**OPTIMALISASI PERAN DANA ZAKAT UNTUK MENYELESAIKAN PERMASALAHAN EKONOMI DALAM SITUASI EMERGENCY (MASA PANDEMI)**

Ady Arman, Ach. Bakhrul Muchtasib, Dede Abdul Fatah

Email: [ady.arman@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:ady.arman@akuntansi.pnj.ac.id) [bakhrul.muchtasib@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:bakhrul.muchtasib@akuntansi.pnj.ac.id), [dede.abdulfatah@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:dede.abdulfatah@akuntansi.pnj.ac.id)

ABSTRACT

Zakat is an important element in an economic system based on Islamic law. Zakat can encourage the economic growth of a nation or state by reducing the number of people who are economically weak (poor), through the mechanism of economic subsidies, social security, empowerment, or coaching.

Currently, there is the spread of the corona virus which has a significant impact on the economic cycle in Indonesia. Indonesia's economic growth projection will only reach 2.3%. In fact, in the worst situation, the economy could minus up to 0.4%. This impact is more complex than the crises that occurred in 1997-1998 and 2008-2009. On the other hand, the Rupiah exchange rate against the US Dollar weakened again to touch Rp. 16,000.

This study wants to describe the role of zakat funds in overcoming economic problems during the pandemic. The power of zakat funds as a social instrument to foster economic prosperity during a pandemic. By using the SWOT method, the right model for developing zakat funds will be found to improve the community's economy during the pandemic.

*Keywords: OPZ, Zakat, Pandemic, SWOT*

ABSTRAK

Zakat merupakan salah satu unsur penting dalam sistem ekonomi berdasarkan syariat Islam. Zakat dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu bangsa atau negara dengan cara penurunan jumlah masyarakat ekonomi lemah (miskin), melalui mekanisme subsidi ekonomi, jaminan sosial, pemberdayaan, ataupun pembinaan.

Saat ini sedang terjadi penyebaran virus corona yang memiliki dampak signifikan pada perputaran perekonomian di Indonesia. Proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya akan mencapai 2,3%. Bahkan, dalam situasi terburuk, ekonomi bisa minus hingga 0,4%. Dampak ini lebih kompleks dibandingkan dengan krisis yang terjadi pada 1997-1998 dan 2008-2009. Di sisi lain, Nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika Serikat kembali jatuh yang telah menyentuh angka Rp16.000.

Penelitian ini ingin memotret peran dana zakat dalam mengatasi persoalan ekonomi di masa pandemi. Kekuatan dana zakat sebagai instrumen sosial untuk menumbuhkan kesejahteraan ekonomi di masa pandemi. Dengan metode SWOT akan ditemukan model pengembangan dana zakat yang tepat untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di masa pandemi.

*Kata kunci: OPZ, Zakat, Pandemi, SWOT*

**1. PENDAHULUAN**

Zakat merupakan salah satu instrumen yang strategis dalam upaya menurunkan angka kemiskinan. Zakat mempunyai fungsi yaitu tidak hanya menyantuni orang miskin secara konsumtif, tetapi juga untuk menunjang hidup di dunia dan menunjang kesejahteraan sosial ekonomi. Zakat merupakan kegiatan pendistribusian pendapatan, zakat mempertemukan pihak surplus pendapatan dengan pihak yang defisit pendapatan. Zakat yang mempunyai tujuan akhir yaitu mengubah seseorang mustahik menjadi muzakki. (Wulansari, 2014, 3)

Zakat memiliki peranan yang sangat strategis dalam upaya untuk membangun ekonomi masyarakat. Ridwan (2005) menyatakan bahwa nilai strategis zakat dapat dilihat melalui: (1) Zakat merupakan panggilan agama dan cerminan dari keimanan seseorang. (2) Sumber keuangan zakat tidak akan pernah berhenti. Artinya orang yang membayar zakat, tidak akan pernah habis dan yang telah membayar setiap tahun atau periode waktu yang lain akan terus membayar. (3) Zakat secara empirik dapat menghapus kesenjangan sosial dan sebaliknya dapat menciptakan redistribusi aset dan pembangunan.

