

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Verdianti & Puja (2023) dengan judul Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat Terhadap Efektivitas Dalam Pengumpulan Zakat Pada BAZNAS Kalbar. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 43 responden lembaga BAZNAS Kalbar dengan analisis regresi linier sederhana melalui aplikasi SPSS versi 25. Peneliti menggunakan variabel digitalisasi zakat sebagai X terhadap variabel Y yaitu efektivitas. Untuk alat ukur efektivitas meliputi kemampuan menyesuaikan diri, prestasi kerja, kepuasan kerja, kualitas, penilaian oleh pihak luar. Pengujian regresi menghasilkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara digitalisasi zakat dan efektivitas dalam pengumpulan zakat pada BAZNAS. Penggunaan digitalisasi berpengaruh terhadap efektivitas berdasarkan hasil pernyataan responden adanya tingkat pencapaian yang telah sesuai dengan tingkat ukuran mutu kerja dan tujuan BAZNAS. Transaksi digitalisasi zakat melalui aplikasi LinkAja dapat digunakan dengan mudah dan cepat dalam membayar zakat. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin tinggi penggunaan digitalisasi maka pengumpulan zakat semakin efektif (Verdianti & Puja, 2023).

Penelitian lainnya oleh Nugroho, et al (2021) berjudul Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki: Studi pada LAZNAS Baitul Maal Ku Kabupaten Karawang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada LAZNAS Baitul Maal Ku menggunakan dua strategi fundraising yaitu langsung (online) dan strategi tidak langsung. Peneliti melihat bagaimana kendala-kendala dalam strategi fundraising di LAZNAS Baitul Maal Ku tersebut. Hasil penelitian ini yaitu strategi yang paling efektif dalam penerimaan dana zakat adalah strategi tidak langsung (online) melalui *payroll* transfer rekening kerjasama kemitraan dengan korporasi yang ada di wilayah tersebut. Namun, strategi belum optimal dalam meningkatkan jumlah dana zakat dan jumlah muzakki di Kabupaten Karawang. Untuk faktor-faktor pendorong muzakki dalam

menyalurkan zakatnya ke LAZNAS Baitul Maal Ku yaitu, legalitasi LAZNAS, program-program yang jelas, pelaporan yang transparan, dan pemberdayaan mustahik. Sedangkan dalam menghimpun dana zakat terdapat faktor-faktor penghambat yaitu pemahaman masyarakat yang kurang, penyaluran zakat secara tradisional, adanya LAZNAS-LAZNAS yang beroperasi, donatur yang belum mencapai *nishab* (Nugroho et al., 2021).

Menurut penelitian oleh Jamaludin & Aminah (2021) berjudul Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada BAZNAS Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti mengukur efektivitas menggunakan teori Duncan dengan meliputi beberapa indikator yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi. Serta menghitung hasil perhitungan penghimpunan BAZNAS Kota Tangerang menggunakan rumus 19 rasio biaya penghimpunan (*Collection Expenses Ratio*) dan rumus 20 rasio penghimpunan pada tahun 2019. Hasil penelitian ini yaitu bahwa terdapat dua sistem digitalisasi yaitu internal dan eksternal diantaranya SIMBA dan Zakat digital. Penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kota Tangerang dinilai sudah efektif, dilihat dari terpenuhinya indikator-indikator efektivitas nya. Serta dari hasil perhitungan rasio biaya penghimpunan (CER) dan rasio penghimpunan dapat dikatakan bahwa penghimpunan dana zakat pada BAZNAS juga sudah efektif/efisien (Jamaludin & Aminah, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Mukhlisin (2020) berjudul Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber penelitian yaitu data primer merupakan sumber langsung dari Dompot Dhuafa dan data sekunder yang diperoleh dari website dan media sosial Dompot Dhuafa. Peneliti melihat dari data rata - rata penghimpunan zakat tahun 2016 – 2018 adanya pertumbuhan yang signifikan baik dari sisi penerimaan zakat secara keseluruhan maupun pada penghimpunan zakat pada aplikasi zakat online mengalami peningkatan positif setiap tahunnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya sistem aplikasi zakat online memberikan dampak yang positif terhadap penerimaan zakat pada Dompot Dhuafa (Hidayat & Mukhlisin, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Pujianto & Kristianingsih (2020) berjudul Analisis Program Layanan Zakat Digital terhadap Penerimaan Zakat dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis (DEA) pada Badan Amil Zakat Nasional. Untuk mengukur efisiensi peneliti menggunakan alat analisis dengan menggunakan DEA terhadap variabel input yaitu dana zakat ( $I^1$ ), Biaya Operasional ( $I^2$ ) dan variabel output yaitu Penerimaan dana zakat digital ( $O^1$ ) tahun 2016-2018. Hasil penelitian menunjukkan program layanan zakat digital memiliki tingkat efisiensi secara optimal melalui penghimpunan dana zakat. Efisiensi juga terjadi pada semua variabel input dan output (Pujianto & Kristianingsih, 2020).

Penelitian lainnya oleh Saputro & Sukmana (2020) berjudul Pemilihan Aktivitas Fundraising Zakat Organisasi Pengelola Zakat di Jawa Timur Menggunakan Analytic Network Process. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analytic Network Process dengan model BOCR (Manfaat, Peluang, Biaya, Risiko). Hasil Penelitian ini yaitu bahwa metode fundraising yang paling umum digunakan OPZ di wilayah Jawa Timur yaitu penggalangan dana secara langsung dan tidak langsung. Peneliti menemukan bahwa yang paling dominan yaitu penggalangan dana langsung dengan nilai prioritas 37,90% ( $W = \text{signifikan}$ ). Kedua penggalangan dana digital (25,11%,  $W = \text{signifikan}$ ). Dan alternative ketiga penggalangan dana tidak langsung (17,12%,  $W = \text{signifikan}$ ) (Saputro & Sukmana, 2020).

