGAN	300.000.000	172.455.981
3	ZAKAT MAAL PERORANGAN VIA UPZ	8.700.000.000	4.107.649.326
4	ZAKAT FITRAH VIA UPZ	3.500.000.000	3.464.208.894
5	INFAQ SEDEKAH TIDAK TERIKAT	500.000.000	4.228.986
6	INFAQ SEDEKAH TERIKAT VIA UPZ	1.500.000.000	1.287.792.852
7	KURBAN	200.000.000	-
8	DSKL	300.000.000	-
9	INFAQ SEDEKAH TERIKAT (DONASI PALESTINA)		52.370.900
	TOTAL	15.300.000.000	9.088.706.939

Sumber data: Dokumen Internal Baznas Kabupaten Tangerang

Analisis SWOT Penghimpunan Dana ZIS (RKAT 2024 dan Realisasi:

Tabel 2. Faktor Internal

No	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1	Dukungan regulasi dan legalitas resmi sebagai BAZNAS daerah sehingga memiliki legitimasi kuat.	Realisasi zakat maal badan 0 (target Rp300 juta) → menunjukkan potensi besar belum tergarap.
2	Realisasi zakat fitrah via UPZ mencapai 99% dari target (Rp3,5 M → Rp3,46 M), menunjukkan kekuatan basis penghimpunan.	Infaq/sedekah tidak terikat sangat rendah (Rp500 juta target → Rp4,2 juta realisasi).
3	UPZ aktif dalam penghimpunan zakat maal perorangan (Rp8,7 M target → Rp4,1 M realisasi).	Belum optimal dalam penghimpunan kurban dan DSKL (realisasi 0).
4	Penghimpunan donasi kemanusiaan (Palestina) berjalan efektif meskipun tidak	Masih terdapat gap signifikan antara target dan realisasi total (hanya 59,4% dari target).

No	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	ditargetkan, menunjukkan fleksibilitas.	
5	Pencapaian zakat fitrah stabil, menandakan tradisi religius masyarakat masih kuat.	Keterbatasan inovasi produk zakat/inafaq yang mampu menarik generasi milenial & digital society.

Tabel 3. Faktor Eksternal

No	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
1	Jumlah penduduk Kabupaten Tangerang besar → potensi zakat maal perorangan dan badan tinggi.	Rendahnya literasi zakat → banyak masyarakat menyalurkan zakat langsung ke mustahik, bukan via lembaga.
2	Perkembangan kawasan industri, bisnis, dan perumahan dapat memperbesar potensi zakat badan dan profesi.	Persaingan dengan lembaga filantropi lain (LAZ, yayasan sosial, lembaga internasional).
3	Digitalisasi keuangan (QRIS, e-wallet, marketplace) membuka peluang memperluas channel penghimpunan.	Ketidakstabilan ekonomi (inflasi, PHK) berpengaruh pada kemampuan masyarakat menyalurkan zakat/inafaq.
4	Meningkatnya kepedulian sosial masyarakat (contoh: donasi Palestina) dapat dimanfaatkan untuk program kemanusiaan.	Perubahan regulasi pajak & zakat bisa memengaruhi preferensi muzakki.
5	Sinergi dengan pemerintah daerah, UPZ, dan CSR perusahaan berpotensi memperluas basis muzakki.	Perkembangan teknologi cepat → jika BAZNAS lambat beradaptasi, akan tertinggal dari lembaga zakat lain.

Fundraising direct yang dilakukan baznas Kabupaten Tangerang antara lain:

- a. Layanan jemput zakat
- b. Sosialisasi
- c. Pembukaan gerai pada saat event:
 - i. Gerai MTQ Kabupaten & Provinsi.
 - ii. Gerai Ramadhan (di Lippo Karawaci, Ramayana Cikupa).
 - iii. Gerai Hari Pendidikan Nasional (Hardiknas).
 - iv. Gerai HUT Dinas Perindustrian & Perdagangan (Disperindag).

