

## **STRATEGI FUNDRAISING DANA ZAKAT DENGAN SISTEM QRIS DI BAZNAS KABUPATEN BANYUMAS**

### **ZAKAT FUNDRAISING STRATEGY WITH QRIS SYSTEM IN BAZNAS BANYUMAS REGENCY**

**Miftaakhul Amri**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: [miefaim@uinsaizu.ac.id](mailto:miefaim@uinsaizu.ac.id)

#### **Abstract**

*The purpose of this study is to see how far the implementation of the strategy of fundraising zakat funds using the QRIS system and how the flow of zakat payments through QRIS in BAZNAS Banyumas district. This research is a field research with a qualitative descriptive approach, and data collection is obtained from interviews and field observations. The results of the study show that the implementation of the fundraising and zakat strategy using QRIS at BAZNAS Banyumas goes through several stages, namely determining Muzakki's segments and targets, preparing human resources, building a communication system and compiling a service system. Not only that, BAZNAS Banyumas also runs a marketing communication strategy. That is by making interesting programs, creating feelings of empathy, collaborating with other companies, and providing the best service. To process zakat payments with QRIS, muzakki only need to scan the QR code for zakat payments at BAZNAS Banyumas, then follow the next payment steps. In a matter of minutes and without going to the BAZNAS Banyumas office, muzakki can pay their zakat whenever and wherever they are.*

**Keywords:** zakat fundraising strategy; zakat payment; qris sistem

#### **Abstrak**

*Tujuan penelitian ini untuk melihat sejauhmana penerapan strategi fundraising dana zakat menggunakan sistem QRIS dan bagaimana alur pembayaran zakat melalui QRIS yang ada di BAZNAS kabupaten Banyumas. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dan pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara serta observasi lapangan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi fundraising dan zakat menggunakan QRIS di BAZNAS Banyumas melalui beberapa tahapan yaitu Menentukan Segmen dan sasaran Muzakki, menyiapkan sumber daya manusia, membangun sistem komunikasi dan menyusun sistem pelayanan. Tidak hanya itu saja, BAZNAS Banyumas juga menjalankan strategi komunikasi marketing. Yaitu dengan membuat program yang menarik, menciptakan perasaan empati, bekerjasama dengan perusahaan lain, dan memberikan pelayanan sebaik baiknya. Untuk proses pembayaran zakat dengan QRIS, muzakki hanya perlu scan QR code pembayaran zakat BAZNAS Banyumas, kemudian mengikuti langkah-langkah pembayaran selanjutnya. Dalam hitungan menit dan tanpa mendatangi kantor BAZNAS Banyumas, muzakki bisa membayarkan zakatnya kapanpun dan dimanapun muzakki berada.*

**Kata kunci:** strategi fundraising zakat; pembayaran zakat; sistem qris

## A. PENDAHULUAN

*Fundraising* atau pengumpulan dana zakat merupakan proses menghimpun dana zakat yang dikeluarkan oleh para *muzakki* yang kemudian dikelola oleh badan atau lembaga amil zakat dan diberikan kepada *mustahiq* zakat. Dalam pengelolaan zakat, *fundraising* memiliki peranan yang cukup penting dalam mendukung terlaksananya program-program yang telah di buat oleh organisasi pengelola zakat. Selain itu, *Fundraising* berpengaruh terhadap maju mundurnya suatu organisasi pengelola zakat tersebut. Oleh karena itu pengelola zakat diharapkan memiliki kemampuan dalam mempengaruhi masyarakat yang sudah mampu agar membayarkan zakatnya.

Dalam *fundraising* terdapat beberapa kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi, yang dilakukan dengan cara memberitahu, mengingatkan, mendorong, membujuk atau merayu, termasuk memperkuat dan menekankan jika memungkinkan atau diizinkan. *Fundraising* erat kaitannya dengan keahlian individu, organisasi dan korporasi untuk membujuk dan mempengaruhi orang lain untuk meningkatkan kesadaran, kepedulian dan motivasi membayar zakat (Suparman, 2009). Mengingat proses penghimpunan zakat merupakan persoalan mendasar dalam pengelolaan Zakat, maka pihak yang berwenang untuk mengelola Zakat harus mampu meyakinkan umat Islam akan pentingnya Zakat.

UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat mengatur bahwa zakat dapat disalurkan melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Undang-undang tersebut memperkuat posisi BAZNAS sebagai pengumpul dana zakat. Salah satu BAZNAS tingkat Kabupaten yang ada di Indonesia yaitu BAZNAS kabupaten Banyumas, yang didirikan sesuai dengan Keputusan Bupati Banyumas No. 451/16 17/03, 22 November 2003, memiliki tugas penghimpun dan membagikan dana zakat, infaq, sedekah dan lainnya di wilayah Banyumas, dengan mengusung motto “*Berbuat Untuk Umat, Cepat, Tepat, Sesuai Syariat*”.