Di Indonesia beberapa lembaga zakat telah berdiri dan beroperasi belasan bahkan puluhan tahun lalu. Misalnya Bazis DKI telah berdiri sejak 1968, Dompet Dhuafa berdiri pada tahun 1994, dan Badan Amil Zakat Nasional telah berdiri dari tahun 2001 setelah diterbitkannya Undang Undang Nomor 38 Tahun 1999 dan berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 8 Tahun 2001.

Berkaca pada kejadian di akhir tahun 2019 dan memasuki tahun 2020, di seluruh dunia digoncang dengan munculnya Virus Corona (Covid-19) yang membuat kepanikan dimana-mana. Kasus virus corona tersebut tidak hanya memiliki dampak kesehatan yang dapat menyebabkan kematian. Namun penyebaran wabah ini juga sangat memberikan dampak pada perekonomian secara global. Menteri Keuangan Republik Indonesia mengatakan bahwa proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya akan mencapai 2,3%. Bahkan, dalam situasi terburuk, ekonomi bisa minus hingga 0,4%. Skenario terburuk itu bisa terjadi jika pandemi virus corona atau COVID-19 terus berlangsung dalam jangka panjang.

Dampak ini lebih kompleks dibandingkan dengan krisis yang terjadi pada 1997-1998 dan 2008-2009. Di sisi lain, Nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika Serikat kembali jatuh yang telah menyentuh angka Rp16.000. Hal ini kembali menjadi ancaman mata uang Rupiah di pasar keuangan. Anjloknya Rupiah dikarenakan merebaknya virus corona di seluruh dunia sehingga menciptakan ketidakpastian yang sangat tinggi dan mengakibatkan penurunan kinerja pasar, keuangan global, menekan banyak mata uang dunia serta pembalikan modal kepada asset keuangan yang dianggap aman.

Berdasarkan pengalaman pada situasi dan kondisi pandemi, dari sejak 2019 hingga sekarang (2022), dimana kondisinya menyebabkan kondisi emergency, perlu dilihat dan dikaji lebih mendalam tentang peran dana zakat untuk mengatasi situasi darurat tersebut dalam hal penanganannya untuk permasalahan ekonomi. Perlu kiranya dianalisa dan dirumuskan peran strategis dana zakat dan langkah-langkahnya untuk mensejahterkan ekonomi masyarakat dalam situasi emergenzy.

**2. LANDASAN TEORI**

**Pengelolaan Zakat di Indonesia**

Sementara menilik pengelolaan zakat di Indonesia, awalnya adanya desentralisasi kewenangan, lembaga zakat diberikan ruang yang cukup luas. Pada UU no. 38 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, negara memberikan kedudukan yang sejajar bagi masyarakat dan pemerintah untuk bersama-sama mengelola dana publik keagamaan (zakat, infak, sedekah, dan dana lainnya). Sehingga di Indonesia kemudian dikenal dua macam lembaga pengelola zakat, yaitu BAZ (Badan Amil Zakat) yang dibentuk oleh pemerintah dan LAZ (Lembaga Amil Zakat) yang diinisasi oleh masyarakat. Hal ini berbeda dengan negara lain yang hanya mengenal *single-authority* laiknya Saudi Arabia, Pakistan, atau Sudan. Kesetaraan posisi di mata hukum antara lembaga zakat pemerintah maupun lembaga zakat masyarakat juga jelas tertera pada pasal 8 UU no. 38/99 yang memberikan kesamaan tugas pokok kedua lembaga tersebut, yaitu untuk mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat.

Paradigma baru muncul ketika UU no. 23 tahun 2011 mengenai Pengelolaan Zakat hadir sebagai regulasi pengganti UU 38/99 yang dirasa sudah tidak sesuai dengan kondisi zaman. Pada UU ini, BAZNAS sebagai lembaga bentukan pemerintah, berwenang melakukan tugas pengelolaan zakat secara nasional dengan dibekali 4 fungsi dasar, yaitu perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*operating*), pengendalian (*supervising*), serta koordinator (*coordinating*) pelaporan zakat di semua tingkatan. Sementara masyarakat melalui LAZ secara *an sich* diberikan ruang untuk membantu BAZNAS dalam melakukan kerja-kerja pengelolaan zakat.