Sedangkan Fundrising indirect yang dilakukan baznas kabupaten Tangerang dilakukan di berbagai platform digital seperti email, website, media sosial tiktok dan Instagram serta platform donasi.

Tabel 4. Capaian Pengumpulan Dana ZIS-DSKL Baznas Kabupaten Tangerang Bulan Januari-Juni 2025

No.	BULAN	TARGET(Rp)	Realisasi(Rp)	ACV(%)
1	Januari	1.350.313.500	271.278.017	20
2	Februari	385.406.700	95.104.231	25
3	Maret	3.152.034.400	3.171.789.199	101
4	April	2.531.054.400	2.600.584.763	103
5	Mei	676.191.000	307.953.643	46
6	Juni	1.850.000.000	939.588.949	51
	JUMLAH	9.945.000.000	7.386.298.802	74

Sumber Data : Dokumen Internal Baznas Kabupaten Tangerang 2025

Analisis SWOT BAZNAS Kabupaten Tangerang (Januari–Juni 2025)

Tabel 5. Faktor Internal

No	<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>
1	Capaian realisasi rata-rata 74% dari target semester 1 cukup baik dibanding tahun-tahun sebelumnya.	Realisasi Januari dan Februari masih sangat rendah (20% dan 25%), menunjukkan lemahnya awal tahun.
2	Bulan Maret dan April berhasil melebihi target (101% & 103%), menunjukkan potensi besar saat momentum Ramadhan.	Fluktuasi capaian bulanan menunjukkan ketergantungan pada momentum tertentu (Ramadhan).
3	Adanya peningkatan signifikan saat bulan keagamaan (Maret–April), menunjukkan kekuatan pada basis religius masyarakat.	Bulan Mei dan Juni turun kembali (46% dan 51%), menunjukkan kurang konsisten dalam mempertahankan capaian.
4	Sistem penghimpunan dan distribusi melalui UPZ sudah berjalan sehingga memudahkan pengumpulan dana.	Kurang optimalnya strategi diversifikasi produk zakat/infaq di luar Ramadhan.
5	Kredibilitas BAZNAS sebagai lembaga resmi memberi kepercayaan muzakki.	Keterbatasan SDM dan promosi digital masih berpengaruh pada capaian di luar momentum besar.

Tabel 6. Faktor Eksternal

No	<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
1	Jumlah penduduk besar dengan potensi zakat maal dan profesi	Persaingan dengan lembaga zakat lain dan yayasan sosial yang juga aktif di bulan Ramadhan.

No	<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
	yang tinggi di Kabupaten Tangerang.	
2	Momentum Ramadhan terbukti menjadi puncak penghimpunan (ACV >100%), bisa dijadikan strategi tahunan.	Ketergantungan pada bulan Ramadhan menimbulkan risiko penurunan di bulan lain.
3	Perkembangan teknologi digital (QRIS, aplikasi zakat online) membuka peluang perluasan channel penghimpunan.	Literasi zakat masyarakat masih rendah, sebagian lebih memilih menyalurkan langsung ke mustahik.
4	Kesadaran sosial masyarakat terhadap isu kemanusiaan semakin tinggi, bisa dimanfaatkan untuk penghimpunan DSKL.	Ketidakpastian ekonomi (PHK, inflasi) dapat menurunkan daya bayar muzakki.
5	Dukungan pemerintah daerah dan sinergi dengan UPZ, masjid, dan CSR perusahaan masih potensial dikembangkan.	Perubahan regulasi atau kebijakan bisa berdampak pada pola penghimpunan zakat.