Pada tahun 2021 BAZNAS Banyumas berhasil memperoleh dana zakat sebesar 12,6 miliar, sedangkan untuk tahun 2022 BAZNAS Banyumas menargetkan perolehan dana zakat sebesar 15 miliar. Untuk mencapai target tersebut tentunya bukan hal yang mudah. BAZNAS Banyumas terus berupaya mengoptimalkan kinerjanya terutama pada sektor penghimpunan dana zakat.

BAZNAS Kabupaten Banyumas terus mengembangkan strategi penghimpunan dana (*fundraising*) zakat untuk mendukung terlaksananya program dan kegiatan operasional yang sudah dirancang dan target perolehan dana zakat yang telah ditetapkan. Terdapat dua metode penghimpunan yang di jalankan oleh BAZNAS kabupaten Banyumas, yaitu yang pertama penghimpunan langsung atau *offline*, berupa layanan jemput zakat dan layanan konter ZIS. Metode kedua adalah penghimpunan tidak langsung atau *online*, yaitu dengan cara transfer bank dan melalui QRIS.

Salah satu tantangan yang saat ini dihadapi oleh BAZNAS Banyumas yaitu dalam strategi *fundraising* dana zakat dengan sistem QRIS. *Quick Response Code Indonesian Standard* atau biasa disingkat dengan kata QRIS merupakan standarisasi pembayaran menggunakan kode QR yang ditetapkan Bank Indonesia untuk mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan. Sistem QRIS yang diterapkan dalam strategi *fundraising* di BAZNAS Banyumas saat ini belum optimal karena merupakan hal baru yang belum diketahui oleh masyarakat luas, sehingga perlu dilakukan sosialisasi secara masif dan terus menerus kepada masyarakat yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas khususnya bagi *muzakki* yang sudah terdaftar di BAZNAS Banyumas dan menjadi target prioritas dalam pengumpulan dana zakat. Dengan adanya sistem QRIS ini diharapkan dapat meningkatkan hasil kinerja BAZNAS Banyumas dalam pengumpulan dana zakat dan memberikan kemudahan bagi *muzakki* dalam pembayaran zakat melalui BAZNAS Banyumas.

## **B. KERANGKA TEORI**

### **1. Strategi *Fundraising***

Strategi merupakan keseluruhan rencana untuk menggapai tujuan organisasi (Nopiardo, 2017). Selain menggapai tujuan organisasi, strategi juga ditujukan untuk menjaga keberlanjutan organisasi di lingkungan tempat ia beroperasi. Strategi adalah usaha potensial yang memerlukan pertimbangan manajer utama dan sumber daya organisasi atau perusahaan besar untuk mencapai target jangka panjang (David & David, 2016). Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi merupakan rencana untuk mencapai tujuan yang ingin digapai suatu organisasi di masa depan dan bagaimana eksekusi sebuah gagasan dan perencanaan yang telah dibuat oleh organisasi tersebut.

*Fundraising* adalah suatu kegiatan penghimpunan dana untuk tujuan tertentu. Secara bahasa *fundraising* diartikan penghimpunan, pengumpulan atau penggalangan dana, sedangkan menurut istilah *fundraising* yaitu usaha atau proses kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan dana (zakat, infaq, sedekah) dan sumber daya lainnya baik dari individu, kelompok dan organisasi masyarakat. Kemudian disalurkan dan digunakan bagi yang berhak menerimanya. Selain itu, *fundraising* juga dapat dimaknai segala upaya yang dilakukan untuk melibatkan masyarakat agar mau memberikan bantuan berupa dana maupun sumber daya lainnya untuk suatu kegiatan tertentu atau biasa disebut dengan penggalangan dana. Ada 5 (lima) tujuan utama dalam *fundraising*, yaitu, mengumpulkan dana, mengumpulkan donator, mengumpulkan simpatisan, membangun citra lembaga (*brand image*) serta membrikan kepuasan terhadap donator.

Menurut Norton, strategi *fundraising* merupakan kunci dalam sebuah kegiatan penggalangan dana. Melalui strategi *fundraising*, organisasi pelayanan masyarakat dapat mempelajari tahapan-tahapan yang perlu dilaksanakan untuk memastikan bahwa kegiatan penggalangan dana dapat dilakukan dengan lancar dan sukses (Rachmasari dkk., 2016).

