

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam agama Islam terdapat yang namanya aktivitas penyaluran harta berupa infaq, zakat, sedekah dan juga wakaf, yang dimana ummat menyalurkan harta yang dimiliki kepada suatu lembaga terkait, kemudian harta itu dikelola dan dibagikan kepada masyarakat yang membutuhkan dengan tujuan untuk kesejahteraan umat. Zakat, infaq, sedekah dan wakaf merupakan bagian dari dana umat dan merupakan salah satu pilar penting dalam agama Islam yang berkaitan dengan harta benda yang tidak hanya bercorak agama pun juga sosial dan ekonomi. (Hasan, 2005) Dalam pandangan Islam tepatnya dalam surah at-Taubah ayat 103 yaitu :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (التوبة: 103)

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah maha mendengar lagi maha mengetahui” (QS. at-Taubah :103)

Menurut penafsiran Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa’di (seorang mufasir terkemuka abad ke-14 Hijriah) dalam kitab *Tafsir as-Sa’di*, Allah SWT memberikan perintah kepada Rasul-Nya dan pemimpin yang menggantikan posisi beliau untuk mengambil zakat wajib (*zakāt*) dari harta orang-orang Mukmin. Zakat ini berfungsi sebagai sarana penyucian jiwa dari dosa dan akhlak tercela, sekaligus meningkatkan kualitas akhlak mulia serta amal saleh mereka. Proses ini tidak hanya mendatangkan pahala di dunia dan akhirat, tetapi

juga menjadi sebab keberkahan harta. Selanjutnya, perintah “berdoalah untuk mereka” dimaknai sebagai seruan untuk mendoakan kaum Mukmin secara umum, terutama mereka yang telah menunaikan zakat. Doa tersebut memiliki dampak psikologis-spiritual berupa ketenangan hati dan kebahagiaan bagi penerimanya. Dalam konteks ketuhanan, Allah digambarkan sebagai Yang Maha Mendengar (menerima doa) dan Maha Mengetahui (niat serta keadaan hamba), sehingga balasan-Nya bersifat proporsional sesuai amal dan niat tiap individu. (As-Sha’di, 2010)

Secara praktik, Nabi Muhammad SAW mengimplementasikan perintah ini dengan menetapkan sistem zakat, mengutus petugas (*amil*) untuk mengumpulkannya, serta mendoakan keberkahan bagi siapa saja yang menyerahkan zakat dengan ikhlas. Dengan demikian, zakat tidak hanya menjadi kewajiban finansial, tetapi juga simbol integrasi antara dimensi spiritual (penyucian diri) dan sosial (solidaritas umat) dalam Islam. (Abdurrahman, 2015)

Ayat ini menegaskan dasar kewajiban zakat (*zakat mal*) yang berlaku universal pada seluruh kategori kekayaan (*amwāl*), dengan kriteria yang berbeda berdasarkan sifat dan tujuan kepemilikan. Pada aset komersial (*amwāl tijāriyyah*), kewajiban zakat bersifat eksplisit karena sifatnya yang dinamis memiliki potensi pertumbuhan ekonomi (*numuww iqtisādī*) dan akumulasi profit (*riḥh*). Dalam perspektif keadilan syariah (*al-‘adālah al-māliyyah*), zakat pada harta niaga berfungsi sebagai mekanisme redistribusi kekayaan untuk memberikan kontribusi sosial (*al-takāful al-ijtimā’ī*) kepada mustahik, sesuai

ketentuan fikih muamalah. Adapun aset non-komersial seperti komoditas pertanian (*ḥubūb*), hasil perkebunan (*thamarāt*), atau hewan ternak (*bahīmat al-an‘ām*), kewajiban zakat hanya berlaku jika memenuhi kriteria *an-nama* (pertumbuhan intrinsik), seperti ternak yang dipelihara untuk berkembang biak (*tanāsud*) atau tanaman yang ditanam untuk panen. Jika aset tersebut dimiliki secara statis (*sukūn mālī*) tanpa tujuan produktif hanya sebagai kepemilikan konsumtif (*milḥ mahḍ li al-intifā‘*) maka ia dikeluarkan dari kategori harta wajib zakat. Hal ini didasarkan pada prinsip syariah bahwa zakat hanya dibebankan pada kekayaan yang memiliki kapasitas generatif (*qudrah ‘alā al-takāthur*) atau dimanfaatkan untuk tujuan finansial aktif (*ghāyah iqtisādiyyah fa‘‘ālah*). Dengan demikian, esensi zakat sebagai kewajiban fiskal-religius (*farīdah māliyyah-ta‘abbudiyyah*) terikat pada konteks fungsionalisasi harta dalam ekosistem ekonomi, bukan sekadar status kepemilikannya. (Abdurrahman, 2015)

