

ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN DALAM RUMAH ZAKAT

Devi Suryani^{1*}, Nadia², Rizki Azis Hang Tuah³, Maya Panorama⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Raden Fatah Palembang

*Corresponding Author:

Email: devisuryanibta@gmail.com

Abstract.

The research was conducted to analyze and see how to strategies, management, construction, and implementation of the organizational strategy planning of Rumah Zakat. The methods used is descriptive and qualitative and data collections uses literature studies based on secondary and primary data. The result of the study show that there are stages in preparing the strategy, vision, mission, and goal of Rumah Zakat by using environmental analysis of objects that research can maintain both ability and access to deep opportunities so as to minimize the threat (weaknesses) in the future. So that it has an impact on increasing zakat fundraising. Furthermore, in the strategic planning stage, the institution forms long and short term work programs. In the final stage, namely evaluating the strategy by evaluating all work activities to form the latest innovations in strategic planning in the next program. So it can be concluded that the strategic management carried out by Rumah Zakat is appropriate and running better. This is evidenced by the impact that shows success in increasing the amount of zakat funds collected by Rumah Zakat.

Keyword: strategy management; Rumah Zakat; Fundraising zakat

1. PENDAHULUAN

Zakat merupakan alat keuangan yang penting dalam perekonomian, zakat wajib bagi yang memiliki harta lebih. Zakat merupakan factor penting dalam pengentasan kemiskinan, zakat telah membantu mengatasi kemiskinan¹. Sehingga sangat sedikit orang yang hidup dalam kemiskinan saat itu. Ini alasan mengapa diperlukan penghimpunan dana zakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga dana zakat dapat membantu pengentasan kemiskinan, Misalnya program pendidikan dan pemberdayaan harus dikelola oleh manajemen strategis. Program-program tersebut dapat menjadipeluangdalam melakukan *branding*, memasarkan serta mempromosikan lembaga terkait sehingga berdampak pada meningkatnya tingkat kepercayaan masyarakat untuk menyalurkan zakat sesuai dengan syariat islam yang berlaku.

Manajemen strategis Rumah zakat dalam peningkatan pembiayaan zakat dengan menyalurkan dana zakat dari muzakidan donator kepada program-program pemberdayaan masyarakatpada bidang pendidikan,kesehatan, ekonomi dan lingkungan. Untuk mencapai visi serta misi dilakukanlah perencanaan strategi dengan melibatkan serta mendorong partisipasi masyarakat dan pihak kepentingan dalamupaya memutus rantai kemiskinan disetap daerah muali dari lingkungan terdekat. Keterlibatan ini dibangun dalam bentuk ziswaf di kompleks perumahan, perkantoran, desa tertinggal dan rawan kemiskinan, serta kader pendamping program. Kelompok target program Rumah Zakat yaitu para penerima zakat (Asnakh), masyarakat umum dan anak yatim.

Sementara rumah zakat mungkin sukses dalam pemasaran dan manajemen, dalam penelitian ini penukis fokus pada manajemen strategis. Dari latar belakang diatas , peneliti memfokuskan strategi pengelolaan rumah zakat untuk mengatasi permasalahan dengan meningkatkan pendanaan zakat. Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan atas maka peneliti memperoleh rumusan masalah yaitu: (1)Bagaimana dari strategi yang dilakukan olehRumah Zakat dalam meningkatkan penghimpunan

¹Erlin Latifah, dkk. “*Manajemen Strategik Rumah Amal Salman dalam Meningkatkan Fundraising.*” Jurnal Manajemen Dakwah. Vol. 2 No. 1, 2017.

dana? (2) Bagaimana evaluasi strategi yang dilakukan oleh Rumah Zakat meningkatkan penghimpunan dana?