Dalam kajian yang dilakukan oleh Fadly M. Djubaidi (2012) pada UU Zakat terkait dengan hubungan zakat dan negara dalam konteks keindonesiaan kontemporer, sedikitnya empat dasar pemikiran yang menjadi ruh dan spirit pengaturan zakat, yaitu:

1. Pertama, mewujudkan unified system dalam pengelolaan zakat nasional. Pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat harus terintegrasi dengan BAZNAS sebagai *executive agency* pemerintah dalam pengelolaan zakat. Dalam spektrum ini, LAZ yang dibentuk oleh masyarakat dan mendapat izin dari pemerintah sesuai ketentuan UU, harus dipandang tiada lain dalam konteks “membantu tugas negara” untuk mensejahterakan rakyat.
2. Kedua, hirarki dalam pengelolaan zakat. Pengelolaan zakat dilakukan secara berjenjang oleh BAZNAS, BAZNAS provinsi dan BAZNAS kabupaten/kota sebagai satu kesatuan organisasi yang memiliki hubungan hirarkis. Dalam kaitan ini semua LAZ menyampaikan laporan pelaksanaan pengelolaan zakat, infak, sedekah, dan sosial keagamaan lainnya kepada BAZNAS dan pemerintah daerah secara berkala. Salah satu perubahan fundamental pasca lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 ialah menyangkut pola hubungan BAZNAS di semua tingkatan.

Menurut peraturan perundang-undangan yang lama (Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999) Badan Amil Zakat di semua tingkatan memiliki hubungan kerja yang bersifat koordinatif, konsultatif dan informatif. Tetapi sekarang dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 hubungan BAZNAS di semua tingkatan bersifat hirarkis. Prinsip hirarki dalam pengelolaan zakat tercermin antara lain pada alur pelaporan dan pertanggungjawaban pengelolaan zakat kepada BAZNAS dan alur pertanggung-jawaban dari BAZNAS kepada Presiden melalui Menteri Agama dan kepada Dewan Perwakilan Rakyat paling sedikit satu kali dalam satu tahun.

1. Ketiga, kepatuhan (*compliance*) pada ketentuan syariat Islam. Prinsip syariat Islam dicantumkan sebagai asas pertama dalam urutan asas pengelolaan zakat dalam Undang Undang Nomor 23 Tahun 2011. Pengelolaan zakat tidak mungkin dilakukan oleh lembaga berbadan hukum yang bukan berbasis Islam. Zakat sebagai norma pokok (*core norm*) yang diatur dengan undang-undang merupakan ranah agama dan karena itu zakat wajib didistribusikan kepada mustahik sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan untuk memeriksa dan memastikan kepatuhan lembaga zakat terhadap prinsip-prinsip syariat (baca: syariah) dalam melakukan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat serta penggunaan hak amil, mengharuskan dilakukannya audit syariah terhadap BAZNAS dan LAZ. Payung hukum untuk melakukan audit syariat, di samping audit keuangan, ialah ketentuan dalam undangundang yang menetapkan tugas Pemerintah untuk melaksanakan pembinaan dan pengawasan terhadap BAZNAS, BAZNAS provinsi, BAZNAS kabupaten/kota, dan LAZ.
2. Keempat, akuntabilitas pengelolaan zakat. Pengelolaan zakat pada hakikatnya adalah mengelola amanah *muzakki* (pembayar zakat) dan mengelola hak-hak *mustahik* (fakir, miskin dan seterusnya). Pengelolaan zakat menuntut akuntabilitas yang tinggi pada lembaga yang mengelolanya. Prinsip akuntabilitas dimunculkan menjadi salah satu asas pengelolaan zakat.

**3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis. Pendekatan yang dilakukan dengan cara observasi dan partisipasi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara, dan data sekunder melalui media yang lain.