Penelitian lainnya oleh Maghfirah (2020) berjudul Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online. Ruang lingkup penelitian ini adalah mengidentifikasi pengaruh pengumpulan zakat melalui sistem teknologi online serta pengaruh sosialisasi zakat melalui sosial media dengan menggunakan analisis *Maqashid asy-Syariah Jasser Audah*. Hasil penelitian ini yaitu penggunaan layanan online dalam pembayaran zakat pada LAZNAS kota Yogyakarta memberikan dampak kemudahan bagi muzakki. Kedua adanya sosialisasi melalui media sosial berdampak pada kesadaran masyarakat dalam membayar zakat. Sehingga melalui penggunaan teknologi online ini merupakan perwujudan *Maqashid asy-Syariah* melalui inovasi pengembangan. Secara juzziyahnya bertujuan untuk mencari solusi dari tidak optimalnya penghimpunan dana zakat

menghasilkan optimalnya dana zakat. Sehingga dapat tercapainya *hifdz al-mal* dan *hifdz ad-din* bagi para muzakki dan mustahik (Maghfirah, 2020).

Penelitian lainnya oleh Nurhidayat (2020) berjudul Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19. Lokasi penelitian dibatasi pada beberapa OPZ yaitu BAZNAS, Dompot Dhuafa, LAZNASismu dan LAZNASisnu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data didapatkan dari berbagai media. Hasil penelitian ini yaitu strategi *fundraising* yang menjadi unggulan saat ini yaitu penghimpunan secara manual dan digital. dengan disesuaikan segmentasi muzakki milenial yang lebih memilih digital *fundraising* (Nurhidayat, 2020).

Penelitian lainnya oleh Rohim (2019) berjudul Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital *Fundraising*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi pustaka. Sumber data didapatkan dari beberapa sumber literatur terdiri atas jurnal ilmiah, buku-buku, serta artikel melalui media online. Hasil penelitian ini yaitu dengan adanya transformasi menuju pemanfaatan kanal digital *fundraising*, program pengelolaan dan penghimpunan zakat dapat terlaksana dengan baik serta juga dapat mengedukasi masyarakat terkait kewajiban membayar zakat (Rohim, 2019).

Penelitian lainnya oleh Rijah & Nilawati (2019) berjudul Potensi Pembayaran Zakat Secara Online dan Offline serta Realisasi Dana Zakat di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder bersumber dari berbagai literatur. Hasil penelitian ini yaitu dengan adanya digitalisasi zakat potensi penerimaan zakat secara online cukup efektif dan efisien. Namun, untuk keseluruhan penghimpunan zakat di Indonesia masih dikuasai penghimpunan secara manual. Dan realisasi penerimaan zakat di Indonesia pada tahun 2012 – 2017 terus meningkat setiap tahunnya. Meskipun, masih jauh dari potensi yang ada dengan realisasi sekitar hanya 0,2 – 1%. Penyebabnya yaitu karena mayoritas masyarakat lebih menyukai menyalurkan zakat mereka secara langsung ke mustahik maupun ke lembaga yang belum resmi seperti masjid, mushola, dan lembaga sosial yang tidak terdata (Nilawati & Rijal, 2020).

Penelitian lainnya oleh Fauzia, et al (2021) berjudul *Mapping the Potential of Zakat Collection Digitally in Indonesia*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari BPS, Puskas Baznas dan Sensus Penduduk

periode 2019. Dalam proses pemetaan menggunakan metode K-means Cluster. Dan perhitungan potensi zakat digital menggunakan metode *Exploratory Data Analysis (EDA)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemetaan dikelompokkan menjadi 3 klaster yang terdiri dari klaster 1 sebanyak 30 provinsi, klaster 2 sebanyak 3 provinsi dan klaster 3 sebanyak 1 provinsi. Dimana setiap variabel dari setiap klaster diberikan kategori tinggi, sedang, dan rendah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan masing-masing variabel potensi zakat digital di Indonesia. Dari hasil yang didapatkan estimasi potensi penghimpunan zakat digital di Indonesia tahun 2019 mencapai 5,32 triliun rupiah per bulan dimana potensi zakat digital paling tinggi berada di provinsi Jawa Barat (Fauzia et al., 2021).

Penelitian lainnya oleh Ramadhany, et al (2021) berjudul *Empowerment of Muslim Entrepreneurs Community in Efforts to Optimize Zakat Collection Through Digital Fundraising Media*. Penelitian ini menggunakan metode penggabungan kualitatif dan kuantitatif dengan teknik analisis SWOT dan analisis statistik deskriptif. Populasi yang diambil merupakan komunitas pengusaha muslim kota Jambi dengan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 86 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya penghimpunan BAZNAS kota Jambi sudah optimal. Namun ada beberapa tantangan yang dihadapi yaitu pertama pandangan masyarakat lebih memilih untuk menyalurkan zakat secara langsung kepada orang terdekat. Kedua belum adanya sosialisasi langsung baik ke UMKM maupun komunitas pengusaha muslim di Jambi. Ketiga kurangnya kepercayaan masyarakat pembayar zakat melalui kanal digital (Ramadhany & Isnaeni, 2021).

Penelitian lainnya oleh Ninglasari & Muhammad (2021) berjudul *Zakat Digitalization: Effectiveness of Zakat Management During Covid-19 Pandemic*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan platform digital memiliki banyak manfaat khususnya di masa pandemic Covid-19 karena memberikan kemudahan bagi penggunanya. Namun, disamping itu platform digital memiliki kelemahan dan ancaman baik bagi lembaga zakat maupun muzakki dan mustahik. Salah satunya yaitu kurangnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat di bidang teknologi informasi serta maraknya kejahatan dunia maya. Untuk itu,

lembaga zakat dapat melakukan berbagai strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada (Ninglasari & Muhammad, 2021).

Penelitian lainnya oleh Che & Salleh (2020) berjudul *Technological Transformation in Malaysian Zakat Institutions: A Qualitative Analysis*. Lokasi penelitian yaitu beberapa lembaga zakat di daerah Malaysia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data primer dan didapatkan melalui situs website dan informasi sistem pembayaran zakat online. Hasil penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar lembaga zakat Malaysia sudah mulai menggunakan sistem teknologi khususnya dalam pembayaran zakat. Namun, dalam pendistribusian dan pelaporan dana zakat ke masyarakat belum menggunakan teknologi secara keseluruhannya. Teknologi dipercaya dapat meningkatkan operasional lembaga zakat menjadi lebih efisien dan efektif dalam mendistribusikan harta kepada yang membutuhkan. Sehingga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dapat meningkat (Che & Salleh, 2020).