Dari ayat ini juga dapat dipahami bahwa harta benda adalah mutlak milik Allah SWT, sedangkan manusia hakikatnya hanyalah penerima titipan. Karena harta hanyalah sebagian amanah dari Allah SWT, maka selayaknya pengelolaan harta harus sesuai dengan kehendak pemiliknya, yakni Allah SWT. (Sani, *urur Menghimpun Fulus, Manajemen Zakat Berbasis Masjid*, 2010.)

Selain ayat al-qur‘an terdapat hadist yang diriwayatkan oleh Bukhori dan Muslim, tentang tahapan dakwah rasullulah yaitu hadis yang diriwayatkan Sunan Abu Daud nomor 1351, adapun hadis ini berkaitan dengan kisah Muadz bin jabal yang diutus ke yaman untuk memerangi orang yang bermaksiat dan

mengajari serta berdakwah tentang Islam di kota yaman. Dalam hadis ini Rasulullah berpesan kepada Mu'adz soal strategi dan tahapan dakwahnya di Yaman, sebagaimana dikisahkan oleh Ibnu 'Abbas Ra.

إِنَّكَ تَأْتِي قَوْمًا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ، فَلْيَكُنْ أَوَّلَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ شَهَادَةُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ - وفي رواية: إِلَى أَنْ ((

يُوحِدُوا اللَّهَ - فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوكَ لِذَلِكَ فَأَعْلِمْهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوكَ

لِذَلِكَ فَأَعْلِمْهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً تُؤْخَذُ مِنْ أَعْيَانِهِمْ فَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوكَ لِذَلِكَ فَإِيَّاكَ وَكَرَائِمَ

أَمْوَالِهِمْ، وَاتَّقِ دَعْوَةَ الْمَظْلُومِ فَإِنَّهُ لَيْسَ بَيْنَهَا وَبَيْنَ اللَّهِ حِجَابٌ

(رواه بخارى ومسلم)

Artinya: “Sungguh kamu akan mendatangi orang-orang ahli kitab (Yahudi dan Nasrani) maka hendaklah pertama kali yang harus kamu sampaikan kepada mereka adalah syahadat La Ilaha Illallah –dalam riwayat yang lain disebutkan: “supaya mereka mentauhidkan Allah”- jika mereka mematuhi apa yang kamu dakwahkan, maka sampaikan kepada mereka bahwa Allah telah mewajibkan kepada mereka shalat lima waktu dalam sehari semalam, jika mereka telah mematuhi apa yang telah kamu sampaikan, maka sampaikanlah kepada mereka bahwa Allah telah mewajibkan kepada mereka zakat, yang diambil dari orang-orang kaya di antara mereka dan diberikan kepada orang-orang yang fakir. Dan jika mereka telah mematuhi apa yang kamu sampaikan, maka jauhkanlah dirimu dari harta pilihan mereka, dan takutlah kamu dari doanya orang-orang yang teraniaya, karena sesungguhnya tidak ada tabir penghalang antara doanya dan Allah.” (HR: Bukhari dan Muslim).