Penelitian bertujuan untuk meliputi: (1) untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi Rumah Zakat dalam meningkatkan penghimpunan dana. (2) mengkaji evaluasi strategi rumah zakat dalam meningkatkan donasi zakat. Kebutuhan manajemen strategis mempengaruhi kelangsungan hidup instansi, karena banyak instansi amal yang berbeda saat ini, zakat dipraktekkan di seluruh negeri, bahkan di desa-desa pedesaan. Meskipun ada banyak hal yang tidak jelas dari sudut pandang kelembagaan. Apakah lembaga itu sah atau tidak, muzakki enggan berdonasi, anda juga dapat mengeluarkan zakat kekayaan fasilitas tersebut dan membuat nama fasilitas tersebut amal zakat yang lain. tetapi harus ada satu karena begitu banyak yang tidak diketahui.

Berdasarkan undang-undang tahun 1999 sesuai dengan persyaratan pendirian lembaga amal zakat. Lembaga amal zakat diizinkan beroperasi dalam kasus-kasus berikut: 1) memiliki agensi UU: 2) sudah berjalan kurang lebih dua tahun, 3) apakah anda memiliki laporan keuangan? 4) data yang jelas tentang muzakki dan mustahik : persiapan diperiksa (Husein, 2001:97). Hal ini harus berbanding sama terhadap penghasilan atau pendapatan lembaga data kelola zakat serta peningkatan kesadaran umat muslim untuk melaksanakan kewajiban zakatnya. Hal tersebut dikarenakan zakat merupakan sebuah ibadah yang di perintahkan Allah Subhanahu wata'ala yang termasuk dalam rukun Islam yang ketiga. Orang-orang diberkati dengan kesuksesan dalam berkerja untuk kekayaan besar membayar zakat adalah kewajiban agama (Al-Qur'an dan Al-Sunnah).

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua data yaitu data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan berupa catatan dan hasil observasi. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah berupa informasi untuk kepentingan penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Zakat

Sebagaimana yang telah diketahui zakat merupakan sebuah perintah dari Allah SWT yang hukumnya wajib untuk ditunaikan, dengan memberikan sejumlah harta kepada golongan yang berhak menerima zakat sebagaimana diatur dalam syariat Islam. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat at-taubah ayat 60 yang berbunyi: "Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk (1) orang-orang fakir, (2) orang-orang miskin, (3) amal zakat, (4) para mu'allaf yang dibujuk hatinya, (5) untuk (memerdekakan) budak, (6) orang-orang yang terlilit utang, (7) untuk jalan Allah dan (8) untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana" (Muhammad Abduh Tuasikal: 2012). Menurut Elsi kartika sari (2006: 14) zakat merupakan ibadah yang mencakup dua dimensi, yaitu dimensi hablum minallah dan dimensi minanas. zakat memiliki tujuan yaitu: untuk mengangkat standar orang miskin dan membantu mereka keluar dari kesulitan dan penderitaan hidup.²

Muzakki dan Mustahik Zakat

Zakat adalah wajib bagi semua Muslim yang cukup memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Muslim yang tidak dapat menghidupi dirinya sendiri tidak perlu membayar zakat. Terdapat delapan golongan yang berhak menerima zakat yaitu; (1) Fakir: yaitu orang yang tidak memiliki harta ; (2) Fakir miskin: orang yang tidak memiliki penghasilan; (3) Amil zakat: panitia pendanaan dan pengawasan zakat; (4) Mualaf :orang yang baru memeluk agama islam; (5) Riqab: hamba atau budak; (6) Gharim: orang

²Elsi Kartika Sari. Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf (Jakarta : PT Grasindo, 2006) Hal.14.

yang memiliki banyak hutang; (7) Fisabilillah : pejuang di jalan Allah dan; (8) Ibnu sabil : Musafir dan para pelajar pendatang.

