

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Perencanaan Fundraising Zakat, Infak dan Shodaqoh di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung**

Strategi Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.<sup>100</sup> Perencanaan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu aktivitas pada sebuah lembaga zakat seperti Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung, yang beroperasi pada bidang dana umat yang akan dihimpun sampai pengelolaan serta pendistribusiannya yang harus tertata dengan baik.

Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung dalam perencanaannya untuk menjangkau pasar dan meningkatkan dana serta program dengan direncanakan dalam RAKERDA (Rapat Kerja Daerah) yang dilakukan setiap tahun sekali dengan merencanakan RKAT (Rencana Keuangan Anggaran Tahunan) yang diselenggarakan pada setiap tahun untuk sebuah perencanaan dan akan dilaksanakan pada tahun berikutnya.

---

<sup>100</sup>J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, ter. Julianto Agung, (Yogyakarta: ANDI, 2003), hlm. 4

Perencanaan tersebut juga dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas lembaga dalam proses menghimpun.

Salah satu upaya Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung dalam menghimpun dana yakni dengan mengadakan sosialisasi yang bersifat umum kepada seluruh masyarakat Kabupaten Tulungagung dengan menyampaikan materi mengenai zakat dan berusaha menyadarkan masyarakat untuk mampu membayar zakat. Selain itu lembaga juga melakukan sosialisasi pada lembaga pemerintah terutama kepada Aparatur Sipil Negara (ASN) yang merupakan sasaran utama yang mempunyai potensi tinggi dalam menjadi muzaki. Selain sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung juga memberrikan layanan pembayaran zakat yang sangat mudah dengan adanya teknologi maka, adanya suatu sistem Muzaki Corner, pihak muzaki bisa membayar zakat dengan lewat aplikasi yang sangat mudah dan bisa mencetak kwitansi sendiri.

Hasil penelitian tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah<sup>101</sup> yang membahas tentang usaha penghimpunan dengan menjalin kemitraan dengan pemerintah kota palu dengan cara membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ) pada tiap Kantor Dinas atau Instansi di Lingkungan Pemerintah Kota Palu. Melakukan sosialisasi tentang segala hal yang berkaitan dengan zakat kepada badan usaha dan masyarakat. Merancang dan menetapkan prosedur fundraising zakat agar memudahkan

---

<sup>101</sup> Uswatun Hasanah, *Sistem Fundraising Zakat Lembaga Pemerintah dan Swasta*, Jurnal Penelitian Ilmiah, Volume 3, Nomor 2, 2015.

pelayanan zakat kepada para muzakki, serta menetapkan sasaran dan melakukan promosi sekaligus sosialisasi pada perusahaan dan lembaga atau badan usaha swasta dan pemerintah serta masyarakat. Strategi memiliki beberapa unsur diantaranya adalah:

1. Gelanggang aktivitas atau arena yang merupakan area dimana organisasi beroperasi. Arena ini sangat mendasar bagi pengambil keputusan dalam menentukan sebuah strategi, dimana sebuah arena apa sebuah organisasi akan beaktivitas. Unsur arena ini adalah sebuah unsur untuk menentukan visi atau tujuan yang lebih banyak. Menurut Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Badan Amil Zakat Nasional dapat menerima zakat, infak dan shodaqoh dan dana sosial yang lainnya.<sup>102</sup> zakat adalah aktivitas memberikan harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT dalam jumlah dan perhitungan tertentu untuk diserahkan kepada oang-orang yang berhak.<sup>103</sup> Infak adalah mengeluarkan sebagian dari harta milik yang merupakan pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepeningan yang diperuntukan ajaran Islam.<sup>104</sup> sedekah memiliki pengertian luas, menyangkut hal yang bersifat materi dan non materi.<sup>105</sup>

---

<sup>102</sup> Undang-Undang No 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

<sup>103</sup> Abdulloh Mubarak dan Baihaqi Fanani, *Penghimpunan dana zakat nasional*, Jurnal permana, Vol. V, No. 2, 2014, hlm. 7

<sup>104</sup> Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Jakarta:Grasindo, 2006), dalam, <https://books.google.co.id/books?id=4deTM8g2M8C&pg=PR3&dq=elsi+kartika+sari&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwj646DpwPjgAhXn8HMBHSQ0B5IQ6AEINDAC#v=onepage&q=elsi%20kartika%20sari&f=false>, hlm. 6, diakses pada 11 Maret 2019

<sup>105</sup> Gusfahmi, *Pajak Menurut Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 84

Badan Amil Zakat Kabupaten Tulungagung yang dulu berdiri di pusat kota Tulungagung, tepatnya berada di sebelah utara Alon-alon Tulungagung jalan RA. Kartini No. 45 Tulungagung, semenjak diterbitkannya Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 oleh pemerintah, yang awalnya Badan Amil Zakat yang dirubah menjadi Badan Amil Zakat Nasional. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung sekarang terletak di Jl Mayor Sujadi No. 172 Kantor Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung yang merupakan lokasi yang strategis dan sangat mudah dijangkau.