Jenis metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda penelitian *Strength, Weaknes, Opportunity, and Threat* (SWOT). Dalam menggunakan analisa SWOT data yang digunakan merupakan data primer dari hasil wawancara (*indepth interview)* dengan para praktisi yang memiliki pemahaman tentang permasalahan yang dibahas. Sampel dalam penelitian ini adalah lembaga zakat nasional yang mendapat izin resmi dari Kementerian Agama yang berkantor di Jabodetabek.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

Dalam tahap pengumpulan data, peneliti melakukan beberapa langkah untuk dapat menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi proses SWOT dan strategi kebijakan yang dihasilkan, maka peneliti melakukan beberapa tahapan sebagaimana berikut:

Tahap awal yang dilakukan dalam pembuatan analisis SWOT yang efektif yaitu perlu adanya pihak-pihak terkait yang terlibat. Hal terebut dilakukan karena analisa ini tidak bisa dilakukan oleh satu orang saja karena hasilnya tidak akan efektif. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah organisasi pengelola zakat di Jabodetabek.

**Analisis SWOT, IFAS, dan EFAS**

Pada tahap analisis ini digunakan untuk mengetahui prioritas dan keterkaitan antar strategi berdasarkan pembobotan SWOT-nya, maka perlu dilakukannya interaksi kombinasi strategi internal dengan eksternal. Perumusan strategi-strategi tersebut disusun berdasarkan faktor internal, yaitu *strength* dan *weakness*, serta faktor eksternal *opportunity* dan *threat* ke dalam Matriks IFAS-EFAS SWOT seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks IFAS-EFAS SWOT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| IFAS  EFAS | Strength   1. Manajemen Organisasi Pengelola Zakat transparan dalam pengelolaan dana zakat 2. Pengelolaan dana zakat oleh Manajemen Organisasi Pengelola Zakat dapat dipertanggungjawabkan (akuntabel) 3. Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki pengetahuan memadai tentang zakat, infaq, dan sedekah 4. Kualitas SDM mumpuni dalam pengelolaan dana zakat 5. Program yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat 6. Setiap program dilakukan proses monitoring dan evaluasi 7. Memberikan pelayanan yang baik (ramah, sopan, dan santun) 8. Rutin melakukan sosialisasi dan edukasi ke masyarakat 9. Pengelolaan dana zakat sesuai syariat Agama   Bobot 1.039 | Weakness   1. Manajemen Organisasi Pengelola Zakat profesional dan terpercaya 2. Memiliki sistem kordinasi jaringan antar kantor yang baik 3. Memiliki sistem birokrasi organisasi yang efektif 4. Memiliki kelengkapan sarana kerja yang sesuai standar 5. SDM mendapatkan pelatihan *skill* dan *soft skill* secara berkala 6. Program yang dibuat kreatif dan inovatif 7. Memiliki pelayanan yang cepat dan responsif 8. Prosedur pelayanan efektif dan tidak birokratis 9. Memiliki sistem IT yang memadai 10. Organisasi pengelola zakat memiliki standar manajemen mutu 11. Melakukan pembaharuan database muzakki dan mustahik secara berkala   Bobot 1.041 |
| Opportunity   1. Adanya regulasi zakat (UU No 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Shadaqah) 2. Populasi penduduk muslim di Indonesia 3. Potensi dana zakat di Indonesia 4. Dukungan dan komitmen pemerintah 5. Kondisi sosial ekonomi masyarakat 6. Pemanfaatan teknologi dan sistem informasi (IT) 7. Perluasan jaringan organisasi (kerjasama dengan pihak lain) 8. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap organisasi pengelola zakat 9. Kepuasan masyarakat dalam menerima pelayanan oleh organisasi pengelola zakat 10. Kemampuan organisasi pengelola zakat memanfaatkan media sosial   BOBOT 1.251 | 1. Adanya sistem tranparansi dengan pemanfaatan teknologi (S2, S4, S7, O1, O2, 03) 2. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan (S4, S7, O4, O6) 3. Mempertahankan citra lembaga yang profesional dan terpercaya (S1, S2, O5)   BOBOT 2.290 | 1. Meningkatkan sosialisasi (W1, O1, O2, O3) 2. Memberikan pendidikan & pelatihan SDM (W2, W3, O1)   BOBOT 2.292 |
| Threat   1. Perkembangan teknologi dan sistem informasi (IT) 2. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang zakat 3. Kesadaran masyarakat membayar zakat 4. Kepatuhan masyarakat dalam membayar zakat di lembaga resmi 5. Tidak adanya sanksi terhadap masyarakat yang tidak bayar zakat 6. Partisipasi masyarakat dalam mendukung program organisasi pengelola zakat 7. Peran tokoh masyarakat mendorong pembayaran zakat melalui lembaga resmi 8. Organisasi pengelola zakat memiliki lokasi kantor yang strategis 9. Persaingan antar organisasi pengelola zakat (BAZ dan LAZ) 10. Perkembangan lembaga keuangan syariah (bank dan lembaga keuangan lain)   BOBOT 0.866 | 1. Meningkatkan sebuah promosi (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, T3, T4) 2. Strategi *fundraising* online (S2, T1, T2)   BOBOT 1.905 | 1. Memperbaiki kapasitas, etos kerja, serta kinerja lembaga dan karyawan (W2, W3, T3, T4) 2. Melakukan sosialisasi (W1, T1, T2).   BOBOT 1.907 |