Dalam penyaluran zakat, fakir dan miskin merupakan muslim yang menjadi prioritas sebagai pihak penerima. Dua cara yang bisa dilakukan untuk mendistribusikan dana zakat kepada fakir miskin yaitu dengan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau menanamkan jiwa wirausaha kepada mereka. Selain itu ada golongan fisabilillah adalah individu atau organisasi yang kegiatan utamanya untuk berjuang di jalan Allah dalam menegakkan Islam. Golongan fisabilillah penerima zakat saat ini bisa berbentuk organisasi dakwah di kota-kota besar, islam syariah di pelosok dan proyek pembangunan masjid. Mualaf tidak diharuskan membayar zakat karena mereka adalah kelompok yang tidak dapat mencari nafkah (fakir). zakat yang diberikan kepada mualaf memiliki peran sosial sebagai alat untuk mempererat persaudaraan antar umat islam. namun amil zakat adalah jumlah orang yang berhak menerima zakat ketika tujuh kelompok lainnya menerima zakat.

Peran Badan Zakat

Lembaga zakat yang bertugas menghimpun dana zakat memiliki tugas untuk menginformasikan kepada masyarakat, calon muzaki dan mustahik (seperti media internet) tentang kemanfaatan dan hikmah dana zakat. Semua kewajiban yang ditetapkan oleh Allah termasuk kewajiban membayar zakat memiliki pesan dan manfaat yang tersirat. Prof. Dr. Didin Hafidudin mengemukakan beberapa kiprah serta pesan tersirat zakat yaitu: (1) Zakat menjadi perwujudan iman kepada Allah SWT, mensyukuri nikmatnya, menumbuhkan rasa kepedulian yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, serta rakus, sekaligus berbagi dan mensucikan harta yang dimiliki; (2) Zakat merupakan sarana untuk menunjang dan memajukan mustahik. Zakat tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sementara, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan mustahik dengan menghilangkan/memaksimalkan penyebab kemiskinan; (3) Zakat sebagai pilar amal bersama (jama'i) antara kelompok agamanya yang berkecukupan menggunakan para mujahid yang waktunya sepenuhnya buat berjuang pada jalan Allah sehingga tidak memiliki waktu yang cukup buat berusaha bagi kepentingan nafkah diri serta keluarganya; (4) Zakat adalah salah satu dari bentuk spesifik jaminan sosial yang ditentukan oleh ajaran Islam untuk mustahik; (5) Zakat adalah salah satu sumber dana untuk pembangunan sarana dan prasarana yang harus dimiliki umat islam seperti peningkatan kualitas pendidikan, kesehatan, kelembagaan sosial dan ekonomi, dan sumber daya insan muslim; (6) Zakat bisa memasyarakatkan etika bisnis yang sah, hal ini sebab zakat berarti mengeluarkan bagian berasal hak orang lain asal harta yang diusahakan dengan baik dan benar; (7) Zakat adalah sarana untuk pemerataan pendapatan, melalui zakat terjadi pemindahan kekayaan dari muzakki yang memiliki kelebihan harta mustahik yang tidak memiliki harta. (8) Dorongan ajaran Islam, yang begitu kuat buat berzakat, berinfak serta bershadaqah menunjukkan bahwa islam mendorong umatnya buat berkerja serta berusaha agar mampu memenuhi kebutuhan hayati diri dan keluarganya dan berlomba-lomba menjadi muzakki dan munfik.

Pegelolaan Rumah Zakat

Konsep fundraising artinya bagaimana atau tindakan mengumpulkan, mengumpulkan dan menyerahkan. fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan penghimpunan dana dan sumber daya lainnya dari suatu masyarakat (baik perorangan, kelompok, organisasi, dunia usaha atau pemerintah), dengan tujuan akhir mencapai misi dan tujuan lembaga yang digunakan untuk mendanai kegiatan operasional suatu lembaga institusi. Penggalangan dana juga dapat diartikan sebagai proses mempengaruhi warga, baik individu maupun perwakilan atau forum masyarakat untuk menyalurkan dana kedalam organisasi. Dari berbagai pengertian diatas, strategi penggalangan dana dapat mempengaruhi orang atau calon donator untuk mau berbuat baik dalam bentuk penyediaan dana untuk disumbangkan atau sumber daya berharga lainnya kepada mereka yang membutuhkan. Itu disampaikan