Sesuai Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 3 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata kerja Badan Amil Zakat Nasional Provinsi dan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten/Kota, Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten/Kota mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan zakat diwilayah Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung memenuhi unsur gelanggang aktivitas atau arena.

2. Pembeda atau *differentiators*, adalah sebuah unsur yang bersifat bahwa sebuah strategi harus ditetapkan, sebagaimana sebuah organisasi akan lebih unggul di pasar merupakan hasil sebuah pembeda, yang dipeoleh dari fitur produk, jasa suatu organisasi ang berupa citra, kustomisasi, unggul secara teknis, mutu dan kualitas yang dapat membantu dalam persaingan<sup>106</sup> Salah satu hal yang menjadi pembeda

---

<sup>106</sup> Sofjan Assauri, *Strategic...*, hlm. 6

dari lembaga Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung yakni mengenai identitas lembaga yang beroperasi dikarenakan

BAZNAS Kabupaten Tulungagung adalah satu-satunya lembaga zakat yang legal dan sudah mendapat SK Bupati, sedangkan lembaga lainnya itu hanyalah link dari pusat. LAZ itu adanya hanya dalam skala tingkat provinsi dan yang ada di tingkat kabupaten itu hanya perwakilan dari pusat.

Sedangkan Badan Amil Zakat Nasional di Kabupaten Tulungagung dalam fungsinya sudah berhak secara otonomi berhak menghimpun dan menyalurkan dana sendiri. Selain itu Badan Amil Zakat Nasional juga menyediakan fitur online dalam melakukan penghimpunan maupun layanan informasi BAZNAS, layanan tersebut diantaranya yakni *Muzaki Corner* adalah suatu aplikasi yang mempermudah muzaki dalam membayarkan zakat hanya melalui aplikasi yang terpasang di dalam gadgetnya.

Aplikasi *muzaki corner* yang merupakan aplikasi pembayaran secara online dan realtime, aplikasi ini sangat mempermudah muzaki dalam membayarkan dana zakat, infak dan shodaqohnya dikaenakan jarak tempuh yang jauh dari kantor Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung. Dalam aplikasi *muzaki corner* muzaki bisa dengan mudah mengecek atau mengontrol setoran zakat dan bisa mencetak kwitansi sendiri, selain itu muzaki corner juga melayani layanan jemput zakat bagi mereka yang ingin dijemput zakatnya.

3. Sarana Kendaraan, yang digunakan untuk mencapai arena sasaran. Unsur ini membutuhkan banyak pertimbangan untuk diputuskan oleh para strategis yang akan memperngaruhi sebuah organisasi dalam mencapai sasaran yang dituju.<sup>107</sup> Sarana kendaraan operasional yang sudah terpenuhi di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung, kendaraan yang digunakan adala dua sepeda motor yang digumakan dalam melakukan jemput zakat beserta survey calon muzaki dan satu mobil untuk melakukan pendistribusian dana.
4. Tahapan rencana yang dilalui, merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategi. Unsur ini menetapkan kecepatan dan langkah-langkah utama.<sup>108</sup> Sebelum dilakukan sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung mengadakan RAKERDA (Rapat Keja Daerah) yang akan membahas mengenai (RKAT) dan juga kegiatan sosialisasi, penghimpunan, pentasyarufan dan pembentukan program. Perencanaan penghimpunan di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung antara lain:
- a. Sosialisasi
 

Sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat umum beserta lembaga dalam naungan pemerintah. Sosialisasi yang disampaikan mengenai kebeadaan lembaga zakat sepeti Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung sebagai pengelola zakat. Hal ini akan dilakukan masyarakat untuk

---

<sup>107</sup> *Ibid.*

<sup>108</sup> *Ibid.*

mengingat kemana mereka akan membayarkan zakatnya. Pengelolaan zakat memerlukan sebuah perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, pengumpulan dan pendayagunaan.