Dalam Strategi *fundraising* terdapat empat tahapan yang harus dicapai. *Pertama* yaitu penentuan dan target *muzakki*. Tahapan ini dilaksanakan untuk mempermudah Amil menggalang dana. penelusuran ini membutuhkan informasi dan data masyarakat muslim secara komprehensif dari berbagai aspek seperti pendidikan, ekonomi, budaya dan geografis. *Kedua*, Menyiapkan sumber daya manusia. Tahapan ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah sumber daya manusia yang berkompeten. *Ketiga*, membangun sistem komunikasi. Pada tahapan ini diperlukan adanya database para *muzakki* yang nantinya dijadikan sebagai objek komunikasi serta diperlukan media yang tepat untuk mmbangun sistem komunikasi. *Keempat*, menyusun sistem pelayanan yang tepat supaya pelayanan yang diberkan lebih maksimal (Muhammad, 2011).

## **2. Metode *Fundraising***

Dalam kegiatan *fundraising* dana zakat, ada 2 (dua) metode yang bisa dilakukan yaitu, metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) (Furqan, 2015).

Metode *fundraising* langsung adalah metode dimana *muzakki* berpartisipasi secara langsung. Dengan kata lain, itu adalah bentuk penggalangan dana yang memungkinkan

adaptasi instan (langsung) terhadap proses interaksi dan reaksi *muzakki*. Jika *muzakki* ingin berdonasi setelah menerima penawaran dari lembaga penggalangan dana, maka mereka bisa segera memberikan donasinya dan semua informasi yang mereka butuhkan untuk memberikan donasi telah tersedia. Contoh metode ini adalah surat langsung (*direct mail*), iklan langsung (*direct advertising*), dan presentasi secara langsung. Sebagai gambaran metode ini, lembaga penggalangan dana bisa langsung memberikan surat penawaran atau permintaan secara tertulis kepada para *muzakki* untuk menunaikan kewajiban zakatnya. Sasaran yang di tuju yaitu para *muzakki* lama yang sudah biasa menyalurkan zakatnya atau bagi *muzakki* baru yang belum mengetahui program penggalangan dana zakat di lembaga tersebut. Dengan adanya surat penawaran atau surat permintaan yang ditujukan secara langsung, diharapkan dapat menggugah hati para *muzakki* untuk berpartisipasi dalam penggalangan dan zakat.

Sedangkan yang dimaksud dengan metode *fundraising* tidak langsung yaitu metode penggalangan dana tanpa menyertakan *muzakki* secara langsung, metode ini bisa di berupa promosi atau iklan melalui media sosial facebook, instagram, twitter, tiktok, youtube dan lainnya. Pada dasarnya iklan atau promosi yang dibuat bertujuan untuk mengenalkan lembaga penggalangan dana dalam hal program-program yang menjadi keunggulan dari lembaga tersebut dengan tujuan menarik minat *muzakki* untuk kemudian menyalurkan zakatnya melalui lembaga itu. Selain itu metode *fundraising* tidak langsung juga bisa berupa penyelenggaraan acara, menjalin relasi dengan lembaga lain, menjadi sponsor dalam kegiatan sosial, dan lainnya.

### **3. Konsep zakat**

Menurut bahasa zakat dapat diartikan pembersih, tumbuh atau berkembang. sedangkan secara istilah zakat merupakan harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh seseorang Muslim yang memiliki harta dengan tujuan membersihkan atau mensucikan harta yang dimilikinya serta dalam rangka menjalankan syari’at Islam.

Zakat merupakan harta atau dana yang bersumber dari masyarakat atau *muzakki* yang diserahkan kepada amil zakat untuk kemudian di berikan kepada para *mustahiq* zakat untuk kebutuhan konsumtif maupun diberdayakan untuk sesuatu yang bersifat produktif (Jureid, 2021).

#### **4. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)**

QRIS merupakan standarisasi dalam sistem pembayaran dengan *QR code* yang di kembangkan oleh bank Indonesia dengan tujuan untuk mempermudah, mempercepat dan menjamin keamanan transaksi pembayaran yang dilakukan nasabah (Bank Indonesia, 2019).