Proses mempengaruhi disini meliputi kegiatan menginformasikan mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu. Sebagai bagian dari penggalangan dana, rumah zakat terus memberikan edukasi, sosialisasi, promosi dan komunikasi. Ini adalah hasil dari pengakuan dan kebutuhan calon donor untuk

melaksanakan kegiatan program dan berkerja sama dengan pimpinan rumah zakat. Menurut Juwaini Sasaran pendanaan memiliki beberapa tujuan yaitu:

- (1) Tujuan penggalangan dana adalah tujuan yang paling mendasar, tujuan ini sangat penting bagi operasional lembaga dan merupakan alasan mengapa manajemen pendanaan harus dilakukan.
- (2) Tujuan kedua adalah untuk meningkatkan jumlah pendonor potensial atau menambah populasi pendonor. Forum penggalangan dana perlu terus meningkatkan jumlah donor.
- (3) Meningkatkan atau membangun kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat (LSM) secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi citra lembaga.
- (4) Pertemuan mitra dan pendukung, mungkin ada individu atau kelompok yang berinteraksi dengan anda melalui kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh organisasi atau forum swadaya.

Tujuan penghimpunan dana yaitu: (1) Tujuan penggalangan dana adalah tujuan yang paling mendasar, tujuan ini adalah tujuan utama pertama dari manajemen organisasi dan ini juga mengapa manajemen pendanaan harus dilakukan. (2) Meningkatkan potensi pendonor atau meningkatkan populasi pendonor. forum penggalangan dana perlu lebih meningkatkan jumlah donor menjadi 4.444. Adapun tujuan penghimpunan dana (Fundraising) berdasarkan Juwaini ialah sebagai berikut:

1. Tujuan menghimpun dana merupakan menjadi tujuan yang paling fundamental. Tujuan inilah yang paling pertama dan primer pada pengelolaan fundraising harus dilakukan .
2. Tujuan kedua merupakan menambah calon donatur atau menambah populasi donatur forum yang melakukan fundraising wajib terus menambah jumlah donaturnya.
3. Meningkatkan atau membangun citra lembaga, bahwa aktifitas fundraising yang dilakukan oleh sebuah lembaga swadaya rakyat (LSM), baik secara langsung maupun tak eksklusif akan berpengaruh terhadap citra lembaga.
4. Menghimpun mitra dan pendukung, terkadang ada orang atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Mereka memiliki kesan forum yang positif dan ramah, namun karena ketidakmampuan mereka, mereka tidak dapat memposting apapun di forum pada saat itu. Kelompok sejenis ini bukan donatur, tetapi menjadi simpatisan dan pendukung lembaga tersebut. Kelompok-kelompok tersebut harus dipertimbangkan dalam kegiatan penggalangan dana. bahkan jika anda tidak berdonasi, anda akan berusaha sekuat tenaga untuk mendukung institusi dan bersemangat untuk institusi tersebut, dengan adanya kelompok ini, lembaga tersebut telah memiliki jaringan informal yang sangat berguna untuk upaya penggalangan dananya.
5. Tujuan kelima yaitu meningkatkan kepuasan donatur, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang, meskipun pada pelaksanaan kegiatan secara teknis dilakukan sehari-hari. Mengapa kepuasan donatur itu krusial? sebab kepuasan donatur akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diberikan kepada forum. Mereka akan mendonasikan dananya pada lembaga secara berulang-ulang , bahkan menginformasikan kepuasannya terhadap forum secara positif kepada orang lain. Dengan demikian secara otomatis kegiatan fundraising juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur. Strategi penghimpunan dana zakat.
6. Meningkatkan kepuasan Donatur, tingkat kepuasan para donatur merupakan suatu tujuan yang krusial dan sangat berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan disalurkan kepada forum. Inilah alasan mengapa menjamin kepuasan donatur menjadi salah satu strategi yang bernilai jangka panjang karena donatur melakukan secara berulang dalam memberikan donasi kepada lembaga. Apabila para donatur merasa puas mereka akan menginformasikan tingkat kepuasannya kepada forum dan menyebarkan informasi positif kepada orang lain. Dan ini memberikan dampak yang baik untuk lembaga. Oleh karena itu memuaskan para donatur merupakan tujuan dari kegiatan fundraising.
- 7.