Penelitian lainnya oleh Kasri & Putri (2018) berjudul *Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study*. Objek penelitian diambil pada beberapa jenis lembaga zakat di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara semi terstruktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam strategi penghimpunan dana zakat. Lembaga zakat perusahaan dan pemerintah lebih banyak menggunakan strategi penghimpunan tradisional, dengan pendekatan kemitraan dan berorientasi masyarakat untuk mengkomunikasikan zakat. Namun, disisi lain lembaga zakat swasta banyak menggunakan strategi penghimpunan dana zakat dengan berorientasi pasar dengan menggabungkan pendekatan penghimpunan non digital dan komunikasi individu (Kasri & Putri, 2018).

Tabel 4. Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Verdianti & Puja (2023)	Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat Terhadap Efektivitas Dalam Pengumpulan Zakat Pada BAZNAS Kalbar.	Metode kuantitatif dengan 43 responden dari lembaga BAZNAS Kalbar dengan analisis regresi linier sederhana melalui aplikasi SPSS versi 25.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara digitalisasi zakat dan efektivitas dalam pengumpulan zakat pada BAZNAS.
2	Nugroho, et al (2021)	Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki: Studi pada LAZNAS Baitul Maal Ku Kabupaten Karawang	Metode kualitatif dengan pendekatan naturalistik dan sumber data yaitu primer dan sekunder.	Strategi yang paling efektif dalam penerimaan dana zakat adalah strategi tidak langsung (online) melalui payroll dan belum optimal dalam pelaksanaannya.
3	Jamaludin & Aminah (2021)	Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada BAZNAS Kota Tangerang.	Metode kualitatif dengan analisis menggunakan teori Duncan dan rumus CER.	Penghimpunan dana zakat di BAZNAS Kota Tangerang dinilai sudah efektif, dilihat dari terpenuhinya indikator-indikator efektivitas nya
4	Hidayat & Mukhlisin (2020)	Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa.	Metode kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder.	Adanya sistem aplikasi zakat online memberikan dampak yang positif terhadap penerimaan zakat pada Dompot Dhuafa

5	Pujianto & Kristianingsih (2020)	Analisis Program Layanan Zakat Digital terhadap Penerimaan Zakat dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis (DEA) pada Badan Amil Zakat Nasional.	Metode kuantitatif dengan analisis DEA.	Program layanan zakat digital memiliki tingkat efisiensi secara optimal melalui penghimpunan dana zakat.
6	Saputro & Sukmana (2020)	Pemilihan Aktivitas Fundraising Zakat Organisasi Pengelola Zakat di Jawa Timur Menggunakan Analytic Network Process.	Pendekatan kualitatif dengan metode Analytic Network Process dengan model BOCR (Manfaat, Peluang, Biaya, Risiko).	Metode fundraising yang paling umum digunakan OPZ di wilayah Jawa Timur yaitu penggalangan dana secara langsung dan tidak langsung.
7	Maghfirah (2020)	Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online.	Menggunakan analisis <i>Maqashid asy-Syariah Jasser Audah</i> .	Penggunaan layanan online dalam pembayaran zakat pada LAZNAS kota Yogyakarta memberikan dampak kemudahan bagi muzakki.
8	Nurhidayat (2020)	Strategi Fundraising Zakat Pasca Pandemi Covid-19.	Pendekatan kualitatif dengan sumber data didapatkan dari berbagai media	Strategi <i>fundraising</i> yang menjadi unggulan saat ini yaitu penghimpunan secara manual dan digital. Milenial lebih menyukai digital penghimpunan.



9	Rohim (2019)	Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital <i>Fundraising</i> .	Metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi pustaka.	Adanya transformasi pemanfaatan kanal digital fundraising, program pengelolaan dan penghimpunan zakat dapat terlaksana dengan baik serta juga dapat mendukung masyarakat.
10	Rijah & Nilawati (2019)	Potensi Pembayaran Zakat Secara Online dan Offline serta Realisasi Dana Zakat di Indonesia.	Metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder bersumber dari berbagai literatur.	Adanya digitalisasi zakat potensi penerimaan zakat secara online cukup efektif dan efisien. Namun, sebagian besar OPZ masih menggunakan cara manual
11	Fauzia, et al (2021)	Mapping the Potential of Zakat Collection Digitally in Indonesia.	Menggunakan metode K-means Cluster dalam proses pemetaan dan perhitungan potensi zakat digital dengan EDA.	Estimasi potensi penghimpunan zakat digital di Indonesia tahun 2019 mencapai 5,32 triliun rupiah per bulan dimana potensi zakat digital paling tinggi berada di provinsi Jawa Barat.
12	Ramadhany, et al (2021)	<i>Empowerment of Muslim Entrepreneurs Community in Efforts to Optimize Zakat Collection Through Digital Fundraising Media.</i>	Metode gabungan kualitatif dan kuantitatif dengan teknik analisis SWOT dan analisis statistik deskriptif.	Upaya penghimpunan BAZNAS kota Jambi sudah optimal. Namun ada beberapa tantangan yang dihadapi yaitu pandangan, sosialisasi, dan kepercayaan masyarakat.