Sumber: Hasil Penelitian (diolah 2022)

### 

### Tahap Keputusan

Pada tahap keputusan ini, dengan menyajikan ringkasan dari hasil perumusan matriks IFAS-EFAS, dengan berdasarkan strategi SO, ST, WO, dan WT, maka dilakukannya pembobotan penilaian guna menentukan skala prioritasnya. Susunan strategi alternatif ini berdasarkan urutan prioritasnya, yang didapat dari pembobotan matriks interaksi SWOT disajikan pada tabel 4.10.

Tabel 4. 1 Pembobotan Hasil Kuesioner SWOT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pembobotan Hasil SWOT** | | |
|  | S = 1.039 | W = 1.041 |
| O = 1.251 | SO = 2.290 | WO = 2.292 |
| T = 0.866 | ST = 1.905 | WT = 1.907 |

Sumber: Data Diolah (2022)

Dari hasil pembobotan kuesioner, maka dilakukan penyusunan prioritas strategi berdasarkan kombinasi strategi yang mempunyai nilai paling tinggi sampai yang paling rendah.

Tabel 4. 2 Urutan Alternatif Strategi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Prioritas | Strategi | Bobot Nilai |
| I | *(WO) Weakness – Opportunity* | 2.292 |
| II | *(SO) Strength – Opportunity* | 2.390 |
| III | *(WT) Weakness – Threat* | 1.907 |
| IV | *(ST) Strength – Threat* | 1.905 |

Sumber: Hasil Matriks IFAS-EFAS (2022)

Hasil interaksi IFAS – EFAS dimana menghasilkan sebuah alternatif strategi yang mendapat bobot paling tinggi yaitu *Weakness – Opportunity* (WO), hal ini diartikan sebagai strategi dengan meminimalkan faktor kelemahan untuk memanfaatkan peluang/kesempatan yang telah ada. Sehingga kondisi ini sangat menguntungkan bagi Organisasi Pengalola Zakat (OPZ) di Jabodetabek, karena dilihat dari sisi faktor internal, Organisasi Pengalola Zakat (OPZ) di Jabodetabek memiliki faktor kelemahan yang tidak lebih besar dari pada faktor kekuatan, dan dari sisi faktor eksternal, peluang yang ada jauh lebih besar dari pada ancaman dalam rangka mengoptimalkan pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah.

## 

## Pembahasan Hasil

Langkah awal dalam menentukan sebuah strategi yaitu perhitungan IFAS dan EFAS bahwasannya faktor yang paling dominan pada bagian kekuatan berdasarkan skor pada tabel IFAS dengan skor 0.114 adalah program Pengelolaan dana zakat oleh Manajemen Organisasi Pengelola Zakat dapat dipertanggungjawabkan (akuntabel) dan Program yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sebagaimana sejalan dengan penelitian Istiqomah dan Fauzi (Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2021) dalam hasilnya menjelaskan salah satu upaya untuk pengelolaan dalam mengembangkan program zakat yaitu dilakukan dengan membuat program sebagai kegiatan pemberdayaan masyarakat (program pendistribusian zakat).