Tema yang di usung oleh Bank Indonesia dalam mengembangkan standarisasi ini adalah UNGGUL (Sriekaningsih, 2020). *Pertama* yaitu *Universal* atau menyeluruh, maksudnya yaitu pembayaran dengan sistem ini bisa dilakukan oleh siapapun kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan aplikasi yang mendukung untuk melakukan pembayaran dengan sistem tersebut. *Kedua* yaitu *Gampang*, maksudnya yaitu transaksi pembayaran yang dilakukan dengan *QR code* menjadi relatif lebih mudah jika dibandingkan dengan sistem pembayaran langsung. *Ketiga* yaitu *Untung*, karena dengan menggunakan satu *QR code* saja bisa untuk diakses oleh berbagai aplikasi sehingga menjadi lebih efektif efisien. *Keempat* yaitu *Langsung* bisa dilakukan transaksi pada saat itu juga atau *real time*, sehingga dapat memperlancar sistem pembayaran tanpa perlu antrean.

Untuk tampilan atau *display QR code* yang tersedia di *merchant* atau penjual yang menyediakan sistem pembayaran dengan QRIS, ada dua model tampilan yang dapat digunakan yaitu tampilan statis (tampilan *QR code* tetap) dan tampilan dinamis (bisa berubah sesuai dengan transaksi yang dilakukan). kedua tampilan ini sama-sama mudah diakses dengan menggunakan *gadget* yang sudah *support* dengan aplikasi tertentu.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field reseach*) dengan lokasi penelitiannya yaitu BAZNAS Kabupaten Banyumas yang beralamat di Jl. Masjid Nomor 9, Kelurahan Sokanegara, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan strategi *fundraising* dana zakat di BAZNAS Banyumas menggunakan sistem QRIS. Data primer penelitian ini di peroleh dengan cara melakukan wawancara kepada kepala bagian pengumpulan BAZNAS Banyumas, ibu Laila Mugi Harfiah dan observasi langsung ke kantor BAZNAS kabupaten Banyumas, sedangkan data sekunder

diperoleh dari beberapa sumber seperti buku, jurnal, *website*, *social media* serta dokumentasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

#### **D. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI**

Seiring berkembangnya zaman dan semakin cepatnya kemajuan teknologi termasuk teknologi digital, direspon secara maksimal oleh salah satu organisasi pengelola zakat yang ada di Indonesia, yaitu Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Banyumas. Respon tersebut di tujukan untuk meningkatkan pelayanan dalam pengelolaan zakat supaya lebih efektif dan optimal. BAZNAS Banyumas mengadakan sebuah terobosan baru dalam sistem pengelolaan zakat untuk menarik minat calon *muzakki* dan meningkatkan kepercayaan *muzakki* terhadap pengelolaan zakat yang ada di BAZNAS Banyumas yaitu dengan mengembangkan sistem pengelolaan berbasis digital. hal ini dilakukan supaya *muzakki* dapat memantau secara langsung bagaimana proses pengelolaan zakat yang ada di BAZNAS Banyumas.

Sistem pengelolaan zakat berbasis digital atau online yang di kembangkan oleh BAZNAS Banyumas yaitu pada proses *fundraising* atau pengumpulan zakat. Sistem *online* yang di gunakan adalah pembayaran zakat menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). QRIS merupakan standarisasi dalam sistem pembayaran dengan *QR code* yang di kembangkan oleh bank Indonesia dengan tujuan untuk mempermudah, mempercepat dan menjamin keamanan transaksi pembayaran digital menggunakan aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking*. Aturan penggunaan QRIS di keluarkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019 dengan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21 yang mengatur tentang penerapan QRIS dalam sistem pembayaran dengan sebuah *QR code* dapat dipakai oleh semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran.

Tepatnya pada bulan April tahun 2020 BAZNAS Banyumas mulai mengaplikasikan pembayaran zakat dengan sytem QRIS, seperti yang disampaikan oleh kepala bagian pengumpulan BAZNAS Banyumas, ibu Laila Mugi Harfiah pada saat penulis melakukan wawancara dengan beliau, bahwa pada mulanya pihak BAZNAS mendapatkan penawaran dan *support* dari Bank Indonesia untuk membuat menerapkan sistem QRIS pada pembayaran zakat, dan setelah melalui musyawarah dengan pengurus

BAZNAS maka diputuskan untuk menggunakan QRIS mulai bulan April tahun 2020. Hal ini didasarkan pada pertimbangan untuk memberikan kemudahan *muzakki* membayarkan zakatnya melalui BAZNAS Banyumas yang bisa dilakukan hanya dengan melalui *gadget* yang dimiliki *muzakki* tanpa harus datang langsung ke kantor BAZNAS (Harfiah, 2022).