13	Ninglasari & Muhammad (2021)	<i>Zakat Digitalization: Effectiveness of Zakat Management During Covid-19 Pandemic.</i>	Metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis SWOT.	Penggunaan platform digital memiliki banyak manfaat khususnya di masa pandemic Covid-19 karena memberikan kemudahan bagi penggunaanya. Namun, masih terdapat kelemahan.
14	Che & Salleh (2020)	<i>Technological Transformation in Malaysian Zakat Institutions: A Qualitative Analysis.</i>	Metode kualitatif dengan sumber data primer dan didapatkan melalui situs website dan informasi.	Sebagian besar lembaga zakat Malaysia sudah mulai menggunakan sistem teknologi khususnya dalam pembayaran zakat. Namun, belum secara keseluruhan pengelolaan.
15	Kasri & Putri (2018)	<i>Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study.</i>	Pendekatan kualitatif dengan wawancara semi terstruktur.	Terdapat perbedaan dalam strategi pengumpulan lembaga zakat. Perusahaan dan pemerintah menggunakan strategi secara tradisional, sedangkan swasta menggabungkan dengan strategi non digital dan komunikasi individu.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Konsep Efektivitas

#### 2.2.1.1 Pengertian Efektivitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) efektivitas diartikan sesuatu yang berpengaruh dapat dikatakan juga sebagai akibat yang ditimbulkan, berhasil, menghasilkan suatu pencapaian dari sebuah usaha atau tindakan. Efektivitas juga

dapat dinilai dari berhasil atau tidaknya dari tujuan panduan khusus yang telah ditetapkan. Menurut Sondang dalam Othenk (2008: 4), efektivitas ialah penggunaan sumber daya, sarana dan prasarana dalam ukuran tertentu yang ditetapkan di awal untuk menghasilkan barang dalam jumlah tertentu atas kegiatan yang dilaksanakan. Dalam hal ini, efektivitas dapat mengindikasikan pencapaian dari segi tercapai tidaknya target yang telah ditentukan. jika output yang dihasilkan semakin mendekati target yang ditentukan, bisa dikatakan efektivitasnya tinggi (Sondang, 2008).

Menurut Mardiasmo (2017:134), efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Jika organisasi tersebut berhasil mencapai tujuan tersebut maka dapat dikatakan organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif (Nisa et al., 2022). Sedangkan menurut E. Mulyasa yang ditulis dalam bukunya efektivitas adalah terlaksananya tugas pokok, tercapainya tujuan, ketepatan waktu, dan adanya partisipasi aktif dari anggota. Lebih lanjut E. Mulyasa menjelaskan bahwa efektivitas berkaitan erat dengan perbandingan antara tingkat pencapaian tujuan dengan rencana yang telah disusun sebelumnya atau dapat dikatakan perbandingan hasil yang didapatkan dengan target yang telah ditentukan (E, 2006).

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan pengertian efektivitas adalah ukuran keberhasilan suatu organisasi dalam menjalankan programnya yang dapat dilihat dari perbandingan antara target yang telah ditentukan sebelumnya dengan hasil yang didapatkan.

### **2.2.1.2 Ukuran Efektivitas**

Richard M. Steers menuangkan dalam bukunya “Efektivitas Organisasi” menyebutkan ukuran efektivitas (Steers, 1977), yaitu sebagai berikut:

#### **1. Pencapaian Tujuan**

Keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dilihat sebagai suatu proses. Dibutuhkannya pentahapan agar pencapaian tujuan tersebut tercapai. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu: kurun waktu dan sasaran atau dengan kata lain target yang nyata.

#### **2. Integrasi**

Pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk melaksanakan sosialisasi atau menjalin komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi berkaitan dengan proses sosialisasi.

3. Adaptasi

Kemampuan organisasi dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Maka dari itu diperlukan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.

### 2.2.1.3 Indikator Efektivitas

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli dan teori efektivitas yang telah disusun, dalam mengukur efektivitas suatu kegiatan atau program diperlukan beberapa indikator. Peneliti melakukan pengukuran menggunakan teori efektivitas dari Sujadi F.X. Menurut Sujadi F.X bahwa untuk mencapai efektivitas diperlukan beberapa syarat-syarat atau unsur-unsur (Sujadi, 1996), sebagai berikut:

1. Berhasil guna, artinya bahwa kegiatan telah dilaksanakan dengan tepat dalam arti target tercapai sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Namun, target tersebut juga harus dilihat dari mutunya. Ukuran yang digunakan dalam aspek ini yaitu, tercapainya target, adanya pertumbuhan (*growth*), dan mutu layanan.
2. Ekonomi artinya, bahwa di dalam usaha pencapaian efektif itu maka biaya, tenaga kerja, material, peralatan waktu, ruangan, dan lain-lainnya telah dipergunakan dengan setepat-tepatnya sebagai yang telah ditetapkan dalam perencanaan, dan tidak terjadi pemborosan, penyelewengan maupun tindakan korupsi. Ukuran yang digunakan dalam aspek ini yaitu, ekonomis, SDM, Peralatan, Kecepatan waktu.
3. Pelaksanaan kerja yang dapat dipertanggungjawabkan, artinya membuktikan bahwa di dalam pelaksanaan kerja sumber-sumber telah dimanfaatkan dengan setepat-tepatnya dan harus terdapat laporan yang tepat, obyektif, menurut data dan fakta yang dapat dipercaya. Ukuran yang digunakan dalam aspek ini yaitu, Kesesuaian prosedur kegiatan, adanya laporan kegiatan, kesesuaian laporan, penggunaan sumber daya yang tepat.

4. Pembagian kerja yang nyata, artinya pelaksanaan kerja dikelompokkan berdasarkan beban kerja, kemampuan kerja dan waktu yang tersedia. Ukuran yang digunakan dalam aspek ini yaitu, Beban kerja, kemampuan kerja, waktu yang tersedia.
5. Prosedur Kerja yang Praktis, artinya kegiatan kerja yang dapat dikerjakan dengan mudah dan dapat dilaksanakan dengan lancar tidak hanya sebatas teori-teori saja. Ukuran yang digunakan dalam aspek ini yaitu, kemudahan pemantauan kegiatan, kemudahan data base dan pembuatan laporan, kendala.

## **2.2.2 Penghimpunan**

### **2.2.2.1 Pengertian penghimpunan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penghimpunan berasal dari kata dasar himpun yang berarti proses, cara, atau perbuatan menghimpun. Menurut Aminol Rosid Abdullah dalam buku “Manajemen Ziswaf (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf) menuliskan bahwa *fundraising* adalah kegiatan menghimpun dana dan mempengaruhi calon muzakki, baik perorangan maupun badan usaha, agar dapat menyalurkan dana zakat, infaq, dan shadaqahnya kepada Lembaga Pengelola Zakat. Kegiatan penghimpunan selalu berkaitan dengan keahlian seseorang, badan hukum, maupun organisasi untuk mengajak atau mempengaruhi orang lain sehingga memunculkan kesadaran, kepekaan, dan motivasi dalam membayar zakat, menafkahkan atau menginfakkan hartanya (Abdullah, 2021).