Manajemen Strategis

Manajemen strategis pada dasarnya adalah proses pengambilan keputusan, pengambilan tindakan, dan evaluasi apa yang berjalan dengan baik dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Proses ini dilanjutkan dengan menilai dan mengelola bisnis internal, melakukan analisis persaingan, dan menetapkan strategi untuk meningkatkan daya saing. Strategi tersebut kemudian dapat dievaluasi kembali secara lebih teratur untuk memutuskan tindakan apa yang akan diambil nanti, memantau kemajuannya, atau menggantinya dengan strategi lain. Untuk memenangkan persaingan dan menunjukkan keunggulan perusahaan, strategi ini harus diterapkan oleh seluruh pemangku kepentingan perusahaan.

Konsep perspektif akan digunakan nanti sebagai rencana yang perlu dibuat jika tidak ada yang salah atau. Konsep deskriptif diterapkan untuk memecahkan masalah yang perlu dipecahkan oleh perusahaan. Ketika sebuah organisasi mengenali dan memahami visinya, ia dapat menempatkan sumber daya yang tepat di tempat yang tepat untuk mencapai tujuan rencana bisnisnya. Tekad dan dedikasi untuk perencanaan strategis yang berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Tentu saja ini membawa keuntungan ekonomi. Perusahaan yang terus mengukur kinerja terhadap rencana bisnis mereka akan menerima jawaban dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap kekuatan pasar. Manajemen strategis membantu perusahaan menjadi lebih proaktif dan tidak terlalu pasif dalam pengembangannya di masa depan. Selain perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengevaluasian untuk lebih mengoptimalkan strategi penghimpunan dana, maka sebelumnya perlu mengetahui unsur-unsur dalam kegiatan fundraising, yaitu:

- 1) Analisis kebutuhan Kepercayaan serta pelayanan yang berkualitas merupakan kebutuhan donatur dan muzakki yang harus dipenuhi oleh rumah Zakat yang berisi perihal kesesuaian dengan syariah, laporan serta pertanggung jawaban yang diperlukan oleh donatur serta muzakki.
- 2) Segmentasi Segmentasi dalam pengelolaan zakat yang dimaksud adalah donatur dan muzakki yang berperan menghimpun donasi untuk membantu zakat menentukan langkah strategis ke depan.
- 3) Menentukan Profil Donor Profil donor potensial membantu dalam penemuan awal ciri-ciri identitas donor potensial untuk menentukan tujuan dan sasaran.
- 4) Positioning Positioning sering digambarkan sebagai teknik manajemen untuk menarik dan mengendalikan donor dan masyarakat umum melalui produk yang ditawarkan. Dengan kata lain, positioning juga dapat diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan memperoleh kepercayaan dari para donatur dan masyarakat.
- 5) Produk ini mengacu pada nama program yang sedang berjalan. Besarnya harta yang dihibahkan atau dihibahkan artinya jumlah harta yang dihibahkan atau dihibahkan itu sesuai dengan program-program yang sedang dikembangkan oleh warga Zakat.
- 6) Promosi Rumah Zakat kepada calon donatur digunakan untuk menginformasikan donatur tentang produk atau program yang ditawarkan. Promosi ini juga bertujuan untuk mengajak Anda berempati dan mendukung kegiatan yang dilakukan.
- 7) Pemeliharaan Pemeliharaan adalah upaya Rumah Zakat untuk menjalin hubungan yang berkesinambungan dengan para donatur dan muzakki, dan tujuan menjalin hubungan selain loyalitas untuk memperlancar perkembangan Rumah Zakat diharapkan.