## **1. Tahapan Penerapan Strategi *Fundraising* zakat dengan sistem QRIS**

Penerapan QRIS dalam strategi *fundraising* dana zakat di BAZNAS Banyumas melalui empat tahapan, yaitu:

### **a. Menentukan Segmen dan sasaran *Muzakki***

Tahapan pertama yang dilakukan BAZNAS Banyumas dalam menjalankan strategi *fundraising* zakat dengan QRIS adalah menentukan segmen dan sasaran *muzakki* yang digunakan untuk memperbanyak *database* dan memperjelas informasi berkaitan dengan kelengkapan data *muzakki* yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas dan melihat seberapa besar potensi zakat yang dapat diperoleh dari hasil pendataan tersebut. Pendataan yang dilakukan BAZNAS saat ini masih di fokuskan pada *muzakki* yang merupakan Aparatur Sipil Negara (ASN) di wilayah Banyumas karena sumber dana zakat terbesar yang saat ini masuk ke BAZNAS Banyumas berasal dari *muzakki* ASN.

Selain ASN, *muzakki* yang menjadi sasaran BAZNAS Banyumas dalam *fundraising* dana zakat yaitu beberapa profesi yang memiliki penghasilan melebihi *nishab* zakat seperti dokter, pengacara, pengusaha, wiraswasta dan lainnya. Selain dari penghasilan yang telah melebihi *nishab* zakat, pendataan juga lebih di arahkan kepada *muzakki* yang berusia antara 20 s.d. 40 tahun atau biasa disebut sebagai generasi milenial, dengan pertimbangan *muzakki* tersebut lebih mudah untuk bisa memahami sistem QRIS yang di pakai oleh BAZNAS Banyumas dalam pengumpulan zakat. Faktor kesibukan *muzakki* juga menjadi pertimbangan BAZNAS dalam menentukan sasaran *muzakki* untuk mendukung terlaksananya pengumpulan zakat dengan sistem QRIS karena bisa di akses kapanpun dan dimanapun mereka berada.

### **b. Menyiapkan Sumber Daya Manusia**

Tahapan kedua yang dilakukan BAZNAS Banyumas dalam menjalankan strategi *fundraising* dana zakat yaitu dengan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia

yang ada di BAZNAS Banyumas, mulai dari yang memiliki jabatan sebagai ketua BAZNAS sampai dengan staff dan karyawan yang berada di kantor tersebut. Masing-masing memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan hasil kinerja BAZNAS Banyumas, termasuk dalam pelaksanaan strategi *fundraising* dana zakat dengan sistem QRIS. Sumber daya manusia yang ada di BAZNAS Banyumas harus memiliki kemampuan dibidang teknologi untuk menyesuaikan dengan sistem QRIS yang di kembangkan dalam *fundraising* dana zakat.

Peningkatan kompetensi sumber daya manusia di BAZNAS Banyumas yaitu dengan membekali ilmu pengetahuan dan ketrampilan dalam bentuk pelatihan-pelatihan yang di adakan oleh pengelola BAZNAS Banyumas bekerja sama dengan pihak lain yang berkompeten di bidangnya. Beberapa pelatihan yang telah dilaksanakan diantaranya pelatihan tentang Sistem Manajemen BAZNAS (SIMBA), Audit Internal dan *Zakat Community Development (ZCD)*. Hasil dari pelatihan itulah yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di BAZNAS Banyumas.

### c. Membangun Sistem Komunikasi

Untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi berkaitan dengan rangkaian kegiatan yang di laksanakan oleh pengelola zakat dapat *dilakukan* dengan membangun sebuah sistem komunikasi, beberapa cara yang dapat ditempuh yaitu dengan memanfaatkan media seperti facebook, instagram, youtube, website dan lainnya menjadi sebuah alat komunikasi sekaligus sebagai media untuk promosi organisasi pengelola zakat. Selain itu juga perlu menjalin kerjasama dengan media massa seperti radio dan siaran televisi agar informasi yang diberikan dapat diterima oleh masyarakat di berbagai wilayah.

BAZNAS Banyumas saat ini mempromosikan pembayaran zakat dengan sistem QRIS secara terus menerus melalui media social yang sering dipergunakan oleh masyarakat di wilayah banyumas pada saat sekarang ini, seperti melakukan promosi dengan pamphlet yang share melalui WA group, *instagram story*, status di facebook, dan juga website BAZNAS Banyumas. Langkah ini dinilai lebih efektif untuk menyampaikan informasi sekaligus menarik minat masyarakat untuk membayarkan zakatnya pada BAZNAS Banyumas dengan sistem pembayaran QRIS. Meski begitu promosi

melalui media cetak juga tetap dilakukan oleh BAZNAS Banyumas dengan membuat spanduk atau *banner* yang di pasang di tempat-tempat umum.