Menurut Abdul Ghofur dalam buku “Tiga Kunci Fundraising” menuliskan *fundraising* adalah proses pengumpulan dan sumber daya lainnya dalam menciptakan sinergi program untuk pemberdayaan masyarakat. Dana yang berasal dari donatur ini dikelola dengan baik oleh lembaga yang nantinya dapat dipertanggungjawabkan (Ghofur, 2018).

Menurut Yusuf Qardhawi dalam Syamsuri (2020) terkait penghimpunan dana zakat peran negara sangatlah penting. Negara dapat memberikan amanat khusus kepada kepada petugas atau amil zakat dalam melakukan pengelolaan zakat termasuk di dalamnya penghimpunan dana zakat. Dimana mereka dapat mendapatkan bagian dari dana tersebut karena sebab tugasnya tersebut (Syamsuri et al., 2020).

Lebih lanjut Qardhawi menyebutkan bahwa pengelolaan dan penghimpunan dana zakat memiliki beberapa ketentuan. Pertama, dalam penghimpunan dan pengelolaannya dana zakat harus perwilayah (tidak terpusat) dan wajib terpisah dengan pendapatan negara lainnya. Kedua, Negara yang gagal dalam mewajibkan pembayaran zakat, bukan berarti menghilangkan kewajiban muzakki terhadap zakat, dan tidak dapat digantikan dengan pajak. Ketiga, ketika negara tidak mampu secara maksimal dalam pengelolaan zakat, maka lembaga amil zakat bersifat swasta yang telah resmi ditunjuk pemerintah diizinkan dalam menghimpun dan mengelola zakat (Syamsuri et al., 2020).

Dasar hukum penghimpunan tercantum dalam firman Allah SWT dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 103:

" خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ "

“103. Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”

Di dalam ayat tersebut Allah memerintahkan Rasul-Nya dan orang yang menjadi penggantinya (pemimpin selanjutnya) untuk mengambil zakat dari kaum muslimin agar membersihkan harta mereka dan menyempurnakan iman mereka.

Dalam undang-undang Nomor 23 tahun 2011 pasal 1 menyebutkan bahwa pengelolaan zakat merupakan kegiatan yang terdiri atas perencanaan, pelaksanaan dan pengkoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat. Pemerintah memberikan amanat kepada lembaga yang ditunjuk dalam melakukan kegiatan pengelolaan zakat ini yaitu Badan Amil Zakat (BAZNAS) dan juga Lembaga Amil Zakat (LAZNAS).

Terdapat asas-asas pengelolaan zakat yang termuat dalam undang-undang Nomor 23 tahun 2011, sebagai berikut:

- a Syariat Islam, dalam pelaksanaan pengelolaannya lembaga zakat harus berpanduan menyesuaikan dengan syariah Islam.

- b Amanah, lembaga zakat harus menjadi lembaga profesional yang dapat dipercaya oleh masyarakat.
- c Kemanfaatan, lembaga zakat harus mampu memberikan kebermanfaatan seluas-luasnya bagi mustahik.
- d Keadilan, dalam mendistribusikan zakat lembaga zakat tidak hanya dituntut berlaku adil, tetapi tidak pilih kasih, serta harus tepat sasaran.
- e Kepastian hukum. Muzakki dan mustahik wajib mempunyai jaminan kepastian hukum dalam proses pengelolaan zakat.
- f Terintegrasi, pengelolaan zakat harus dilakukan secara hierarki sehingga dapat menumbuhkan target penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.
- g Akuntabilitas. Lembaga zakat wajib memberikan pertanggungjawaban kepada masyarakat serta mudah diakses oleh masyarakat dan pihak yang memiliki kepentingan.

#### 2.2.2.2 Metode penghimpunan

- a Penghimpunan secara langsung (*Direct Fundraising*)  
 Penghimpunan secara langsung adalah Penghimpunan secara langsung merupakan bentuk-bentuk kegiatan penghimpunan yang melibatkan dan berinteraksi secara langsung antara amil dan muzakki. Dikutip dalam (Saputro & Sukmana, 2020) Dalam metode penghimpunan ini muzakki dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara langsung. Contoh penghimpunan secara langsung: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung. Selain itu terdapat juga jemput zakat dan tabungan sedekah (Rusadi, 2022).
- b Penghimpunan secara tidak langsung (*Indirect Fundraising*)  
 Penghimpunan secara tidak langsung adalah teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Metode ini biasanya dilakukan dengan promosi dalam pembentukan citra lembaga yang kuat. Selain itu, penghimpunan secara tidak langsung juga terdapat perantara yang menghubungkan antara amil dan muzakki (Hasanah, 2016). Contoh penghimpunan secara tidak langsung: *Advertorial*, *image campaign*, penyelenggaraan even. penghimpunan secara tidak



langsung dapat juga dilakukan dengan pemanfaatan penggunaan digitalisasi seperti kanal berbagi melalui website, layanan transfer donasi, scan QR Code dan media sosial (Rusadi, 2022).

### **2.2.2.3 Tujuan Penghimpunan**

Kegiatan penghimpunan sangat penting dalam sebuah lembaga zakat. Beberapa tujuan dalam penghimpunan yaitu. Pertama, untuk keberlanjutan suatu lembaga zakat yang biasanya digunakan untuk biaya operasional, pelaksanaan program, kebutuhan gaji, dll. Kedua, untuk meminimalkan ketergantungan lembaga zakat kepada pihak tertentu. Dengan adanya kegiatan penghimpunan dibutuhkan untuk memperluas jaringan muzakki atau donatur. Ketiga, untuk mengembangkan dan perluasan wilayah lembaga zakat agar dapat tetap melakukan pelayanan secara optimal. Keempat, untuk menjaga eksistensi suatu lembaga dari dukungan secara moral maupun legal. Kelima, untuk menciptakan keberlangsungan hidup lembaga zakat hingga masa depan (Abidah, 2016).