Kitab *Al-Mulakhkhas fii Syarh Kitabit Tauhid* memaparkan bahwa Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam memberikan arahan metodologis terstruktur kepada Mu'adz bin Jabal Radhiyallahu anhu ketika mengutusnyanya ke Yaman pada tahun 10 Hijriyah sebagai utusan dakwah dan pendidikan keagamaan. Nabi menegaskan perlunya strategi matang dalam berinteraksi dengan komunitas Ahlul Kitab (Yahudi dan Nasrani), yang dikenal cerdas dan

mahir berdebat, guna meluruskan pemahaman keliru (syubhat) mereka. Pendekatan dakwah yang diterapkan bersifat bertahap (*marātib al-da'wah*), dimulai dari pemurnian akidah (*iṣlāḥ al-'aqīdah*) sebagai dasar epistemologi dan ontologi Islam, mengingat keabsahan seluruh ibadah bergantung pada kebenaran akidah. Setelah masyarakat menerima konsep tauhid, Mu'adz diperintahkan mengajarkan shalat sebagai wujud ketundukan mutlak (*'ubūdiyyah*) kepada Allah dan inti ritual ibadah, kemudian menegaskan kewajiban zakat bagi muzakki (pemilik harta) untuk mendistribusikan kekayaan secara syariah kepada mustahik (penerima zakat). Langkah ini sekaligus berfungsi menyucikan harta (*tazkiyat al-māl*) dan memperkuat kohesi sosial (*ta'āwun ijtīmā'ī*). (Nashiruddin, 2010)

Nabi secara tegas mengingatkan Mu'adz agar tidak memungut aset bernilai tinggi dalam zakat, melainkan mengambil harta berstatus moderat (*al-wasaṭ*) sesuai standar syariat, guna mencegah penyalahgunaan atau eksploitasi. Pada tahap akhir, Mu'adz diperintahkan untuk menegaskan prinsip keadilan sosial (*iqāmat al-'adl*) dan menjauhi segala bentuk penindasan (*ẓulm*), dengan penekanan bahwa doa korban kezaliman (*du'ā' al-maẓlūm*) memiliki kedudukan istimewa dan cepat dikabulkan di hadapan Allah Azza wa Jalla. Secara menyeluruh, petunjuk ini mencerminkan metodologi dakwah Rasulullah yang adaptif, sensitif terhadap dinamika sosio-kultural masyarakat, serta memadukan aspek ketuhanan (seperti tauhid dan ibadah) dengan dimensi kemanusiaan (seperti keadilan dan zakat) dalam mewujudkan tatanan masyarakat yang berperadaban (*ḥaḍārah insāniyyah*). (Abdul Baqi, 2017)

Hadis ini menguraikan tiga tahapan metodologis dalam mendakwahkan Islam kepada individu berpendidikan yang belum mendapat bimbingan agama. Pertama, karena akidah (*iman*) merupakan pondasi utama, langkah awal harus dimulai dengan memperbaiki pemahaman tauhid mereka. Kedua, setelah akidah tertanam, mereka diajak untuk konsisten menunaikan shalat sebagai kewajiban terpenting setelah pengesaan Allah (*tauhid*). Ketiga, tahap berikutnya adalah mengarahkan kalangan mampu (*aghniyā'*) untuk menunaikan zakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan solidaritas ekonomi. (Nashiruddin, 2010)

Penekanan untuk menghindari pengambilan harta berkualitas tertinggi juga mencerminkan kebijaksanaan Nabi dalam menjaga keseimbangan sosial dan menghormati kepemilikan harta yang sah. (Ismail, 2019)

Dari ayat 103 at-Taubah dan dari hadist diatas hal ini sejalan dengan sesuatu yang disebut pengumpulan dana atau sering disebut *Fundraising*, hal ini merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting bagi sebuah lembaga amil zakat, Infak, sedekah, dan wakaf. Kegiatan penggalangan dan penghimpunan dana sangat penting untuk memastikan kelanjutan dari suatu program dan operasional lembaga-lembaga yang bergerak dibidang perzakatan. (As-Sha'di, 2010)

Keberhasilan penggalangan dana memegang peran krusial dalam menentukan keberlangsungan hidup suatu lembaga sosial. Penurunan jumlah dana yang terkumpul atau habisnya sumber pendanaan menjadi indikator lemahnya kondisi institusi tersebut. Pada konteks lembaga zakat, infaq, dan

shadaqah, efektivitas *Fundraising* sangat bergantung pada keterampilan persuasi individu, organisasi, atau korporasi dalam menyampaikan nilai donasi kepada komunitas muslim, sekaligus membangun kesadaran dan dorongan untuk berbagi harta. Tanpa upaya sistematis dalam menggalang dana, mustahil bagi lembaga pengelola zakat, infak, dan sedekah (ZIS) untuk merealisasikan program-program sesuai visi mereka. Oleh karena itu, setiap lembaga sosial perlu menerapkan strategi unik dalam menarik partisipasi donatur, baik melalui pendekatan emosional, transparansi, maupun inovasi program, agar masyarakat terdorong berkontribusi secara berkelanjutan. (Sutisna, 2006)