#### **d. Menyusun dan Melakukan Sistem Pelayanan**

Sistem pelayanan menjadi sebuah bagian yang tidak terpisahkan dalam strategi *fundraising* zakat, dengan sistem pelayanan yang prima, secara tidak langsung akan memberikan dampak positive bagi pengelola zakat. Penyusunan sistem pelayanan harus di sesuaikan dengan kebutuhan *muzakki*, supaya mereka bisa memilih antara pelayanan *offline* atau *online* pada saat akan menyalurkan zakatnya.

Salah satu sistem pelayanan di BAZNAS Banyumas dalam strategi *fundraising* zakat adalah pembayaran zakat dengan QRIS. Sistem QRIS ini di desain sedemikian mungkin oleh BAZNAS Banyumas untuk memudahkan pembayaran zakat oleh *muzakki*, bisa di akses kapanpun dan dimanapun sesuai keinginan *muzakki* hanya dengan scan *QR code* yang di sediakan oleh BAZNAS Banyumas, kemudian mengikuti langkah-langkah yang tersedia di dalam sistem tersebut.

**Gambar 1. QRIS Pembayaran zakat BAZNAS Banyumas**



*Sumber: Data primer*

## **2. Alur Pembayaran Zakat Menggunakan Sistem QRIS BAZNAS Kabupaten Banyumas**

Pembayaran zakat dengan QRIS bisa dilakukan dengan menggunakan beberapa aplikasi *digital payment* atau pembayaran digital yang saat ini cukup familiar dikalangan

masyarakat, seperti Go-Pa, OVO, LinkAja, Dana dan juga *mobile banking* yang terinstal di *gadget* atau *smart phone* yang dimiliki oleh *muzakki*.

Berikut contoh cara pembayaran zakat di BAZNAS Banyumas dengan menggunakan aplikasi OVO:

- a. Pertama, buka aplikasi OVO yang ada di *smartphone muzakki*:

**Gambar 2. Tampilan Utama Aplikasi OVO**



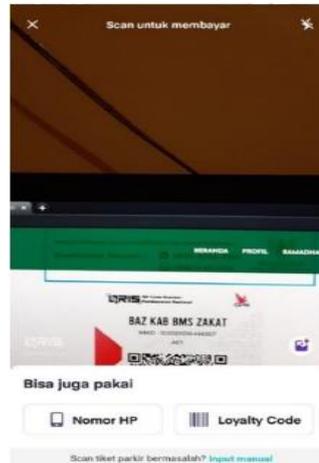
- b. Kedua, pilih menu *Scan* pada aplikasi OVO

**Gambar 2. Tampilan Menu *Scan* Aplikasi OVO**



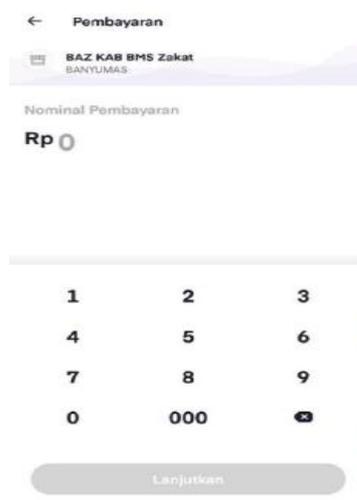
- c. Ketiga, *scan* QR kode zakat BAZNAS Banyumas yang resmi dan tersedia di medsos, website atau media cetak BAZNAS BANYUMAS.

**Gambar 3. Tampilan *Scan***



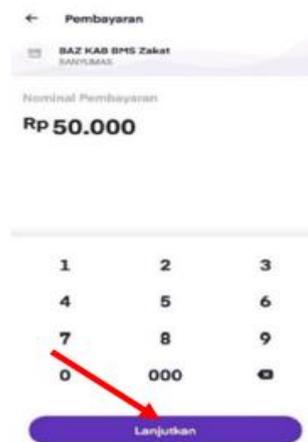
- d. Keempat, memastikan bahwa ID yang tertera bertuliskan BAZNAS KAB BMS Zakat.

**Gambar 4. Memasukkan ID**



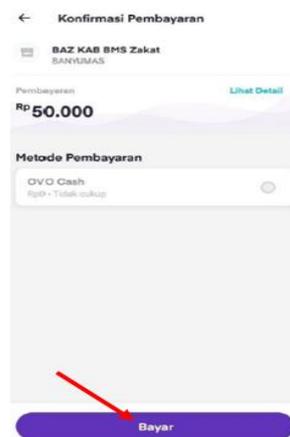
- e. Kelima, tuliskan berapa nominal yang akan di bayarkan dalam pembayan zakat, kemudian pilih “lanjutkan”.