### **2.2.3 Penghimpunan Non Digital**

Sebagian besar OPZ yang ada di Indonesia menjalankan *direct fundraising* dan *indirect fundraising* seperti corporate, event, dan digital *fundraising*. Penghimpunan secara langsung atau non digital merupakan zakat yang dilakukan secara tatap muka antara muzakki dan amil. Melalui penghimpunan langsung muzakki dapat berinteraksi secara langsung dengan amil sehingga dapat maksimal dalam membangun komunikasi kepada muzakki. Namun, terdapat kelemahan disebabkan adanya keterbatasan jumlah amil dan luas wilayah pengumpulan dana sehingga menghabiskan biaya operasional terlalu besar contohnya pada program jemput zakat maupun pembukaan gerai zakat (Susilawati, 2018).

Sebelum adanya transformasi digital selama ini OPZ telah melakukan penghimpunan secara non digital atau disebut dengan langkah konvensional metode konvensional atau secara langsung merupakan layanan yang ditawarkan oleh OPZ bagi para muzakki melalui program yang bersifat secara langsung. Metode konvensional bisa seperti *door to door*, antar jemput, pembayaran tunai, dan juga

transfer melalui bank. Selain itu, terdapat beberapa kegiatan kreatif dan inovatif yang dilakukan OPZ dalam metode konvensional ini seperti *kencleng umat* (celengan umat), kerja sama dengan radio dalam sosialisasi, dan *religious fund* (Rohim, 2019).

#### **2.2.4 Penghimpunan Digital**

Pada era Revolusi Industri 4.0 penggunaan teknologi, komunikasi, dan informasi semakin maju dan terus berkembang. Istilah yang diperkenalkan pertama kali pada acara Hannover Fair 2011 di Jerman ini diberikan untuk merangkum berbagai bentuk perubahan yang terjadi di dalamnya seperti, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), perdagangan digital (*e-commerce*), data raksasa (Big Data), teknologi finansial, hingga sampai pada penggunaan robot. Kemudian pada era inilah proses digitalisasi terjadi (Kominfo, 2019).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) digitalisasi adalah proses pemberian atau pemakaian sistem digital. Proses ini terus mengalami kemajuan yang terbilang cukup pesat. Dengan kemajuan yang pesat ini digitalisasi sangat membantu masyarakat dengan memberikan kemudahan juga menciptakan banyak perubahan dikarenakan pada era ini kita harus bisa membuat berbagai macam inovasi yang berlandaskan teknologi yang bisa digunakan untuk kegiatan sehari-hari. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, digitalisasi adalah kunci untuk Indonesia agar bisa memiliki daya saing dengan negara-negara lain yang mampu membuat ekonomi jadi lebih efisien (Kominfo, 2017).

Saat ini kemajuan teknologi informasi dan komunikasi terjadi begitu cepat, terjadi transisi dalam berbagai bidang di mana masyarakat menggunakan platform digital untuk berbagai aktivitas dan transaksi yang dilakukan. Fenomena ini juga telah banyak terjadi di berbagai aktivitas keuangan dan aktivitas sosial termasuk dalam hal pengelolaan ziswaf. Rendahnya penghimpunan dana ziswaf mendorong OPZ untuk melakukan berbagai inovasi dalam sosialisasi ziswaf dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi guna mengoptimalkan penghimpunan ziswaf di Indonesia. Salah satu strategi yang dilakukan oleh OPZ yaitu penggunaan platform digital sebagai media mensosialisasikan dan menghimpun ziswaf. Di era digital yang bersamaan dengan adanya pandemi covid

19, platform digital menjadi pilihan yang efektif dan efisien dalam mensosialisasikan dan menghimpun ziswaf (KNEKS, 2020).

Perkembangan digital menuntut setiap lembaga zakat untuk melakukan penyesuaian ikut dalam penggunaan digital dalam proses penghimpunan zakat agar lebih efektif dan efisien. Melalui perubahan digital ini dapat menjangkau muzakki lebih luas dan memudahkan muzakki dalam melakukan pembayaran zakat dimana saja serta kapan saja. Selain itu, dengan digitalisasi juga dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap OPZ karena meningkatnya transparansi dalam pengelolaan dan penyaluran (BAZNAS, 2021).

## 2.2.5. Konsep ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah)

### 2.2.5.1 Zakat

Zakat berasal dari bahasa Arab yaitu *zakah*, artinya tumbuh, suci dan bertambah. Menurut istilah dalam kitab al-Hawi, al-Mawardi mendefinisikan zakat dengan nama pengambilan tertentu dari harta tertentu, menurut sifat-sifat tertentu dan untuk diberikan kepada golongan tertentu (Baznas, 2020). Sedangkan menurut Peraturan Menteri Agama Nomor 52 Tahun 2014, zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha yang dimiliki oleh orang Islam untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Hal ini berdasarkan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat At-Taubah Ayat 60:

﴿إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاةِ فُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ  
وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

“60. Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.”

Dalam ayat tersebut dijelaskan terdapat delapan golongan yang berhak menerima zakat, yaitu terdiri atas fakir, miskin, amil zakat (panitia zakat), muallaf

(orang yang baru memeluk Islam), *riqab* (hamba sahaya), *gharimin* (orang yang berhutang), *fi sabilillah* (orang yang berjuang di jalan Allah SWT), *ibnu sabil* (musafir yang kehabisan harta dalam ketaatan kepada Allah SWT).

Secara umum, zakat terbagi dalam dua jenis yaitu zakat fitrah dan zakat *maal*. Zakat fitrah (*zakat al-fitr*) merupakan zakat yang diwajibkan atas setiap jiwa baik laki-laki maupun perempuan muslim yang dilaksanakan setiap bulan puasa sampai dengan sebelum masuknya waktu sholat idul fitri. Sedangkan zakat *maal* adalah zakat yang dikenakan atas segala jenis harta, yang secara zat maupun substansi perolehannya, tidak bertentangan dengan ketentuan agama. Contoh zakat *maal* terdiri atas zakat uang, emas, surat berharga, penghasilan, profesi, dan lain-lain (Baznas, 2020).