Sosialisasi yang dilakukan untuk pemahaman masyarakat mengenai zakat dengan meningkatkan kesadaran berzakat pada masyarakat yang masih kurang tahu tentang kewajiban zakat, bahwa zakat itu terbagi menjadi dua yakni zakat fitrah dan zakat mal dengan ketentuan syarat dan rukunnya. Dalam sosialisasi yang disampaikan juga dengan memberikan perhitungan zakat misalnya dalam zakat mal. Menurut pasal 4, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, zakat mal yang meliputi zakat emas, perak, dan logam mulia, uang dan surat berharga, pertanian, perkebunan, perniagaan, peternakan, keutanan, peikanan, perindustrian, pendapatan dan jasa, rikaz dan pertambangan.<sup>109</sup>

b. NPWZ

Mencetak kartu NPWZ (Nomor Pokok Wajib Zakat) kartu ini berfungsi sebagai registrasi keanggotaan seseorang sebagai muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional, NPWZ yang telah dimiliki oleh muzakki sudah terhubung dengan aplikasi muzakki corner sehingga para muzaki bisa dengan mudah mengecek atau

---

<sup>109</sup> Undang-Undang No 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

mengontrol setoran zakat dan bisa mencetak kwitansi sendiri, selain itu muzaki corner juga melayani layanan jemput zakat bagi mereka yang ingin dijemput zakatnya.

5. Pemikiran yang ekonomis, merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat atau keuntungan yang akan dihasilkan. Manfaat atau keuntungan yang di dapat dari peencanaan penghimpunan tersebut dengan memberikan sosialisasi tersebut lalu semakin banyak masarakat yang sadar atas kewajiban membayar zakat dengan kemudahan layanan yang diberikan oleh Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung. Dengan pengoperasian model layanan pengimpunan berupa *muzaki corner* sangat memudahkan *muzaki* dan Dalam aplikasi *muzaki corner* muzaki bisa dengan mudah mengecek atau mengontrol setoran zakat dan bisa mencetak kwitansi sendiri, selain itu muzaki corner juga melayani layanan jemput zakat bagi mereka yang ingin dijemput zakatnya.

Strategi fundraising yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung berdasarkan RAKERDA yang telah dibuat dengan merancang RKAT yang akan dibuat pada tahun ini dan dilaksanakan untuk tahun kemudian dengan strategi dalam tingkat kualitas dan kuantitas yang akan dilakukan supaya strategi penghimpunan dapat dilaksanakan dengan tepat sasaran. Secara kualitas zakat yang semula hartanya yang masih sebagian itu ditingkatkan dan



yang mula-mula seseorang itu belum sadar zakat maka perlu disadarkan. Pada peningkatan kesadaran seseorang untuk berzakat, infak dan shodaqoh. Dari situ diperlukan pemberian sosialisasi dalam kegiatan islami seperti pengajian dari situ dengan memberikan penerapan ilmu tentang zakat, infak dan shodaqoh. Kalau tentang kuantitas itu dengan cara menambah muzakki seperti halnya seseorang yang mula-mula menjadi mustahik itu bisa menjadi muzakki, dengan ketentuan mencapai nisab dan sudah sadar akan zakat dan memiliki sifat sadar untuk dermawan. Sosialisasi yang dilakukan dalam proses strategi penghimpunan zakat yang disampaikan kepada *muzaki* yang hartanya sudah mencapai nisab apabila belum mencapai nisab bisa melalui infak dan shadaqah yang tidak ada ketentuan nisab dan haulnya.

*Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintahan) yang digunakan untuk membiayai program serta kegiatan operasional lembaga yang pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.<sup>110</sup> Penghimpunan yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung mengumpulkan dana dari masyarakat luas baik itu individu ataupun lembaga pemerintah, lembaga pendidikan dan UPT atau UPTD serta Masjid-Masjid besar Wilayah kabupaten Tulungagung. Penghimpunan bisa dilakukan secara baik door t door

---

<sup>110</sup> April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Zakat*, (Yogyakarta:Teras, 2009), hlm. 3

maupun via UPZ dan transfer via Bank dengan tujuan untuk memaksimalkan tujuan dari penghimpunan dengan membeikan kemudahan dalam membayar zakat dana yang terkumpul dengan segera dilakukan pentasyarufan dan pemberian program kepada masyarakat Kabupaten Tulungagung.