Dalam teori Strategi, penulis menyimpulkan bahwa baznas kabupaten Tangerang berada strategi turn around strategi yaitu strategi yang diterapkan ketika organisasi berada dalam kondisi penurunan kinerja atau krisis, namun masih memiliki peluang untuk memperbaiki keadaan, Tujuannya adalah mengubah kondisi organisasi dari yang sebelumnya menurun menjadi kembali stabil bahkan berkembang. Dalam lembaga zakat, strategi ini bisa diwujudkan dengan memperbaiki sistem pelaporan, meningkatkan transparansi, melakukan rebranding, atau memperbaiki kualitas layanan. Jika target penghimpunan zakat Rp 15 miliar per tahun, tetapi realisasi hanya Rp 8 miliar, maka BAZNAS dapat melakukan turn around strategy dengan cara: meningkatkan sosialisasi zakat ke masyarakat melalui media digital, membangun kemitraan dengan perusahaan untuk payroll zakat, serta memperbaiki transparansi laporan keuangan agar meningkatkan kepercayaan muzakki. Mengenai faktor pendukung dan penghambat pada strategi fundraising di Baznas Kabupaten Tangerang dalam meningkatkan perolehan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS):

a. Faktor Pendukung

Staf yang Berpengalaman dan Terlatih: Baznas Kabupaten Tangerang memiliki tim yang kompeten dan berpengalaman dalam pengelolaan zakat. Pelatihan yang telah diikuti oleh staf meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan program fundraising secara efektif.

1. Struktur Organisasi yang Jelas: Dengan adanya pembagian tugas yang terstruktur dalam bidang pengumpulan, distribusi, keuangan, dan SDM, Baznas dapat menjalankan program fundraising dengan lebih terorganisir dan efisien.⁴
 2. Potensi Zakat yang Besar: Kabupaten Tangerang memiliki potensi zakat yang signifikan, diperkirakan mencapai 3,8 triliun rupiah. Ini memberikan peluang besar bagi Baznas untuk meningkatkan pengumpulan dana ZIS jika strategi yang tepat diterapkan.
 3. Dukungan dari Pemerintah dan Masyarakat: Adanya dukungan dari pemerintah daerah dan masyarakat setempat dapat memperkuat posisi Baznas dalam melakukan fundraising. Kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk instansi pemerintah dan organisasi masyarakat, dapat meningkatkan visibilitas dan kepercayaan terhadap Baznas.
 4. Tantangan dalam Komunikasi dan Sosialisasi: Upaya sosialisasi yang kurang efektif dapat mengakibatkan informasi tentang program-program Baznas tidak sampai kepada masyarakat. Hal ini dapat mengurangi partisipasi masyarakat dalam program zakat.
- b. Faktor Penghambat
1. Rendahnya Kesadaran Masyarakat: Salah satu tantangan utama yang dihadapi Baznas adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar zakat melalui lembaga resmi seperti Baznas. Hal ini menghambat upaya pengumpulan dana ZIS.
 2. Persaingan dengan Lembaga Zakat Lain: Baznas tidak hanya bersaing dengan lembaga zakat lainnya, tetapi juga dengan individu atau kelompok yang melakukan penggalangan dana secara informal. Persaingan ini dapat mengurangi potensi donasi yang diterima oleh Baznas.
 3. Keterbatasan Sumber Daya: Meskipun Baznas memiliki staf yang terlatih, keterbatasan dalam jumlah personel dan sumber daya finansial dapat membatasi kemampuan mereka untuk menjalankan program fundraising secara maksimal.
 4. Kurangnya Inovasi dalam Strategi Fundraising: Jika Baznas tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tidak menerapkan inovasi dalam strategi fundraising,