Selanjutnya dari sisi kelemahan yang memiliki skor dominan yaitu dengan nilai 0.105 yaitu Memiliki pelayanan yang cepat dan responsif dan Memiliki sistem IT yang memadai. Dalam melakukan *fundraising* pelayanan yang diberikan karyawan ke *muzakki* harus dijaga kualitasnya, karna jika memiliki kualitas yang buruk akan berpengaruh terhadap kepercayaan *muzakki* ke lembaga. Kualitas pelayanan harus juga diimbangi dengan sistem IT yang memadai untuk menambah kepercayaan muzakki kepada lembaga. Hal tersebut harus terpenuhi karena mempengaruhi tingkat kepercayaan *muzakki* ke lembaga. Sebagaimana disampaikan oleh Riyani (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepercayaan *muzakki* ke lembaga. Hal tersebut merupakan bagian dari kelemahan yang ada sehingga manajemen *fundraising* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan *muzakki*.

Dari hasil EFAS dapat diketahui bahwa faktor yang memiliki skor tertinggi pada bagian peluang ini mempunyai skor sebesar 0.152 adalah Adanya regulasi zakat (UU No 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Shadaqah) dan Pemanfaatan teknologi dan sistem informasi (IT). Dengan adanya potensi zakat yang sangat besar sangat kuat kenberadaan lembaga dengan didukung komitmen pemerintah dengan adanya kebijakan yang memayungi operasional lembaga, seperti peraturan dan undang-undang. Disamping itu, perkembangan tekonologi informasi lembaga dapat memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya. Karena dengan adanya teknologi lembaga memanfaatkannya untuk membantu menyebarluaskan pengetahuan tentang zakat, dengan hal tersebut membuat masyarakat akan sadar untuk berzakat. Lalu juga bisa meningkatkan pendapatan dana lembaga. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Bara dan Fariz (Jurnal *International Seminar of Islamic Studies*, 2022) dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, infak, sedekah lembaga zakat perlu mengembangkan teknologi digital. Teknologi sangat penting untuk pengembangan dana zakat dan hal positif lainnya.

Selanjutnya adalah memanfaatkan peluang dan kesempatan melalui media sosial. Dalam melaksanakan kegiatan pengelolaan zakat, khususnya dalam *fundraising* tidak hanya melalui *offline* namun juga adanya *fundraising online*. *Fundraising online* ini biasanya dilakukan melalui media social. Dengan adanya *fundraising online* ini sangat membantu penerimaan dana disuatu lembaga dan dapat mendorong operasional lembaga. Hal ini pun sebagaimana dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyono, dkk (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2022) dalam penelitiannya bahwa dalam penghimpunan dana zakat, infak, sedakah menggunakan strategi digital *fundraising*, dimana hal tersebut menggunakan media sosial berupa *email marketing* lalu promosi menggunakan *whatsapp*. Media sosial berperan penting dalam penghimpunan dana, dan media sosial juga berperan penting dalam hal positif lainnya.

Dalam faktor ancaman, yang memiliki faktor dominan yaitu dengan skor sebesar 0.073 yaitu Kepatuhan masyarakat dalam membayar zakat di lembaga resmi dan Peran tokoh masyarakat mendorong pembayaran zakat melalui lembaga resmi. Sedangkan faktor yang memiliki skor tertinggi yaitu dengan skor 0.113 adalah Pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang zakat. Hal tersebut merupakan ancaman yang dominan bagi organisasi pengelola zakat di Indonesia. Penyebab karena jika masyarakat tidak paham akan hal zakat, tidak bisa dipungkiri bahwasannya masyarakat tersebut juga tidak memiliki kesadaran dalam berzakat atau bisa menjadi penyebab masyarakat tidak mau menyalurkan zakatnya melalui lembaga resmi. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Sujana (Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, 2020) menjelaskan bahwa suatu hal yang menjadi problematika zakat ialah masih minimnya pengetahuan serta pemahaman umat Islam tentang zakat. Hal ini menuntut agar visi misi tentang zakat juga harus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang ada.