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* banyak metode dan teknik yang dapat dilakukan. Metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*Indirect Fundraising*)<sup>111</sup>

a. Metode *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

Metode atau cara yang digunakan dengan melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika (langsung) dilakukan. Dalam metode langsung yang dilakukan ini akan muncul dalam diri seorang muzakki untuk membayar dana baik zakat, infak, dan shodaqoh secara langsung dan datang kepada lembaga. Dari metode tersebut muzakki akan dengan mudah mengetahui informasi yang diperlukan mengenai donasi yang akan disalurkan.<sup>112</sup> metode langsung itu dilakukan dengan interaksi secara langsung tanpa perantara, sedangkan metode secara tidak langsung itu dilakukan melalui adanya suatu

---

<sup>111</sup> Uswatun Hasanah, *Sistem Fundraising Zakat Lembaga Pemerintahan Swasta*, Jurnal Penelitian Ilmiah, Volume 3, No. 2, 2015, hlm. 230

<sup>112</sup> *Ibid.*

perantara, di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung ada dua metode yang dilakukan yang pertama metode secara langsung adalah dalam al penghimpunan yang dilakukan itu dengan cara muzaki yang langsung datang ke kantor untuk membayarkan zakatnya di kantor

b. Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Metode ini dilakukan dengan tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Bentuk fundraising dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzakki bisa seketika (langsung) dilakukan. Metode ini menggunakan metode promosi yang menggunakan perantara. Metode yang dilakukan mengarah pada pembentukan citra lembaga yang kuat.<sup>113</sup> metode yang tidak langsung itu dikenal dengan bahasa via UPZ (Unit Pengumpul Zakat) yang melewati instansi atau lembaga dimana yang membayarkan ke kantor itu wakil dari instansi tersebut yang sudah menjadi mitra dengan lembaga BAZNAS. Lalu via transfer dari Bank dan *Muzaki Corner*.

---

<sup>113</sup> *Ibid.*

## **B. Perencanaan Fundraising Zakat, Infak dan Shodaqoh dalam Model Bussines Model Canvas di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung.**

Perencanaan *fundraising* Zakat, Infak dan Shodaqoh dalam model *Busines Model Canvas* di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung akan dijabarkan dalam sembilan elemen yakni mencakup, *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue stream, key activity, key resources, key partnership dan cost structure*. Dari masing-masing elemen tersebut dijelaskan bahwa bagaimana sebuah lembaga mencari muzaki, dan menjaga hubungan dengan muzaki dan memberikan layanan yang memudahkan muzaki dalam membayarkan zakat, dalam model ini juga membahas tentang saluran atau kerjasama BAZNAS dengan lembaga pemerintah baik UPT, UPTD, lembaga pendidikan, ataupun Bank. Penghimpunan zakat, infak dan shodaqoh tersebut dijabarkan dalam model Business Model Canvas adalah yang mencakup sembilan elemen BMC; Muzaki yang membayarkan zakatnya ke BAZNAS mencakup muzaki individu yang didominasi oleh Aparatur Sipil Negara (ASN). BAZNAS memberikan kartu bagi muzaki yang disebut Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWZ), Layanan elektronik berupa Muzaki Corner dan Sistem Informasi BAZNAS (SIMBA). Layanan muzaki pada BAZNAS juga menerima muzaki untuk melakukan konsultasi mengenai zakat. Dana zakat yang telah terkumpul merupakan dana amanah yang diperuntukkan kepada yang berhak menerimanya, sehingga pengeolaannya harus sesuai dengan ketentuan syariah. Strategi

penghimpunan yang dilakukan juga meliputi peningkatan kerjasama BAZNAS dengan lembaga pemetintah, lembaga pendidikan, UPT, UPTD dengan mengadakan seminar mengenai zakat. BAZNAS juga bisa menyalurkan beasiswa kepada perguruan tinggi.

Hasil penelitian tersebut mempunyai kesamaan pada penelitian terdahulu oleh Penelitian Purnamasari dan Firdaus<sup>114</sup> dalam jurnal “*Analisis Strategi Penghimpunan Zakat dengan Pendekatan Business Model Canvas*” Penelitian ini menjelaskan bahwa Dana zakat yang terhimpun di Baznas adalah dana amanah yang dalam pengelolaannya harus dilaksanakan sesuai dengan prosedur syariah. Strategi penghimpunan zakat di Baznas meliputi dari individu juga dari instansi pemerintah yang bekerjasama dengan Baznas dan mengadakan seminar tentang zakat, Baznas juga dapat menyalurkan dana yang di dapat pada perguruan tinggi khususnya pada prodi zakat.