5. Persaingan dengan Lembaga Zakat Lain: Baznas tidak hanya bersaing dengan lembaga zakat lainnya, tetapi juga dengan individu atau kelompok yang melakukan penggalangan dana secara informal. Persaingan ini dapat mengurangi potensi donasi yang diterima oleh Baznas.
6. Keterbatasan Sumber Daya: Meskipun Baznas memiliki staf yang terlatih, keterbatasan dalam jumlah personel dan sumber daya finansial dapat membatasi kemampuan mereka untuk menjalankan program fundraising secara maksimal.
7. Kurangnya Inovasi dalam Strategi Fundraising: Jika Baznas tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tidak menerapkan inovasi dalam strategi fundraising, mereka mungkin akan tertinggal dalam menarik perhatian muzakki baru.⁵
8. Tantangan dalam Komunikasi dan Sosialisasi: Upaya sosialisasi yang kurang efektif dapat mengakibatkan informasi tentang program-program Baznas tidak sampai kepada masyarakat. Hal ini dapat mengurangi partisipasi masyarakat dalam program zakat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa BAZNAS Kabupaten Tangerang dari sisi Internal memiliki kekuatan berupa legalitas resmi, dukungan pemerintah, struktur organisasi jelas, citra lembaga terpercaya, inovasi digital, dan SDM berpengalaman. Namun, masih terdapat kelemahan seperti keterbatasan SDM, infrastruktur teknologi, sosialisasi, serta ketergantungan pada dana ZIS. Dari sisi eksternal, terdapat peluang besar melalui jumlah penduduk yang tinggi, pertumbuhan ekonomi, dukungan regulasi, perkembangan digital, dan kerja sama lintas lembaga. Meski demikian, ancaman tetap ada berupa persaingan lembaga zakat lain, rendahnya literasi zakat, perkembangan teknologi yang cepat, isu kepercayaan publik, serta tantangan regulasi.

BAZNAS Kabupaten Tangerang berperan strategis dalam penghimpunan dana ZIS dengan dukungan legalitas, struktur organisasi, pemerintah, dan citra yang kuat. Potensi zakat sangat besar, namun realisasi masih jauh dari target karena ketergantungan pada Ramadhan, kurangnya pemanfaatan teknologi, serta rendahnya literasi zakat. Untuk itu, BAZNAS perlu memperkuat strategi digital, meningkatkan sosialisasi, menjalin kerja sama lintas sektor, dan

mengoptimalkan peran UPZ agar potensi zakat dapat tergarap maksimal dan berkelanjutan.

BAZNAS Kabupaten Tangerang memiliki sejumlah faktor pendukung penting dalam strategi fundraising, antara lain keberadaan staf yang berpengalaman, struktur organisasi yang jelas, potensi zakat yang besar, dukungan pemerintah dan masyarakat, serta pemanfaatan teknologi digital. Faktor-faktor ini menjadi modal utama dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Namun demikian, terdapat pula faktor penghambat yang cukup signifikan, seperti rendahnya kesadaran masyarakat, persaingan dengan lembaga zakat lain, keterbatasan sumber daya, kurangnya inovasi strategi fundraising, serta tantangan dalam komunikasi dan sosialisasi. Dengan demikian, keberhasilan strategi fundraising BAZNAS sangat bergantung pada kemampuan memaksimalkan faktor pendukung yang ada serta mengatasi berbagai hambatan yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alivian, Ilham. (2023). Faktor Rendahnya Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 14 No. 1.
- al-Qaradawi, Yusuf. (2005). *Fiqh az-Zakah: A Comparative Study of Zakah, Regulations and Philosophy in the Light of the Qur'an and Sunnah*. Beirut: Mu'assasah ar-Risalah.
- Aulia Mulfi, (2023). Peran Pendayagunaan Zakat Produktif di Baznas Dalam Perkembangan Ekonomi Mustahik, *Zakat dan Wakaf Jurnal al-Mi'thoa* Vol 1 No 1, h. 27.
- Chapra, M. Umer. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Chambers, Robert. (1995). *Poverty and Livelihoods: Whose Reality Counts?* London: Intermediate Technology Publications.
- Galuh, Hendra Febrianto. (2022). Analisis Pemberdayaan UMKM Pada Kampung Tematik di Kota Tangerang. *Jurnal Pembangunan Kota Tangerang*.
- Halida, Siti Utami & Lubis, Irsyad. (2014). Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahik di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Pengaruh Keuangan*.
- Hanifah, Luluk. (2024). Analisis Pemberdayaan Zakat Melalui Program Z-Chicken Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Hukum Islam*, Vol.7 No.1.