Zakat memiliki peranan yang sangat penting khususnya dalam upaya pemberdayaan potensi ekonomi umat. Zakat merupakan salah satu solusi alternatif dan strategis yang ditawarkan Islam melalui sistem pengelolaan distribusi dan pendayagunaan zakat produktif dan kreatif (Anik & Prastiwi, 2019). Dengan pengelolaan yang optimal diharapkan dapat merubah mustahik menjadi muzakki, sehingga kesejahteraan masyarakat semakin meningkat. Zakat juga berperan untuk melindungi dari bencana kelaparan serta memerangi dari kemiskinan yang merupakan sumber dari permasalahan sosial seperti kejahatan dan kriminalitas (Sitepu, 2018).

#### **2.2.5.2 Infak**

Berbeda dari zakat, infak berasal dari bahasa Arab *anfaqo* yang berarti membelanjakan atau memberikan harta. Dalam KBBI infak artinya sumbangan atau pemberian harta selain zakat wajib bertujuan untuk kebaikan. Menurut Abdul Aziz Dahlan dalam ensiklopedi Hukum Islam infak adalah sesuatu yang diberikan untuk orang lain dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya karena Allah SWT. Kebutuhan hidup dapat terdiri sandang, pangan, papan, selain itu ada kebutuhan sosial (Ikit et al., 2016).

Dalam pandangan Islam, infak merupakan pemberian sebagian harta untuk suatu kepentingan yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini tercantum dalam ayat berikut:

لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلَأَنْفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُؤَفِّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظَلَمُونَ

“272. Bukanlah kewajibanmu menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah-lah yang memberi petunjuk (memberi taufiq) siapa yang dikehendaki-Nya. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), maka pahalanya itu untuk kamu sendiri. Dan janganlah kamu membelanjakan sesuatu melainkan karena mencari keridhaan Allah. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan, niscaya kamu akan diberi pahalanya dengan cukup sedang kamu sedikitpun tidak akan dianiaya (dirugikan).”

Berdasarkan hukumnya infak dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) (Nurhayati et al., 2019) yaitu, sebagai berikut:

- a Infak yang bersifat wajib. Infak dengan hukum wajib meliputi zakat, nazar, dan *kaffarat*, dimana jumlahnya sudah ditentukan secara pasti. Namun, terdapat infak wajib yang tidak tentukan jumlah pastinya seperti halnya suami yang memberikan penghasilannya untuk kebutuhan rumah tangga.
- b Infak bersifat sukarela. Infak jenis ini terdapat keleluasaan terkait pemberiannya. Tidak ditentukan mengenai jenis harta yang diinfakkan, waktu, ataupun jumlahnya. Contohnya infak untuk saudara dekat, fakir, miskin, dan yang membutuhkan lainnya.

### 2.2.5.3 Sedekah

Sedekah diambil dari kata bahasa Arab yaitu *shadaqah*, berasal dari kata sidq yang berarti kebenaran. Menurut Peraturan BAZNAS Nomor 2 Tahun 2016, sedekah adalah harta atau non harta yang dikeluarkan seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kebaikan umum (Savira & Suharsono, 2013). Sedekah memiliki pengertian yang luas lagi dibandingkan dengan infak. Dalam sedekah juga bisa dilakukan dengan pemberian non materi seperti waktu, tenaga, ibadah, perbuatan (zikir), dan lain sebagainya. Sehingga orang-orang yang tidak memiliki cukup harta pun dapat melakukan sedekah seperti halnya memberikan senyuman kepada orang lain, menolong, berkontribusi dengan tenaga untuk kepentingan umum, dan lain sebagainya.

Sedekah bersifat sukarela dengan maksud bersedia melakukannya tanpa adanya paksaan dan tidak terikat oleh ketentuan-ketentuan tertentu. Contohnya memberi sedekah untuk santunan dhuafa bisa dilakukan dengan memberikan materi seperti uang, namun juga dapat membantu acara tersebut dengan tenaga maupun pemikiran agar dapat berjalan dengan lancar (Nurhayati et al., 2019).

Para ahli fiqih sepakat bahwa pada dasarnya hukum dari sedekah adalah *sunnah*, dapat menjadi wajib, jika misalnya seseorang bertemu dengan orang lain yang sedang kelaparan sedang ia memiliki makanan. Maka, wajib ia memberikan makanan tersebut, namun, disisi lain hukum sedekah dapat berubah menjadi haram jika seseorang yang memberikan sedekah mengetahui harta yang diberikan akan digunakan untuk kemaksiatan oleh penerima sedekah tersebut (Barkah et al., 2020).

### **2.3 Deskripsi Objek Penelitian**

Bank Muamalat pada awalnya membentuk sebuah unit pengelola zakat, infak, dan sedekah (ZIS) dan dana sosial kebajikan pada tahun 1994. Sebelumnya didirikan atas dasar tanggung jawab Bank Muamalat terhadap pemberdayaan ekonomi mikro pada masa itu. Lalu diresmikan oleh Wakil Presiden RI, DR. Hamzah Haz dan Muhammad Tolchah Hasan selaku Menteri Agama pada 16 Juni 2000 sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZ) yang independen dan profesional dengan nama resmi Yayasan Baitulmaal Muamalat (BMM, 2022).