*Business Model Canvas* (BMC) adalah konsep model bisnis yang ditampilkan dalam satu lembar kanvas. Bisnis model ini juga dapat dijadikan sebagai alat untuk mendeskripsikan, dalam menganalisa dan merancang sebuah bisnis pada suatu perusahaan. Model ini adalah suatu gambaran untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana suatu organisasi dapat menciptakan, membeikan, dan menangkap nilai. BMC berisi peta sembilan elemen yang mencakup *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue stream, key*

---

<sup>114</sup> Dian Purnamasari dan Achmad Firdaus, *Analisis Strategi Penghimpunan Zakat dengan Pendekatan Business Model Canvas*, Jurnal Human Falah, Volume 4, Nomor 2, 2017

*activity, key resources, key partnership dan cost structure.*<sup>115</sup> Muzakki yang membayarkan zakatnya ke Baznas mencakup muzakki individu dan perusahaan.

*Business Model Canvas* adalah salah satu untuk membantu melihat lebih akurat bagaimana rupa usaha yang sedang atau akan dilaksanakan.

Berikut komponen dari Business Model Canvas :

- a. *Customer Segment* (segmen pelanggan atau donatur) yaitu menjelaskan siapa saja target-target pelanggan atau donatur.<sup>116</sup> Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung saat ini sebagian besar muzakki yang membayar yakni dari kalangan Aparatur Sipil Negara dikarenakan sasaran yang lebih tepat sasaran yakni menggerakkan jiwa para Aparatur Sipil Negara untuk segera membayarkan zakat profesi pada lembaga yang dinaungi oleh pemerintah seperti halnya Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung.
- b. *Value Proposition* (Nilai yang ditawarkan) yaitu keseluruhan gambaran produk dan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan para customer, manfaat yang ditawarkan kepada segmen pasar yang dilayani.<sup>117</sup> Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung perlu memberikan sebuah layanan pada muzakki selain mempermudah dalam proses menghimpun dengan beberapa

---

<sup>115</sup> Retno Setyorini dan Randy Oktavianry rey, *Analisis Model Bisnis pada Eighteen Nineteen Laundry dengan Pendekatan Business Model Canvas*, Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis, Volume 1, No. 1, 2017, hlm.71

<sup>116</sup> *Ibid.*

<sup>117</sup> *Ibid.*

teknologi yang mudah dijangkau, seperti halnya diterbitkannya NPWZ(Nomor Pokok Wajib Zakat) kartu ini berfungsi sebagai registrasi keanggotaan seseorang sebagai muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional, NPWZ yang telah dimiliki oleh muzakki sudah terhubung dengan aplikasi muzakki corner sehingga para muzaki bisa dengan mudah mengecek atau mengontrol setoran zakat dan bisa mencetak kwitansi sendiri, selain itu muzaki corner juga melayani layanan jemput zakat bagi mereka yang ingin dijemput zakatnya. Mengenai pencatatan pendistribusian yang sekarang ini sudah adanya sistem informasi manajemen BAZNAS (SIMBA) aplikasi tersebut mampu memberikan informasi mengenai dana yang telah terhimpun. BAZNAS juga memberikan informasi baik mengenai program atau jumlah dana yang terkumpul beserta proses pendistribusian yang telah dilakukan.

- c. *Channels* (Saluran) yaitu bagaimana cara agar produk, jasa, dan nilai tambah yang diciptakan ini disadari, dibeli, dan sampai ke tangan customer. Channels merupakan sarana bagi organisasi untuk menyampaikan value proporsition kepada customer segment yang dilayani. Channels berfungsi dalam beberapa tahapan mulai dari kesadaran pelanggan sampai ke pelayanan purna jual.<sup>118</sup> *Chanel*s (Saluran) dalam hal ini juga sangat diperlukan bagi lembaga Badan Amil Zakat Nasional untuk mempermudah mendakwahkan zakat