Pelaksanaan kegiatan *Fundraising* membutuhkan pendekatan terstruktur melalui strategi yang matang. Alfred Chandler menjelaskan bahwa strategi adalah suatu proses merumuskan tujuan, merancang langkah-langkah konkret, serta mengatur distribusi sumber daya agar tujuan tersebut tercapai. Di sisi lain, Kenneth Andrew mendeskripsikan strategi sebagai kerangka yang merangkum tujuan, sasaran, kebijakan, dan rencana operasional. Lebih jauh, strategi dapat dimaknai sebagai rangkaian aksi terpadu dan sinergis untuk memaksimalkan potensi inti perusahaan sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif. Kesuksesan perusahaanyang tercermin dari daya saing strategis dan tingkat profitabilitasbergantung pada kemampuannya mengembangkan kompetensi inti baru secara lebih cepat daripada pesaing, sehingga mempersulit pihak lain untuk meniru keunggulan yang telah dibangun. (Rachmat, 2014)

Fundraising secara konseptual memiliki definisi yang beragam menurut para ahli. Hafidhuddin mengartikannya sebagai kegiatan terorganisir dalam

mengumpulkan dana filantropi Islam (seperti zakat, infaq, dan sedekah) dari masyarakat, yang kemudian dialokasikan untuk memberdayakan mustahik melalui program-program yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan sosial-ekonomi. Sementara itu, Marwing menegaskan bahwa *Fundraising* tidak hanya sekadar mengumpulkan dana, tetapi juga mencakup penghimpunan sumber daya fisik maupun nonfisik dari publik, yang digunakan untuk mendukung keberlanjutan operasional dan pengembangan strategis organisasi. Dari kedua pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Fundraising* merupakan proses menggalang dana dan sumber daya lain dari masyarakat, yang hasilnya dialokasikan kembali untuk kepentingan masyarakat maupun pertumbuhan organisasi. (Michael Allison, 2005)

Jadi strategi *Fundraising* dalam konsep penghimpunan dana adalah upaya yang direncanakan secara matang untuk mengumpulkan atau mencari pendanaan untuk melaksanakan suatu kegiatan. Harus ada bukti bahwa penggalangan dana merupakan upaya menghimpun sumbangan baik materi maupun non materi dari masyarakat. Menurut salah satu ahli yaitu, Sargeant berpendapat bahwa Strategi *Fundraising* yang biasa digunakan oleh organisasi pelayanan sosial, meliputi yaitu: yang pertama adalah *Dialogue Fundraising*. Strategi yang dilakukan dengan berdialog langsung atau beratap muka dalam pencarian sumber dana yang dilakukan oleh penggalang dana di organisasi pelayanan sosial, kemudian ada strategi *Corporate Fundraising*. Strategi yang dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan. Strategi yang diterapkan seperti; *Cause Related Marketing* (CRM), promosi bersama,

pengajuan proposal. Yang ketiga ada *Multichannel Fundraising*. Strategi dengan menggunakan keberagaman media dan saluran seperti; penggunaan website secara online, melalui telepon, serta komunitas. Dan terakhir strategi *Retention and development donor*. Strategi dalam mempertahankan loyalitas donatur dan pengembangan donatur, seperti; membangun hubungan dengan donatur dan penciptaan pelayanan kepada donatur. (Nurliana et al, 2016)

Di Provinsi Sumatera Barat, potensi dari zakat, infaq, sedekah dan wakaf ini bisa dikatakan mempunyai peluang yang besar. Namun tingkat penggalangan dana yang berjalan masih sangat rendah. Menurut salah satu ketua BAZNAS Provinsi Sumatra Barat potensi zakat di Provinsi Sumbar itu sangat besar, bisa mencapai Rp. 4.3 triliun per tahun, akan tetapi secara nyata hal ini belum terkelola secara maksimal, statistik di lapangan tentang pendanaan seperti zakat, infaq, sedekah, dan juga wakaf yang telah berhasil dikumpulkan oleh sebuah organisasi yaitu Badan Amil Zakat Kota Padang tepatnya di tahun 2022 dari potensi yang ada baru sekitar Rp. 435 miliar yang terkelola dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa hanya ada 10 persen dana yang terkumpul dari total populasi muslim yang ada di Sumatra Barat.