Studi Kasus pada Rumah Zakat

Rumah Zakat merupakan suatu organisasi atau lembaga swadaya masyarakat yang didirikan pada tahun 1998 tepatnya tanggal 2 Juli. Awalnya lembaga ini bernama Dompot Sosial Ummul Quro (DSUQ). Tahun 2007 lembaga ini secara resmi mendapatkan legalitas menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 42 tahun 2007.³ Seiring berjalannya waktu lembaga ini mengalami perubahan yang awalnya Dompot Sosial Ummul Quro berubah menjadi Rumah Zakat. Berdirinya organisasi ini dilandasi dengan semangat untuk menjadi lembaga

³Maulana Hamzah, "Kajian Manajemen Zakat (Studi kasus di Rumah Zakat)", 2015.

filantropi terbaik dalam penyaluran donasi dari pihak donatur kepada para penerima manfaat. Diawali dengan niat yang baik lembaga ini kemudian tumbuh menjadi salah satu LAZNAS dipercaya masyarakat dan donatur.

Rumah Zakat berkomitmen untuk menjadi lembaga yang amanah (terpercaya), *professional*, dan progresif (maju) serta melakukan kolaborasi dari berbagai pihak agar terwujudnya pemberdayaan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu lembaga ini berfokus pada pengelolaan zakat, waqaf dan sodaqoh. Pengelolaan dilakukan secara *professional* dengan berpusat pada program unggulan seperti pendidikan, pemberdayaan ekonomi, kesehatan, dan pelatihan komunitas. Salah satunya program yang dilaksanakan Rumah Zakat adalah Desa Berdaya. Program ini dilakukan berdasarkan hasil pemetaan potensi lokal di bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi, lingkungan, serta kesiapsiagaan bencana dengan mengintegrasikannya sehingga memudahkan dalam percepatan pemberdayaan masyarakat dari mustahik menjadi muzaki.

Pada program pemberdayaan desa direalisasikan melalui empat jenis bidang yaitu; (1) Senyum Juara berfokus pada bidang pendidikan; (2) Senyum Sehat berfokus kepada bidang kesehatan; (3) Senyum Mandiri berfokus pada bidang ekonomi dan; (4) Senyum Lestari berfokus pada bidang Lingkungan. Pada Tahun 2022 Rumah Zakat memperkenalkan gerakan #SaatnyaTumbuhBersama yang bertujuan untuk mengajak masyarakat agar selalu optimis dan saling tolong menolong (kolaborasi) untuk berjuang menghadapi pandemic Covid-19.

Identitas Visual (Logo) Rumah Zakat

Identitas visual merupakan wajah awal yang akan diperkenalkan oleh sebuah organisasi kepada masyarakat. Identitas visual memiliki peranan penting yaitu sebagai fondasi dalam membangun branding kepada masyarakat (Nyoman Jayanegara & Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan, 2020: 77). Fungsi dari identitas visual adalah untuk membantu organisasi dalam mengkomunikasikan ide, tujuan, visi, dan misi kepada masyarakat dengan visual yang diekspresikan melalui elemen seperti warna, *typeface*, bentuk, ilustrasi, logo dan lain-lain. Logo merupakan salah satu elemen dari identitas visual yang sering digunakan organisasi atau lembaga. Hal tersebut dikarenakan logo memiliki peranan penting bagi sebuah organisasi sebagai simbol atau tanda pembeda antara suatu lembaga dengan lainnya. Karena alasan inilah Rumah Zakat memiliki logo khas yang dapat merepresentasikan lembaga mereka.