---

<sup>118</sup> *Ibid.*

kepada masyarakat baik dalam segi sosialisasi maupun dalam segi penghimpunan. Baik saluran yang dimiliki sendiri ataupun yang bekerja sama dengan mitra. Sebagian muzaki lebih banyak membayar zakat secara langsung di kantor Badan Amil Zakat Nasional karena pada umumnya masyarakat masih befikir atas kepercayaannya dalam membayar zakat apabila bisa membayarkan zakat secara langsung sehingga doa pun didapatkan secara langsung dari petugas amil yang menerima zakat. Badan Amil Zakat Nasional juga mendakwahkan zakat bisa melalui buletin, facebook dan sosialisasi. Mengenai pelayanan seperti muzakki corner itu melalui RAKERDA (Rapat Kerja Daerah) dengan pemateri dari tim Badan Amil Zakat Nasional tingkat Provinsi untuk menyampaikan layanan muzakki corner pada masyarakat. Peranan perbankan juga digunakan oleh para muzakki yang jauh dari kantor zakat bisa membayarkan zakat melalui bank dimana pihak bank juga sudah mengetahui untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS.

- d. *Revenue Stream* (Aliran Pendapatan) yaitu penjelasan tentang apa saja hal-hal yang membuat bisnis mendapatkan pemasukan dari para pelanggannya. Revenue stream adalah hal yang utama bagi sebuah perusahaan. Hal ini yang menjadi pembeda dengan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung dalam hal arus pendapatan. Dana Zakat, Infak dan Shodaqoh yang terkumpul merupakan dana amanah yang bukan menjadi miliknya tetapi



dipeuntukkan oleh beberapa golongan dan untuk kemaslahatan umat, Sehingga pengelolaan dana tersebut harus sesuai dengan ketentuan syariah.

- e. *Customer Relationship* (Hubungan dengan pelanggan) yaitu menjaga hubungan atau menjalin ikatan dengan pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan dekat.<sup>119</sup> Badan Amil Zakat Nasional selaku lembaga dalam lingkup pemerintah yang mengelola dana umat tentu saja harus memiliki hubungan yang baik dengan pihak yang membayarkan zakatnya ke lembaga. Hubungan dapat bersifat pribadi sampai otomatis. Hubungan dengan muzakki akan sangat berpengaruh pada loyalitas dalam membayarkan zakatnya. Hubungan yang dibangun oleh Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung dengan muzaki sangat erat dengan adanya kritik saran yang diberikan muzaki mengenai masalah penghimpunan, penyaluran hingga program yang dilakukan. Pihak lembaga juga selalu memberikan informasi mengenai dana yang telah diterima dan disalurkan dan juga program-program yang telah dibuat. Mengenai pelaksanaan program pada Badan Amil Zakat Nasional juga turut mengikutsertakan dari sebagian para muzaki untuk ikut serta dalam program yang dilaksanakan guna menjaga hubungan baik dan menambah kepercayaan muzaki pada lembaga yang telah mengelola dana zakat, infak dan shodaoh tersebut.

---

<sup>119</sup> *ibid.*

- f. *Key Activities* (Aktivitas utama) yaitu aktivitas atau proses kunci yang ada di bisnis tersebut. Merupakan kegiatan utama untuk dapat menjalankan atau menciptakan value proposition.<sup>120</sup> *Key Activities* menjelaskan bahwa apa saja aktivitas utama yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional dalam menjalankan proses dari menghimpun sampai dana bisa tersalurkan. Aktivitas utama yang dilakukan yakni sebelum melakukan kegiatan tersebut ada RKAT(Rencana Kegiatan Anggaran Tahunan) yang telah tersusun pada tahun sebelumnya untuk dijalankan dalam tahun ini, yang berisi tentang program-program yang akan dilaksanakan. Setelah RKAT itu sudah dijalankan aktivitas pertama yang dilakukan yakni sosialisasi ke berbagai lini masyarakat, lembaga dan instansi pemerintah. Sosialisasi juga dilakukan pada media sosial seperti facebook. Selanjutnya pihak Badan Amil Zakat Nasional juga menawarkan pembayaran secara langsung ke kantor, layanan jemput zakat, ataupun via UPZ dan transfer sesuai dengan kehendak muzaki. Setelah dana terhimpun, dana tersebut disimpan pada setiap sepuluh hari sekali dan disetor ke Bank. Setelah itu Badan Amil Zakat mendata muzaki dengan dibuatkan NPWZ(Nomor Pokok Wajib Zakat), zakat yang dibayarkan akan disalurkan sesuai dengan ketentuan syariah. Penyaluran yang dilakukan berdasarkan pada data mustahik yang masuk, berupa proposal masuk atau laporan data dari masyarakat