**Gambar 5. Memasukkan Nominal Angka**



- f. Keenam, setelah memilih “lanjutkan” maka akan muncul menu “bayar” pada tampilan tersebut, kemudian pilih menu “bayar”.

**Gambar 6. Pembayaran Zakat**



- g. Ketujuh, akan muncul tampilan untuk meng-*input* kode keamanan atau *password* aplikasi OVO, pastikan input password dengan benar.
- h. Kedelapan, muncul tampilan berupa tanda centang hijau dan dibawahnya bertuliskan kata “berhasil”. Itu berarti pembayaran zakat yang dilakukan oleh *muzakki* telah masuk ke dalam rekening BAZNAS Banyumas.
- i. Kesembilan, mengkonfirmasi pembayaran zakat yang telah dilakukan kepada BAZNAS Banyumas melalui *Google Form* yang tersedia di website BAZNAS atau lewat call center BAZNAS dengan nomor 0822-4356-9561.

Pembayaran zakat melalui QRIS BAZNAS Banyumas memberikan kemudahan bagi para *muzakki* dalam membayarkan zakatnya, tetapi masih sangat melakukan sosialisasi secara masif kepada masyarakat muslim di Kabupaten Banyumas khususnya kepada *muzakki* yang sudah masuk daftar data *muzakki* yang dimiliki BAZNAS Banyumas. Meskipun proses yang dilakukan untuk membayar zakat sudah sangat dipermudah tetapi apabila minat dan kesadaran masyarakat dalam berzakat masih rendah, maka sistem ini tidak akan berjalan secara optimal. Oleh karena itu perlu sinergi antara pengelola zakat dan juga *muzakki* untuk bersama sama mensukseskan sistem QRIS dalam pembayaran zakat di BAZNAS Kabupaten Banyumas.

### **3. Analisis Penerapan Strategi *Fundraising* Dana Zakat dengan Sistem QRIS**

BAZNAS Banyumas menjalankan strategi komunikasi marketing dalam penerapan Strategi *fundraising* dengan sistem QRIS, yaitu dengan membuat program-program yang menarik, bekerjasama dengan perusahaan lain, dan memberikan pelayanan terbaik (Sani, 2010). Bentuk pelaksanaan strategi komunikasi marketing tersebut yaitu, BAZNAS Banyumas berupaya membuat program-program yang menarik baik *muzakki*, hal ini bertujuan agar semakin banyak *muzakki* yang ada di wilayah Banyumas tertarik untuk menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS Banyumas. Salah satu program tersebut adalah menerapkan sistem pembayaran zakat menggunakan QRIS. Pembayaran zakat menggunakan QRIS merupakan terobosan baru yang dibuat oleh BAZNAS Banyumas untuk memudahkan para *muzakki* dalam pembayaran zakat. Nantinya *muzakki* tanpa perlu datang langsung ke kantor BAZNAS tetapi cukup dengan *scan QR code* yang sudah disediakan oleh BAZNAS Banyumas maka sudah bisa membayarkan zakatnya. Kemudahan itulah yang seharusnya dapat menarik perhatian dan minat *muzakki* untuk membayarkan zakatnya melalui BAZNAS Banyumas di era digital seperti sekarang ini.

BAZNAS Banyumas saat ini menjalin kerjasama dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam pelaksanaan *fundraising* zakat dengan QRIS. Bank Syariah Indonesia berperan sebagai lembaga keuangan yang mencetak QRIS yang digunakan oleh BAZNAS Banyumas, selain itu BSI juga ikut mempromosikan model pembayaran Zakat dengan QRIS kepada para nasabah BSI yang hendak membayarkan zakatnya melalui BAZNAS Banyumas dengan cara mengirimkan pesan informasi pembayaran zakat via nomor telepon nasabah BSI.

Dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat sebagai salah satu upaya pemerintah mewujudkan tujuan sebuah negara, maka dapat dilaksanakan dengan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap masyarakat (Nurcholish, 2005). Dalam proses penghimpunan dana melalui QRIS ini, BAZNAS Banyumas memberikan pelayanan berupa konsultasi zakat. Hal ini dilakukan apabila ada *muzakki* yang mengalami kesulitan dalam menghitung berapa besaran zakat yang harus di keluarkan, maka *muzakki* bisa melakukan konsultasi melalui nomor *whatsapp* BAZNAS Banyumas, sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Bagian Pengumpulan BAZNAS Banyumas, ibu Laila Harfiah beliau menyampaikan bahwa *muzakki* dapat berkonsultasi melalui nomor *whatsapp* BAZNAS Banyumas terkait kendala yang dihadapi dalam pembayaran zakat, apakah itu berkaitan dengan cara perhitungan besaran zakat yang harus dikeluarkan atau hal lain tentang teknis pembayaran zakat melalui QRIS.