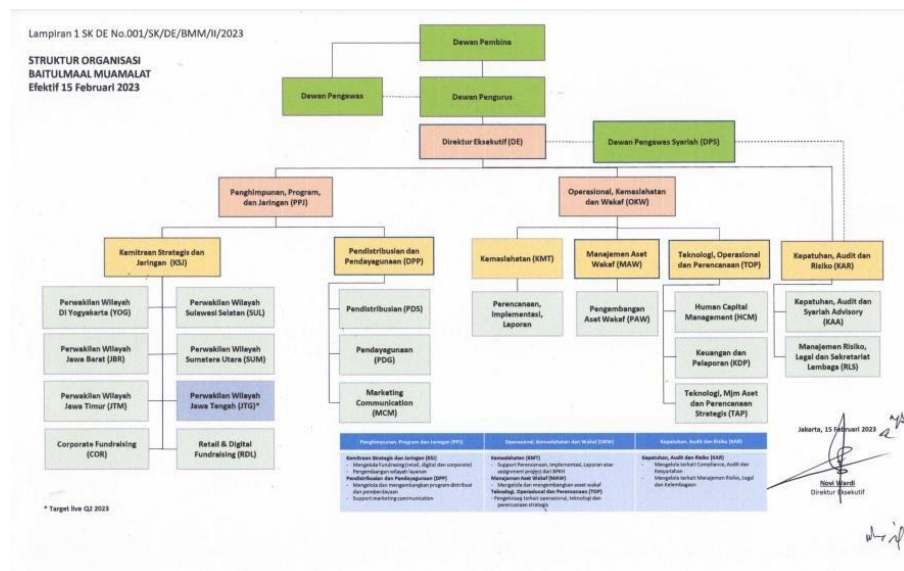
Baitulmaal Muamalat juga dipercaya oleh para wakif untuk mengelola harta benda wakaf. Pada tahun 2018 mendapatkan perpanjangan STB BWI No. 3.3.00006 sebagai nazhir wakaf dan baru di perbarui pada tahun ini perizinannya. Beberapa program unggulan wakaf yaitu Executive Tahfidz Center dan Sentra Komersial Produk UMKM Tegalwaru.

Laznas BMM memiliki visi yaitu menjadi amil zakat nasional yang independen, profesional, dan unggul dalam memberikan kemudahan muzakki berzakat sesuai syariah serta melayani dan meningkatkan kesejahteraan mustahik. Serta Laznas BMM juga memiliki misi yang terdiri dari: 1) Mengembangkan tata kelola yang baik berbasis teknologi dalam pengelolaan zakat dan wakaf. 2) Mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten untuk kesinambungan tumbuh kembang lembaga. 3) Membangun aliansi strategis dengan berbagai

pemangku kepentingan untuk kemandirian dan kemanfaatan lembaga. 4) Memberikan layanan bagi muzakki untuk menunaikan zakat dengan mudan dan benar sesuai syariah. 5) Mengembangkan layanan dan program pemberdayaan untuk meningkatkan kesejahteraan mustahik.

Nilai-nilai lembaga yang dimiliki Laznas BMM: 1) Amanah, menjaga kepercayaan dengan sungguh-sungguh sebagai suatu kehormatan. 2) Manfaat, selalu memberikan manfaat dalam setiap pemikiran, ucapan, dan perbuatan. 3) Inklusif, memberikan layanan terbaik kepada muzakki, mustahik, dan pemangku kepentingan lainnya dari berbagai kalangan. 4) Lurus, menempuh jalan lurus yaitu jalannya para nabi, orang-orang yang mati syahid, orang-orang yang shidiq, dan orang-orang sholih. 5) Islami, menjaga integritas dalam setiap aktivitas sesuai ajaran Islam, etika, dan aturan yang berlaku. 6) Modern, tanggap dan inovatif dalam memberikan solusi serta berpikir positif dan terbuka terhadap perubahan. 7) profesional, berorientasi pada proses dan layanan prima serta kompeten dan bertanggung jawab terhadap tugas dan kewajiban (BMM, 2022)

Laznas BMM memiliki struktur organisasi yang terbagi menjadi Dewan Pembina, Dewan Pembina, Dewan Pengawas, Dewan Pengurus, Dewan Pengawas Syariah, dan Seorang Direktur Eksekutif (DE) serta 6 divisi sesuai dengan fungsinya masing-masing.



Gambar 1 Struktur Organisasi BMM

Tabel 5. Struktur Kepengurusan LAZNAS BMM

<b>Pimpinan</b>	
<b>Direktur Eksekutif</b>	Novi Wardi
<b>Dewan Pengawas Syariah (DPS)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ust. Asrorun Niam Sholeh (Ketua)</li> <li>2. Ust. Ahmad Masykur</li> <li>3. Ust. Mohammad Adnan</li> </ol>
<b>Amil Pelaksana</b>	
<b>Perwakilan Wilayah dan Kemitraan Strategis (PWK)</b>	<p style="text-align: center;">Rina Ekawati</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. PWK DI Yogyakarta</li> <li>2. PWK Jawa Barat</li> <li>3. PWK Jawa Timur</li> <li>4. PWK Sulawesi Selatan</li> <li>5. PWK Sumatera Utara</li> <li>6. Hub Aceh dan Hub Semarang</li> </ol>
<b>Penghimpunan dan Layanan (PHM)</b>	<p style="text-align: center;">Muhammad Riyandi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ritel dan Digital</li> <li>2. Koorporat</li> <li>3. Marketing Communication</li> </ol>
<b>Pendistribusian dan Pendayagunaan (DPP)</b>	<p style="text-align: center;">Jahidin</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendistribusian</li> <li>2. Pendayagunaan</li> <li>3. Kemaslahatan BPKH</li> </ol>
<b>Manajemen Wakaf (WKF)</b>	Bakti Hariwiwoko
<b>Teknologi Operasional dan Perencanaan Strategis (TOP)</b>	<p style="text-align: center;">Galeh Pujonegoro</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Human Capital Management (HCM)</li> <li>2. Keuangan dan Pelaporan</li> <li>3. Teknologi, Manajemen Aset dan Perencanaan Strategis (TAP)</li> </ol>
<b>Kepatuhan, Audit, dan Sekretariat (KAS)</b>	Virelly Angelly



- 
1. Kepatuhan Regulatory Reporting Syariah Advisory
  2. Manajemen Risiko, Legal & Sekretariat Lembaga
  3. Audit & Kontrol Internal
- 

Laznas BMM terus berkembang dengan melakukan pembukaan kantor cabang atau perwakilan di beberapa daerah. Sampai saat ini Laznas BMM memiliki 5 perwakilan yaitu di daerah Jawa barat, DIY, Jawa timur, Sulawesi selatan, Sumatera utara serta ditambah dua hub service di Semarang dan Aceh. Tujuan pembukaan perwakilan ini yaitu sebagai perpanjangan tangan Laznas BMM pusat yang berada di DKI Jakarta dan dapat menjangkau penghimpunan dan memberikan dampak yang lebih luas.