Selain BAZNAS Sumatera Barat yang bertugas menjadi lembaga ZISWAF nasional di Provinsi Sumatera Barat, terdapat beberapa lembaga sosial lain yang mempunyai visi dan juga yang mirip dengan lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), salah satunya yaitu Lembaga Dompot Dhuafa Singgalang, lembaga ini adalah salah satu cabang dari lembaga yang serupa

yaitu Dompot Dhuafa Republika (DD) lembaga ini telah menerapkan konsep *Fundraising* sebagai aktivitas utamanya.

Dengan fakta yang ada di lapangan LAZ Dompot Dhuafa Singgalang atau bisa disebut DDS merupakan, salah satu lembaga yang sangat aktif dalam proses penghimpunan dan penyaluran dana ZISWAF kepada masyarakat di Provinsi Sumatera Barat, berdasarkan laporan resmi yang dikeluarkan oleh LAZ Dompot Dhuafa Singgalang, selama empat tahun belakangan ini tepatnya pada tahun 2020, 2021, 2022, 2023 dan 2024 dana donasi yang berhasil dikumpulkan oleh LAZ Dompot Dhuafa Singgalang kurang konsisten, adapun laporan keuangannya sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penghimpunan Dana Donasi 2020-2024

No	Tahun	Jumlah <i>Fundraising</i> (Dalam Miliar)
1	2020	Rp. 4.324.769.776
2	2021	Rp. 4.809.667.112
3	2022	Rp. 4.530.546.113
4	2023	Rp. 4.042.797.669
5	2024	Rp. 3.776.318.311

Sumber: Annual Report Dompot Dhuafa Singgalang Tahun 2020-2024, diakses melalui website pada 1 Januari 2025

Angka ini diperoleh dari penjumlahan dana dari beberapa aspek, antara lain zakat, infaq, dana qurban, wakaf, bagi hasil dan penerimaan lainnya, Dari data ini dapat dilihat bahwa selama tiga tahun terakhir terjadi kesenjangan yang

lumayan signifikan. Jika dianalisa pada tahun 2020 dana yang dihimpun oleh LAZ Dompot Dhuafa Singgalang ada di angka Rp. 4,324 miliar dan ditahun 2021 mengalami kenaikan hingga Rp. 4,809 miliar, bahkan di tahun 2021 LAZ Dompot Dhuafa Singgalang mendapat penghargaan peringkat satu ZISWAF FESyar tingkat Sumatera Barat dan Regional Sumatera. Hal ini menunjukkan betapa tinggi dan berhasilnya LAZ Dompot Dhuafa Singgalang dalam melakukan aktifitas *Fundraising*, namun di tahun 2022 LAZ Dompot dhuafa Singgalang mengalami penurunan dalam aktivitas *Fundraising*, ditahun ini LAZ Dompot Dhuafa Singgalang hanya menghimpun dana diangka Rp. 4,530 miliar dan penurunan ini juga berlanjut di tahun 2023 yang dimana LAZ Dompot Dhuafa Singgalang hanya memperoleh dana di angka Rp. 4,042 miliar saja, dan terakhir di tahun 2024 Dompot Dhuafa Singgalang hanya memperoleh dana di angka Rp. 3,776 miliar. Perbedaan kondisi ini tentu saja terjadi karena adanya strategi yang dibuat oleh LAZ Dompot Dhuafa Singgalang sehingga para donatur tetap mempunyai kepercayaan untuk menyalurkan hartanya kepada LAZ Dompot Dhuafa Singgalang.