Selain itu BAZNAS juga menginformasikan hasil pengumpulan dan pendistribusian zakat kepada masyarakat atau para *muzakki* baik melalui *social media* maupun media cetak sebagai bukti transparansi atas pengelolaan zakat yang telah dilaksanakan. Ketika *muzakki* mengkonfirmasi jika telah membayar zakat melalui QRIS, kemudian *muzakki* konfirmasi ke nomor *whatsapp* BAZNAS Banyumas atau mengisi *google form* yang telah tersedia. Kemudian BAZNAS Banyumas akan memberikan bukti setor zakat serta memberikan ucapan terimakasih dan mendoakan *muzakki* tersebut. Selain itu *muzakki* juga akan diberikan Kartu NPWZ sebagai tanda bahwa *muzakki* tersebut sudah terdaftar sebagai *muzakki* di BAZNAS Banyumas.

**Gambar 7. Kartu NPWZ BAZNAS Banyumas**



*Sumber: Data primer*

## E. KESIMPULAN

Strategi *fundraising* dana zakat melalui QRIS menjadi salah satu program yang sedang dijalankan oleh BAZNAS kabupaten Banyumas. QRIS menjadi sarana yang memudahkan *muzakki* dalam pembayaran zakat. Sekarang *muzakki* yang akan membayarkan zakatnya kepada BAZNAS Banyumas bisa langsung membayar lewat aplikasi pembayaran digital yang dimiliki oleh *muzakki* seperti, aplikasi *mobile banking*, Dana, OVO, LinkAja dan sebagainya. Cukup dengan scan *QR code* pembayaran zakat BAZNAS Banyumas, lalu mengikuti langkah-langkah selanjutnya. Hanya dalam hitungan menit dan tanpa mendatangi kantor BAZNAS Banyumas, *muzakki* bisa membayarkan zakatnya kapanpun dan dimanapun *muzakki* berada.

BAZNAS Banyumas berupaya untuk terus memaksimalkan *fundraising* zakat melalui QRIS dengan meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas sumber daya manusia dan program-program menarik dalam pendayagunaan dana zakat yang terkumpul di BAZNAS Banyumas. Langkah ini diharapkan akan semakin memberikan kepercayaan kepada masyarakat terhadap BAZNAS Banyumas sebagai organisasi pengelola zakat dan akan meningkatkan kesadaran masyarakat di wilayah kabupaten Banyumas yang memiliki harta dan memenuhi syarat sebagai *muzakki* agar mau membayarkan zakatnya melalui BAZNAS kabupaten Banyumas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2019). Edukasi QR Code Indonesian Standard (QRIS). Diakses pada 13 Mei 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi/default.aspx>
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (15 ed.). Salemba Empat.
- Furqon, Ahmad. (2015). *Manajemen Zakat*. Semarang: Walisongo Press.
- Harfiah, Laila Mugi. (2022). Wawancara dengan Ibu Laila Mugi Harfiah, Kepala Bagian Pengumpulan BAZNAS Kabupaten Banyumas Pada tanggal 10 Mei 2022
- Jureid. (2021). Analisis Distribusi Zakat Pada BAZNAS Dalam Pencegahan Covid-19 Ditinjau Dari Maqasid Syari'ah, dalam *jurnal At-Tijarah*, Vol. 3 No. 1.
- Muhammad, dan Abubakar HM. (2011). *Manajemen Organisasi Zakat Perspektif Pemberdayaan Umat dan Strategi Pengembangan Organisasi Pengelola Zakat*. Malang: Madani.

- Nopiardo, Widi. (2017). Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, dalam *Jurnal Imara*, Vol. 1, No. 1.
- Nurcholish, Hanif. (2005). *Teori dan Praktik Pemerintahan dan Otonomi Daerah*. Jakarta: Grasindo.
- Rachmasari, Y., Nulhaqim, S. A., & Apsari, N. C. (2016). *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*. Unpad Press.
- Sani, Muhammad Anwar. (2010). *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sriekaningsih, Ana. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0* Yogyakarta: ANDI.
- Suparman. (2009). *Manajemen Fundraising dalam Penghimpunan Harta Wakaf (1)*. <https://www.bwi.go.id/339/2009/03/06/manajemen-fundraising-dalam-penghimpunan-harta-wakaf-bagian-1/>