- Indra Marzuki, (2024). Efektivitas Pengelolaan Zakat Produktif Pada Program BAZNAS Tangerang Peduli dalam Mengentaskan Kemiskinan di Kabupaten Tangerang. Jurnal al-Mi'thoa Vol. 2, No. 2, h. 67-80.
- Indah, Nova Wijayanti. (2019). Evaluasi Program Pendidikan Pemakaian Dengan Model CIPP di Perpustakaan Fakultas Teknik UGM. Jurnal Tik Iimeu, Vol.3 No.1.
- Kotler, Philip. (2018). Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, Dwi Rani. (2024). Pemberdayaan Zakat Produktif Melalui Program Z-Chicken Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat di Baznas Kabupaten Siak. Skripsi Sarjana, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Martarisanti, Putri. (2022). Pengaruh Pemberdayaan Dana Zakat Produktif terhadap Peningkatan Penghasilan Mustahik pada Masa Covid-19 (Program Z-Chicken di BAZNAS RI). Skripsi, UIN Jakarta.
- Mas'udi, Masdar F. (1991). Agama Keadilan: Risalah Zakat dalam Islam. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Mustafa, Said Insyah. (2017). Zakat Produktif dan Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Rakyat. Malang: Media Nusa Creative.
- Pangestu, Aji Figo. (2024). Strategi dan Tantangan BAZNAS dalam Pengelolaan Dana Zakat Produktif terhadap Pengentasan Kemiskinan di Tangerang Selatan. Jurnal Ekonomi Syariah.
- Priantina, Anita Fitriani. (2016). Analisis Penguraian Masalah Pada Program Zakat Produktif. Jurnal Al-Muzara'ah, Vol.4 No.2.
- Pajar Hatma. (n.d.). Model Zakat Pemberdayaan dari BAZNAS Kota Yogyakarta. Artikel online..
- Putri, Jeny Dwita & Luluk Hanifah. (2024). Catatan tentang pengelolaan zakat oleh BAZNAS.
- Rama, Alzet. (2023). Konsep Model Evaluasi Context, Input, Process, dan Product (CIPP) di Sekolah Menengah Kejuruan. Jurnal Riset Tindakan Indonesia.
- Ramadhan, Muhammad. (2021). Metode Penelitian. Jakarta: Cipta Media Nusantara.
- Resti, Rohimah. (2023). Implementasi Program Mustahik Preneur Z-Chicken Terhadap Kesejahteraan Mustahik di BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Jurnal Ekonomi Syariah.
- Sasadhara, Kirana. (2019). Pengaruh Dana Zakat Produktif Terhadap Kesejahteraan Mustahik di BAZNAS Provinsi Jawa Timur. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.

- Sudjana, Nana. (2008). *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Stufflebeam, Daniel L. (2003). *The CIPP Model for Evaluation: An Update, a Review of the Model's Development, and a Checklist to Guide Implementation*. Kalamazoo: The Evaluation Center, Western Michigan University.
- Thobibah, Emha Putri Urwati. (2023). *Efektivitas Pengelolaan Program Z-Chicken BAZNAS Provinsi Jawa Timur Perspektif Sustainable Development Goals (SDGs)*. Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Waas, Novita. (2016). *Pendayagunaan Koleksi Bahan Pustaka di Badan Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi (BPAD) Provinsi Sulawesi Utara*. Jurnal Acta Diurna, Vol. V.
- Wirawan. (2011). *Evaluasi: Teori, Model, Standar, Aplikasi, dan Profesi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wulandari, Adinda. (2024). *Kesejahteraan dan Motivasi Ekonomi: Mengukur Kesejahteraan dengan Tepat*. Surabaya: (tesis/publikasi).
- Yanggo, Huzaemah Tahido. (2021). *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta*. Jakarta: IIQ Press.