Tinggi dan rendahnya jumlah penghimpunan tentu dilihat dari adanya strategi yang digunakan dalam aktivitas menghimpun dana lembaga penghimpun dana. Terlebih pada tahun 2021 Dompot Dhuafa Singgalang berhasil melakukan penghimpunan terbanyak, sehingga penulis tertarik mengkaji lebih dalam bagaimana strategi yang dilakukan sehingga lembaga bisa memperoleh angka yang tinggi pada tahun-tahun berikutnya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk mendalami permasalahan ini

dengan melakukan penelitian yang berjudul “ Strategi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Dalam Penghimpunan Dana Sosial Umat Di Provinsi Sumatera Barat ”.

B. Rumusan Masalah

Dari perumusan latar belakang yang telah dibuat, penulis mengambil rumusan masalah tentang Strategi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Dalam Penghimpunan Dana Sosial Umat di Provinsi Sumatera Barat ?

C. Batasan Masalah

Dari perumusan masalah yang ada dan karena luasnya objek yang akan diteliti dan agar pembahasan tidak melewati pokok pembahasan yang ada maka penulis akan membatasi masalah penelitian ini pada:

1. Penerapan strategi *Dialogue Fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.
2. Penerapan strategi *Corporate Fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.
3. Penerapan strategi *Multichannel Fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.
4. Penerapan strategi *Retention and development donor* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan diatas yang akan menjadi tujuan utama daripada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui penerapan strategi *Dialogue Fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi *Corporate Fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui penerapan strategi *Multichannel Fundraising* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.
4. Untuk mengetahui penerapan strategi *Retention and development donor* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang Sumatera Barat.

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah wawasan dan memperluas pemikiran hasanah ilmu pengetahuan dakwah bagi penulis khususnya, dan dapat dijadikan bahan studi banding bagi peneliti selanjutnya yang juga membahas masalah yang serupa.
2. Sebagai bahan masukan bagi penulis dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh pada Prodi Manajemen Dakwah (MD) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang
3. Memberikan informasi, pemikiran, dan sumbangan saran bagi lembaga Dompot Dhuafa Singgalang
4. Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) dalam program studi Strata Satu (S1) pada Prodi Manajemen Dawah (MD) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang.

F. Penjelasan Judul

Agar tidak kesalahan dalam memahami dan menganalisa judul penelitian ini maka penulis perlu menjelaskan beberapa istilah dalam judul tersebut yaitu:

Strategi Organisasi : strategi organisasi adalah suatu metode ataupun rancangan kerja yang digunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Dimana strategi menggabungkan tugas-tugas utama, alokasi sumber daya dan pelaksanaan tindakan yang terkoordinasi yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Fundraising : Penggalangan dana berarti penghimpunan atau penggalangan dana. Sedangkan penggalangan dana diartikan sebagai suatu upaya atau tata cara tindakan yang menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah dari masyarakat, baik masyarakat, kelompok, organisasi, maupun dunia usaha, untuk disalurkan dan digunakan bagi mustahik.

LAZ : Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

Jadi yang dimaksud dengan judul penelitian ini adalah mengenai strategi penghimpunan dana (*Fundraising*) sosial yang dilakukan oleh sebuah lembaga

amil zakat Dompot Dhuafa Singgalang di Sumatera Barat, yang meliputi *Dialogue Fundraising, Corporate Fundraising, Multichannel Fundraising*, dan *Retention and development donor*.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah dengan mengelompokan menjadi beberapa bab dan setiap bab saling berkaitan, sehingga bisa memudahkan penelitian, langkah-langkah penulis sebagai berikut:

BAB I : Merupakan pendahuluan yang berisikan tentang: Latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Penjelasan Judul, Sistematika Penulisan.

BAB II : Merupakan landasan teori yang berisikan tentang hal yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu mencakup, *Strategi Fundraising, Fundraising*, dan Dana Sosial yang di dalamnya termasuk ZISWAF.

BAB III : Merupakan metode penelitian yang berisikan: Metode dan Jenis Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Pengolahan Data.

BAB VI : Berisikan Hasil Penelitian yang merupakan pembahasan dari hasil penyusunan skripsi. Peneliti membahas tentang Strategi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Singgalang dalam penghimpunan dana sosial umat di provinsi Sumatera Barat yang didalamnya mencakup strategi *Dialogue Fundraising, corporate Fundraising*,

multichannel *Fundraising*, dan retention and development donor. Kemudian juga disajikan hasil analisa penulis.

BAB V : merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.