---

<sup>120</sup> *ibid.*

dan masjid-masjid. Lalu setelah itu dilakukan survey calon mustahik tersebut dengan melihat realita sesungguhnya apakah layak dibantu atau tidak, Calon mustahik disurvey untuk memastikan kondisi sesungguhnya sehingga dana tersalurkan sesuai dengan sasaaran kepada yang berhak menerimanya, setelah dilakukan survey data hasil survey dilaporkan pada ketua untuk mengambil keputusan layak dibantu atau tidak, apabila dibantu itu ditulis pada disposisi beserta keterangan jumlah yang akan disalurkan. Setelah itu pihak Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung menghubungi pihak yang telah mengajukan proposal tersebut untuk menerima dana. Setelah itu dilakukan pelaporan dari dana yang terhimpun sampai dana yang tersalurkan. Dana zakat, infak dan shodaqoh yang disalurkan terbagi menjadi dua, penyaluran secara konsumtif dan produktif (pendayagunaan), penyaluran konsumtif yang dilakukan tidak hanya memberikan konsumsi harian pada fakir miskin tetapi juga biaya pengobatan, biaya pembangunan masjid dan mushola yang telah bersertifikat tanah wakaf, pemberian beasiswa studi. Penyaluran produktif yang dilakukan antara lain yakni berupa permodalan untuk usaha, pendampingan usaha, serta pelatihan dalam manajemen usaha.

- g. *Key Resources* (Sumber daya utama) yaitu sumber daya kunci atau utama yang diperlukan dalam menciptakan nilai tambah bagi para pelanggan, sumber daya yang dimiliki yang digunakan untuk mewujudkan value proposition.<sup>121</sup> sumber daya utama seperti pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung. Sumber daya yang memungkinkan dalam lembaga untuk menciptakan sebuah nilai dan menawarkan, menjangkau pasar serta mempertahankan hubungan dengan muzaki. Mengenai sumber daya fisik utama bagi lembaga adalah kantor yang terletak di Jl Mayor Sujadi No. 172. Dalam menunjang operasional harian, seperti peralatan komputer, kendaraan operasional, jaringan internet dan lainnya menjadi asset yang dibutuhkan. Sedangkan dalam sumber daya manusia, Badan Amil Zakat Nasional tentunya membutuhkan tenaga amil yang berkompeten di setiap bidangnya, Baik itu pengetahuan di bidang zakat, infak dan shodaqoh, IT, akuntansi dan pekantoran design grafis dan lainnya.
- h. *Key Partners* (Partner utama) yaitu berhubungan dengan supplier, distributor, atau partner dalam hal lain.<sup>122</sup> *Key Partnership* merupakan elemen yang sangat penting dalam suatu kemitraan utama yang menjelaskan kerja sama yang sangat baik antara lembaga Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung baik dalam segi menghimpun seperti halnya yang sudah dilakukan

---

<sup>121</sup> *ibid.*

<sup>122</sup> *Ibid.*

dengan melalui lembaga atau instansi pemerintah, lembaga pendidikan, Bank, UPT(Unit Pelaksana Teknis), UPZ (Unit Pengumpul Zakat) di masjid-masjid. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung selalu menjaga hubungan baik dengan mitra yang bekerjasama.

- i. *Cost Structure* (Struktur pembiayaan) yaitu penjelasan mengenai struktur biaya yang terlibat dan dikeluarkan dalam bisnis.<sup>123</sup> *Cost Structure* adalah struktur biaya yang merupakan biaya yang penting dan muncul ketika mengopeasikan suatau aktivitas dalam sebuah lembaga. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung dalam hal ini biaya yang muncul pada saat melakukan penghimpunan sampai penyaluran. Karakteristik biaya yang dikeluarkan oleh Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tulungagung adalah mencakup dalam biaya tetap dan biaya variabel. Biaya Tetap meliputi biaya pembayaran gaji karyawan, langganan internet, perawatan kendaraan operasional, biaya listrik. Biaya listrik masuk dalam biaya tetap dikarenakan organisasi beroperasi pada hari tertentu dan waktu tertentu yang sama disetiap bulannya. Mengenai biaya variabel yakni biaya percetakan brosur, tabloid, formulir dan lainnya.

---

<sup>123</sup> *Ibid.*