Setelah mengetahui nilai IFAS dan EFAS maka langkah selanjutnya yaitu dilakukannya matriks SWOT, dimana matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menata faktor-faktor strategi lembaga, dan dengan matriks SWOT ini agar mengetahui strategi apa yang harus diambil.

Berdasarkan matriks SWOT, adanya 4 set kemungkinan alternatif strategi, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength* – *Opportunity*)

Menurut Rangkuti (2014) adanya strategi ini dibuat dengan berdasarkan jalan pikiran suatu perusahaan/lembaga, yaitu dengan melakukan pemanfaatan seluruh kekuatan untuk bisa memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Sehingga hasil dari matriks SWOT yang sudah didapatkan ini dari perumusan strategi SO yang merupakan perpaduan antar faktor kekuatan dan peluang dengan alternatif yaitu, sebagai berikut:

1. Adanya Sistem Tranparansi Dengan Pemanfaatan Teknologi

Adanya sistem transparansi merupakan hal terpenting guna masyarakat percaya dengan lembaga, teknologi yang semakin canggih ini dalam menjalankan sistem transparansi salah satu contohnya yaitu, membuat laporan keuangan di web resmi lembaga, dengan begitu donatur yang berdonasi bisa percaya dengan lembaga tersebut.

1. Mempertahankan dan Meningkatkan Kualitas Layanan

Salah satu peluang yang dipilih responden yaitu *muzakki* puas dengan layanan lembaga, adanya hal tersebut lembaga harus bisa mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan ke *muzakki* atau calon *muzakki*. Dengan begitu, hal tersebut menjadi peluang untuk lembaga agar bisa memanfaatkan menjadi kekuatan.

1. Mempertahankan Citra Lembaga yang Professional dan Terpercaya

Dalam kondisi persaingan pada saat ini, setiap perusahaan/lembaga harus bisa bahkan mampu bertahan, dan harus tetap berkembang. Salah satu hal yang penting dan perlu dilakukan oleh lembaga yaitu mempertahan *muzakki* yang ada, mempertahankan kerja sama dengan instansi/perusahaan, sehingga tidak ada kejadian donator yang menjadi bagain dari lembaga tersebut menjadi donator lembaga lain.

1. Strategi ST (*Strength* – *Threath*)

Dalam strategi ST ini merupakan strategi dalam menggunakan faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan/lembaga untuk bisa mengatasi sebuah ancaman (Rangkuti, 2014). Memberikan alternatif yaitu:

1. Meningkatkan Sebuah Promosi

Organisasi pengelola zakat harus merupakan lembaga yang sudah tersertifikasi untuk melihat dan memastikan sebagai sebuah lembaga yang professional dan terpercaya, maka dari itu strategi yang harus dilakukan yaitu meningkatkan sebuah promosi menggunakan media sosial atau perantara lain merupakan hal yang harus dilakukan.

1. Strategi *Fundraising Online*

Di era digital ini Organisasi pengelola zakat dalam melaksanakan *fundraising* perlu adanya pemanfaatan sebuah teknologi, karena akan adanya kemudahan dalam melakukan sosialisasi mengenai lembaga atau pengetahuan tentang zakat. Hal tersebut bisa dilakukan melalui media sosial, melihat penggunaan internet yang semakin beragam di dunia khususnya Indonesia, hal tersebut sangat membantu untuk hal ini.

1. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*)

Strategi WO atau *weakness opportunity* merupakan penggabungan dari faktor kelemahan dan faktor peluang, dan menurut (Rangkuti, 2014) strategi ini diterapkan dengan berdasarkan pemanfaatan peluang yang sudah ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang telah ada. Memberikan alternatif yaitu:

1. Meningkatkan Sosialisasi

Pada saat ini, perkembangan teknologi di Indonesia sangat pesat. Hal tersebut bisa membantu dalam hal sosialisasi mengenai lembaga atau pengetahuan tentang zakat dan pentingnya untuk berzakat. Bisa dilakukan melalui seminar-seminar yang dilakukannya secara online, atau bisa menggunakan sosial media contohnya membuat video mengenai pengetahuan tentang zakat. Hal tersebut bisa memperluas edukasi yang diberikan untuk masyarakat.