Gambar 1.1 Logo Rumah Zakat

Logo mewakili entitas yang divisualisasikan. Rumah Zakat merupakan lembaga amil zakat yang berbeda dengan lainnya oleh karena itu logo yang dibuat harus menjadi simbol pembeda dengan lainnya. Visualisasi dengan logo berbentuk hati yang didalamnya terdapat lineart rumah dengan typeface berjenis sans serif. Apabila elemen-elemen pada logo Rumah Zakat dibedah penggunaan dominan warna *orange* atau jingga biasanya dimaknai dengan kebahagiaan, kehangatan, keseimbangan, dan antusiasme. Warna ini selaras dengan keyakinan dari Rumah Zakat untuk berbagi kebahagiaan dengan penyaluran donasi kepada masyarakat yang membutuhkan. Typeface jenis sans serif memiliki filosofi kesederhanaan, modern, kemurnian dan efisien. Selanjutnya, simbol hati pada logo dimaknai sebagai cinta dan kasih yang merupakan landasan Rumah Zakat dalam melakukan kegiatan kemanusiaan serta menjalankan berbagai program pemberdayaan masyarakat. *Lineart* rumah yg membentuk seperti tanda panah mengarah keatas melambangkan pergerakan Rumah Zakat yang progresif dan terus menerus

membangun kemandirian pada masyarakat. Bentuk rumah dan pintu dimaknai sebagai keterbukaan lembaga ini dalam berbagi kebahagiaan kepada seluruh masyarakat dengan segala program yang dibuat oleh Rumah Zakat.

Ketika melihat secara keseluruhan proses perubahan logo Rumah Zakat menunjukkan perjalanan panjang yang sudah dilalui oleh lembaga ini dalam membangun kemandirian dan memberikan pelayanan kepada masyarakat. Selain itu juga logo didukung dengan kekuatan visi, misi, serta komitmen yang pegagang erat Rumah Zakat berdampak pada kepercayaan para donatur dan masyarakat.

a. Visi dan Misi Rumah Zakat

Setiap organisasi yang berdiri pasti memiliki visi dan misi untuk berorientasi maju kedepan. Visi dan misi akan menentukan kemana arah gerak serta perkembangan dari sebuah organisasi. Untuk itu sebagai lembaga yang progresif seperti Rumah zakat memiliki visi dan misi yaitu sebagai berikut.

Visiyaitu; “Lembaga filantropi internasional berbasis pemberdayaan yang profesional” dan Misi yaitu; (1) Berperan aktif dalam membangun jaringan filantropi internasional; (2) Memfasilitasi kemandirian masyarakat; (3) Mengoptimalkan seluruh aspek sumber daya melalui keunggulan insani.⁴

Manajemen Zakat

Manajemen yang dimaksud adalah dalam penghimpunan dana zakat (Funding). Agar penghimpunan dana mendapatkan hasil yang maksimal strategi serta pendekatan terbaik yang digunakan Rumah Zakat adalah sebagai berikut; (1) *Visiting counter* adalah strategi dengan cara para donatur mengunjungi kantor terdekat Rumah Zakat. ⁵sudah ada 52 kantor yang tersebar dari Aceh hingga Jayapura. Para donatur bisa berdonasi dengan cara tunai atau non-tunai.; (2) Donasi melalui ATM, cara ini memudahkan para donatur ingin berdonasi melalui ATM dengan cara mengikuti intruksi yang tertera di layar ATM. Cara ini bisa diakses melalui ATM Bank Mandiri, BRI Syariah, BNI, BNI Syariah, Permata, Permata Syariah, dan lain-lain.; (3) Berdonasi menggunakan Paypal dengan cara mengunjungi tautan <http://www.rumahzakat.org/paypal> ; (4)Jemput donasi dengan cara menghubungi pihak Rumah Zakat baik Call center atau SMS; (5) Penyaluran donasi melalui aplikasi Blackberry; (6)Donasi antar nomor rekening dengan cara melakukan transfer ke nomor rekening nasional Rumah Zakat setelah itu donatur menghubungi contact center untuk melakukan konfirmasi.; (7) *Recurring* melalui kartu kredit dengan cara mengetik nomor kartu lalu #Jenis program #Jumlah Donasi lalu send ke SMS center atau mengirim e-mail ke welcome@rumahzakat.org; (8)Berdonasi secara online dengan mengunjungi tautan <http://www.rumahzakat.org> ; (9)Donasi bisa dilakukan dipusat perbelanjaan seperti Lotte Mart, Gramedia, SBMart, Skye Mobile Money, dan Toko buku Tiga Serangkai; (10) Berdonasi melalui kantor Pos terdekat dari tempat tinggal.

IV. KESIMPULAN

Pengelolaan zakat yang benar dapat menjadi faktor penting untuk mengurangi masalah kemiskinan yang berdampak pada turunnya jumlah penduduk yang tidak bisa mencukupi kebutuhannya. Sehingga pendistribusian zakat bisa dialihkan kepada penduduk di daerah lain yang lebih membutuhkan. Cara yang efektif terhadap manajemen strategi dalam penghimpunan dana zakat (*fundraising*) serta pelaksanaan berbagai program pemberdayaan masyarakat seperti kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya kesejahteraan secara *financial* namun secara ilmu pengetahuan juga.

Manajemen strategi yang dilakukan oleh Rumah Zakat mulai dari penghimpunan dana zakat, sadaqoh, infaq, pemberdayaan masyarakat pada berbagai bidang yang krusial, serta pemberdayaan sumber daya manusia yang ditempuh Rumah Zakat dalam mewujudkan visi dan misi serta kolaborasi

⁴Rumah Zakat (<https://www.rumahzakat.org/id/tentang-kami/visi-dan-misi> , Diakses pada tanggal 31 oktober 2022, 14:30)

⁵Maulana Hamzah, “*Kajian Manajemen Zakat (Studi kasus di Rumah Zakat)*”, 2015.

berbagai pihak berupaya untuk mengurangi serta memutuskan rantai kemiskinan di setiap daerah mulai dari Aceh sampai Jayapura.

Konsep persepektif digunakan Rumah Zakat sebagai *planning* (rencana) terbaik untuk masa yang akan datang. Untuk memecahkan serta mencari solusi dari sebuah masalah Rumah Zakat dapat menerapkan atau menggunakan konsep deskriptif. Apabila organisasi sudah memiliki visi serta misi lalu mengetahui, memahami serta melaksanakannya dan dapat menempatkan dengan tepat sumber dayanya maka akan mempermudah untuk mencapai tujuan rencana bisnis. Tekad serta komitmen yang kuat terhadap pelaksanaan perencanaan strategis yang kontinu bisa memperkuat posisi Rumah Zakat dalam persaingan.

REFERENSI

- Abduh Tuasikal, Muhammad. Golongan Penerima Zakat (1), <https://rumaysho.com/1178-golongan-penerima-zakat.html>, (16 November 2022)
- Ahmad Agus sulthonie, Yusuf Zaenal Abidin, dan Erlin Latifah. 2017. "Manajemen Strategik Rumah Amal Salman dalam meningkatkan Fundraising Zakat" dalam Jurnal Manajemen Dakwah Vol 2, Nomor 1 (halaman 68-85). Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Elsi Kartika Sari. 2006. *Pengantar Hukum Zakat Dan Wakaf*, Jakarta: PT Grasindo.
- Jayanegara, I. Nyoman., & I. Nyoman Aanom Fajaraditya Setiawan. Analisis Bentuk pada Identitas Visual STMIK STIKOM Indonesia. Jurnal Bahasa Rupa, Vol. 3, No. 2, April 2020.
- Jurnal entrepreneur, "Pengertian Manajemen Strategi: Manfaat dan langkah menyusunnya" (<https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-manajemen-strategi-sbc/>), Diakses pada tanggal 24 Oktober 2022, 13.30).
- Rumah Zakat (<https://www.rumahzakat.org/id/tentang-kami/visi-dan-misi>), Diakses pada tanggal 31 oktober 2022, 14:30)
- Yudi Yudiana, M.Maulana Hamzah dan Graha Agung Brahmana. 2015. "Kajian Manajemen Zakat (Studi Khusus di Rumah Zakat)" dalam makalah. Manajemen ZISWAF. Bogor: Institut Pertanian Bogor.