1. Memberikan Pendidikan dan Pelatihan SDM

Dalam mengingkatkan kualitas sumber daya manusia dan kualitas layanan ke *muzakki*, bisa menggunakan dengan cara mengikuti sebuah pelatihan. Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat, sehingga adanya pelatihan online untuk karyawan yang ingin meningkatkan kualitas yang dimiliki

1. Strategi WT (*Weakness – Threath*)

Menurut pendapat (Rangkuti, 2014) strategi WT didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensit dan ditujukan untuk meminimkan kelmahan yang telah ada serta menghindari sebuah ancaman.

1. Meperbaiki Kapasitas, Etos Kerja, Serta Kinerja Lembaga

Dengan memperbaiki hal tersebut, kualitas yang dimiliki karyawan akan terus terjaga sehingga bisa meminimalisir persaingan antar lembaga karena memiliki kualitas SDM yang bagus, dan hal tersebut bisa membuat masyarakat sedikit demi sedikit percaya ke lembaga resmi dan berdonasi dilembaga resmi.

1. Melakukan Sosialisasi

Potensi yang dimiliki oleh Organisasi pengelola zakat dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang berzakat. Hal yang perlu dilakukan agar masyarakat lebih mengenal tentang Organisasi pengelola zakat yaitu dengan melakukan sosialisasi. Dengan memperluas sosialisasi adanya kemungkinan masyarakat dapat meningkat pengetahuan tentang zakat, dan adanya kesadaran untuk berzakat.

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka strategi yang diambil menggunakan strategi SO (*Strength Opportunity*) berdasarkan hasil pembobotan IFAS dan EFAS, hal ini berfokus dan memaksimalkan kekuatan untuk mencapai peluang yang ada. Sehingga bisa dilakukan dengan 3 cara yaitu, adanya sistem tranparansi dengan pemanfaatan teknologi; mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan; dan mempertahankan citra lembaga yang professional dan terpercaya. Setelah penerapan strategi SO baru kemudian mempertimbangkan untuk melakukan strategi lainnya sesuai dengan hasil pembobotan IFAS dan EFAS. Atau hal tersebut bisa diambil kebijakan oleh masing-masing Organisasi pengelola zakat berdasarkan kebutuhan di lapangan.

**Saran**

Setelah mengetahui faktor apa yang menjadi ancaman bagi organisasi pengelola zakat yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang berzakat. Untuk meminimalisir hal tersebut, organisasi pengelola zakat bisa memanfaatkan sebuah teknologi melalui perantara yaitu media sosial. Selain itu, diharapkan organisasi pengelola zakat menambah kualitas dan kuantitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang kompeten dibidangnya, misalnya mampu menjelaskan dasar-dasar zakat lalu mampu menjelaskan program apa saja yang dimiliki oleh organisasi pengelola zakat, sehingga mampu melakukan sosialisasi yang lebih intensif kepada muzakki demi meningkatkan pengetahuan tentang berzakat maupun mengenai lembaga.

**DAFTAR PUSTAKA**

Norvadewi (2012). Optimalisasi Peran Zakat dalam Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia. Jurnal Mazahib, Vol. 10 No. 1 tahun 2012

Adiwarman Karim, dan A. Azhar Syarief (2009). Fenomena Unik Dibalik Menjamurnya Lembaga Amil Zakat di Indonesia. Jurnal Gagasan dan Pemikiran, Vol. 1 Tahun 2009

<http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/16/03/23/o4hpuw313-2-alasan-belum-maksimalnya-potensi-zakat>

[4] <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/15/12/11/nz6205384-capaian-zakat-nasional-masih-satu-persen>

Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat

Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Zakat Infaq dan Sedekah

Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2014 Tentang Penerapan UU No. 23 Tahun 2011

Mustholih Siraj (2014). Jalan Panjang Legislasi Syariat Zakat di Indonesia: Studi Terhadap UU No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. Jurnal Bimas Islam, Vol. 7 No. 3 Tahun 2014

Djubaidi, Fadly M, (2015). Kajian Hukum terhadap Keberadaan Lembaga Zakat di Indonesia. Jurnal Lex et Societatis, Vol. 3 No. 9 Oktober 2015

Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama