

## **Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menarik Minat Donatur untuk Menyalurkan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (ZISWAF)**

**Ririn Nur Hidayah**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail: ririn\_uin@radenfatah.ac.id

### **Abstrak**

Strategi menarik minat donatur yang dilakukan dompet dhuafa dilakukan dengan metode mengembangkan budaya kerja lembaga yang terbuka/transparan, jujur, itqan (profesional), dan mengembangkan kreativitas dan inovasi tiada henti untuk tetap mencari cara terbaik dalam berinteraksi dan memberdayakan masyarakat sesuai dengan teori kotler dan keller yaitu lima metode yang digunakan dalam menarik minat donatur adalah advertising, personal selling, direct selling, public relations, dan events and experience, pelaksanaannya sudah sangat baik, pendapatan donasi dari para donatur yang mempercayakan dananya cukup banyak dan keberadaan dompet dhuafa ditengah masyarakat sangat membantu khususnya bagi masyarakat tidak mampu.

**Kata Kunci:** Dompot Dhuafa, Minat, Donatur, Ziswaf

Telah diingatkan bahwa harta kekayaan tidak boleh hanya berputar-putar di tangan kelompok orang kaya. Orang-orang berkuasa semestinya menyadari, bahwa dalam harta kekayaan yang dimilikinya ada hak bagi fakir dan miskin, sebuah perhatian yang penuh harus kita berikan kepada lapisan masyarakat yang belum bisa hidup wajar sebagaimana mestinya.

Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Quran yang artinya “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rizki-Nya, dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (QS. al-Mulk: 15).

Kondisi masyarakat yang mampu memunculkan suatu tatanan struktur sosial yang berkembang dalam suatu masyarakat akan menyebabkan adanya pertumbuhan ekonomi yang mempengaruhi suatu masyarakat di negara terbelakang, negara berkembang, bahkan negara maju. Disitulah pertumbuhan ekonomi memiliki andil yang lebih dari kemajuan suatu masyarakat.

Seseorang yang beruntung mendapatkan sejumlah harta pada hakekatnya hanya menerima titipan sebagai amanat untuk disalurkan sesuai dengan kehendak pemilik aslinya, yaitu Allah swt. Konsekuensi manusia yang kepadanya ditiptkan harta tersebut harus memenuhi aturan-aturan Allah baik dalam pengembangan maupun dalam penggunaannya, antara lain ada kewajiban yang dibebankan kepada pemiliknya untuk

mengeluarkan zakat, untuk kesejahteraan masyarakat. Karena pada hakekatnya harta itu milik Allah, sementara manusia hanya sebagai khalifah Allah, maka manusia wajib melaksanakan perintah Allah mengenai hartanya. Di antara perintah Allah mengenai harta ialah perintah zakat yang merupakan salah satu rukun Islam (Zuhri, 2000: 2).

Untuk mewujudkan manfaat zakat yang mampu menjadi pilar ekonomi, sosial, politik, pengelolaan zakat yang profesional menjadi prasyarat utama yang tidak boleh ditinggalkan. Menurut Qodri A. Azizy kata kunci dalam usaha meningkatkan kualitas dan kuantitas ZISWAF (Zakat, Infak, Sadaqah dan Wakaf) sebagai dana umat yang produktif dan potensial dalam manajemen. Pengelolaan tidak hanya berhenti pada pendayagunaan untuk usaha-usaha yang bersifat produktif dan perlunya penentuan skala prioritas pemanfaatan, tetapi juga mengharuskan adanya transparansi dan akuntabilitas (Azizy, 2004:123). Penggunaan manajemen dalam pengelolaan zakat bertujuan untuk memastikan tujuan-tujuan amal perbuatan tersebut dapat tercapai. Menurut Sherafat Ali Hashmi pola-pola manajemen yang ada selama ini dapat diimplementasikan dalam pengelolaan ZISWAF (Zakat, Infak, Sadaqah, dan Wakaf). Peran yang utama dalam implementasi ini terletak pada keberadaan lembaga zakat yang profesional. Dengan mengakomodasi prinsip-prinsip manajemen, diharapkan pendayagunaan filantropi Islam ini dapat maksimal.

Jadi yang dimaksud pengelolaan zakat berbasis manajemen, bukan hanya berbicara bagaimana memberdayakan dana zakat dari para muzakki untuk tujuan pemberdayaan mustahik. Namun, Pengelolaan zakat berbasis manajemen meliputi semua aspek yang terkait dengan pelaksanaan zakat sebagai salah satu pilar agama Islam. Dalam hal ini berkaitan dengan penyampaian ajaran zakat, pengumpulan (*fundraising*), penggunaan dan pemberdayaan mustahik dan pengawasan zakat (Hasan, 2011: 7). Dalam pengelolaan zakat, pengumpulan dan pendistribusian zakat merupakan dua hal yang sama pentingnya.

Dompot Dhuafa Republika adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infak, Sadaqah, dan Wakaf). Dompot Dhuafa akan terus mewujudkan masyarakat berdaya yang bertumpu pada sumber daya lokal melalui sistem yang berkeadilan.

Strategi menjadi bagian terpadu dari suatu rencana dan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan. Perencanaan yang cermat dan matang merupakan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau program kegiatan. Kegiatan yang dilakukan tidak akan tercapai dengan baik tanpa adanya strategi dan perencanaan yang digunakan. Strategi apa dan bagaimana yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang diinginkan.

Ada beberapa strategi yang digunakan oleh Dompot Dhuafa Sumatera Selatan dalam hal menarik minat donatur, baik itu donatur tetap agar tetap mau dan

mempercayakan transaksi ZISWAF pada Dompot Dhuafa secara berkelanjutan dengan memperpanjang status donatur tetap jika memang ia masih mampu, nantinya dana tersebut akan dibagi dalam beberapa program yang ada pada Dompot Dhuafa. Maupun donatur tidak tetap, yaitu donatur yang melakukan transaksi ZISWAF dengan waktu yang tidak ditentukan, dan tidak mempunyai kewajiban untuk mendonasikan hartanya setiap tahun pada Dompot Dhuafa (Reza Fahda, Wawancara, 03 Agustus 2016).

### **Strategi Menarik Minat Donatur untuk Menyalurkan Dana ZISWAF pada Dompot Dhuafa Sumatera Selatan**

Perkembangan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan peningkatan kualitas para amilnya. Hal ini berbanding lurus dengan pendapatan yang diperoleh LAZ dari tingkat kesadaran kaum muslimin dalam menunaikan kewajiban zakatnya. Zakat merupakan salah satu kewajiban bagi setiap muslim yang sudah memenuhi persyaratan kewajiban-kewajibannya. Semakin banyak LAZ bermunculan semakin banyak pula dana masyarakat bisa tereksplorasi (Reza Fahda, Wawancara, 12 Oktober 2016).

Banyaknya lembaga amil zakat yang berkembang di tengah masyarakat, akan menimbulkan pilihan pada masyarakat, pada lembaga amil zakat manakah dana mereka akan disalurkan kepada masyarakat tidak mampu. Dalam hal ini, masing-masing lembaga amil zakat, termasuk dompet dhuafa sumsel yang siap melayani para donatur tetap maupun tak tetap, harus mempunyai strategi dalam menarik minat donatur agar bersedia mendonasikan sebagian hartanya untuk disalurkan pada dompet dhuafa sumsel (Reza Fahda, Wawancara, 12 Oktober 2016).

Manajemen strategi mencakup tentang mengenali lingkungan dan menganalisa lingkungan, membuat formulasi strategi, mengimplementasikan dan juga melakukan pengendalian (evaluasi). Berikut merupakan pemaparannya (Reza Fahda, Wawancara, 12 Oktober 2016):

- a. Identifikasi donatur. Adalah tahapan yang dilakukan dompet dhuafa dengan cara menentukan siapa dan bagaimana profil dari potensial donatur yang akan digalangnya. Potensial donatur ini bisa perorangan maupun lembaga atau organisasi tertentu.
- b. Adalah tahapan yang dilakukan dompet dhuafa dalam menentukan metode yang tepat untuk melakukan pendekatan terhadap donatur. Hal ini perlu dilakukan karena akan menjadi penentu keberhasilan perolehan dana yang sebesar-besarnya dari fundrising pada para donatur. Ada lima metode yang digunakan dompet dhuafa dalam menarik minat donatur yaitu advertising, personal selling, direct selling, public relations, event and experience.
- c. Pengelolaan dan Penjagaan Donatur. Pengelolaan donatur dilakukan dengan tujuan meningkatkan jumlah sumbangan, mengarahkan donatur untuk menyumbang pada program tertentu, berusaha menjadikan donatur tidak tetap menjadi donatur tetap. Sedangkan penjagaan dilakukan dompet dhuafa dengan melakukan kunjungan hangat, menjemput donasi kerumah donatur,

- mengirimkan informasi, memberikan layanan, dan melibatkan donatur dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh dompet dhuafa.
- d. Monitoring dan evaluasi. Yaitu tahapan dimana dompet dhuafa memantau bagaimana proses dilakukannya kegiatan para fundriser serta melihat seberapa efektif implementasi dari metode yang telah ditetapkan.

### **Metode dan Strategi Dompot Dhuafa**

Dari beberapa pengertian para ahli mengenai strategi, minat, dan donatur yang sudah penulis jabarkan pada landasan teori, penulis menyimpulkan bahwa strategi menarik minat donatur yaitu upaya seseorang, lembaga, atau instansi dengan melakukan suatu perumusan perencanaan dalam hal menarik minat (ketertarikan) sasaran untuk mencapai suatu tujuan. Strategi yang digunakan Dompot Dhuafa sejak awal berdiri hingga sekarang tetap menggunakan strategi adalah “Mengembangkan budaya kerja lembaga yang terbuka/transparan, jujur, itqan (profesional), dan mengembangkan kreativitas dan inovasi tiada henti untuk tetap mencari cara terbaik dalam berinteraksi dan memberdayakan masyarakat” (Reza Fahda, Wawancara, 12 Oktober 2016).

Strategi yang diterapkan oleh dompet dhuafa untuk menarik minat donatur adalah agar para calon donatur baik donatur tetap maupun tidak tetap percaya untuk menyalurkan dananya pada dompet dhuafa yang diperoleh dari hasil wawancara penulis, secara garis besarnya dapat disimpulkan sesuai dengan teori kotler dan keller yang menyebutkan ada lima strategi untuk menarik minat donatur yang diterapkan untuk menarik minat donatur yaitu (Reza Fahda, Wawancara, 12 Oktober 2016):

a. *Advertising* (Periklanan).

Dalam menarik minat donatur, iklan merupakan salah satu strategi terpenting yang diterapkan oleh dompet dhuafa palembang. Melalui iklan, dompet dhuafa memperkenalkan program-program yang ada pada dompet dhuafa, membangun *image* agar dompet dhuafa dikenal oleh masyarakat luas. Melalui iklan, masyarakat akan lebih yakin dan percaya dengan program-program dompet dhuafa. Iklan-iklan yang dibuat oleh dompet dhuafa diterbitkan di berbagai media baik cetak maupun non cetak. Koran, majalah, media sosial, brosur, baliho, pamflet, bahkan televisi yang melibatkan sejumlah publik figur untuk menarik minat donatur. Hal ini dinilai cukup efektif sebagai strategi untuk menarik minat donatur untuk menyalurkan dananya pada dompet dhuafa. Periklanan adalah salah satu bentuk dari inovasi yang dilakukan dompet dhuafa untuk menarik minat donatur, melalui iklan yang dibuat semenarik mungkin yang diterbitkan dalam berbagai media baik cetak maupun non cetak, masyarakat akan lebih mengenal apa itu dompet dhuafa, berikut program programnya.

b. *Personal selling* (penjualan personal)

Salah satu strategi dalam menarik minat donatur yang diterapkan dompet dhuafa adalah dengan melakukan penjualan personal, yaitu penjualan yang

dilakukan secara langsung, bertatap muka dengan para calon donatur, menjelaskan secara langsung program-program dan layanan yang diberikan dompet dhuafa, dengan melakukan penjualan secara langsung, calon donatur bisa menanyakan segala hal yang perlu ditanyakan mengenai program yang ada pada dompet dhuafa, salah satu cara efektif yang dilakukan oleh dompet dhuafa adalah dengan mendirikan stand-stand dompet dhuafa dengan petugas fundraiser yang akan melakukan penjualan secara langsung, dan siap menjelaskan program, dan membantu menyelesaikan permasalahan calon donatur secara langsung, Hal ini juga dinilai cukup efektif dalam menarik minat donatur untuk menyalurkan dananya pada dompet dhuafa Palembang. *Personal selling* seperti yang sudah dijelaskan diatas sesuai dengan strategi yang diterapkan dompet dhuafa yaitu *itqan* (profesional). Para *fundriser* dituntut seprofesional mungkin dengan melakukan penjualan secara tatap muka dengan calon donatur. Memahami betul program-program yang mereka tawarkan. Menerapkan semboyan “senyum, sapa, salam” dari awal mengenalkan produk hingga *closing*.

c. *Public relation* (hubungan masyarakat)

Strategi lainnya dalam menarik minat donatur yang diterapkan dompet dhuafa Palembang adalah hubungan masyarakat, yaitu sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik pada masyarakat. Dengan melakukan hubungan baik pada masyarakat membangun *image* agar dompet dhuafa dikenal baik oleh masyarakat luas. Salah satu bentuk contoh terjalinnya hubungan dengan masyarakat yaitu dengan mengadakan khitanan masal, juga pembagian hewan qurban dengan melibatkan warga dapat diberikan secara merata kepada warga kecamatan dan kelurahan yang pendapatan hewan kurban sedikit. Dan hal yang tak kalah penting dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat, dalam hal ini khususnya hubungan baik dengan para donatur adalah membuat dan mengirim laporan perputaran dana masuk dan keluar dari para donatur setiap bulannya melalui email atau surat, sehingga terciptalah transparansi yang tidak menimbulkan pertanyaan-pertanyaan donatur seputar dana yang disalurkan pada dompet dhuafa. Hal ini juga tidak kalah penting dalam menarik minat donatur dan menjaga kepercayaan mereka kepada lembaga dompet dhuafa, membangun hubungan baik dengan masyarakat seperti yang sudah dijabarkan diatas sesuai dengan strategi menarik minat donatur yang diterapkan oleh dompet dhuafa Sumsel yaitu menjadi lembaga yang transparan dan jujur.

d. *Event and experience* (pagelaran acara)

Strategi yang kelima untuk menarik minat donatur yang diterapkan dompet dhuafa Palembang adalah pagelaran acara, Strategi ini dilakukan dengan

cara mengadakan event-event tertentu. Promosi dengan strategi ini cukup mempengaruhi ketertarikan calon donatur terhadap program-program dompet dhuafa karena respon masyarakat sebagai calon donatur sangat baik, dan banyak mendapat perhatian. Contohnya seperti mengadakan pengajian akbar yang menggunakan nama dompet dhuafa dan mempromosikan dompet dhuafa itu sendiri. Strategi ini juga sesuai dengan strategi dompet dhuafa yang terus melakukan inovasi untuk dapat berinteraksi dengan baik yang berusaha terus melibatkan dan memberdayakan masyarakat.

e. *Direct selling* (penjualan langsung)

Strategi ini menggunakan surat, faksimail, e-mail, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan mendapatkan tanggapan langsung dari calon donatur. Pada dompet dhuafa sumsel, strategi ini dilakukan dengan cara telemarketing, yaitu menghubungi donatur tetap maupun tidak tetap yang sudah memberikan nomor telepon nya pada setiap transaksi mendonasikan dananya. Hal ini dilakukan untuk memberitahu, mengingatkan, para donatur tentang program-program yang ada pada dompet dhuafa. Jika memang donatur tertarik untuk mendonasikan dananya, petugas dari dompet dhuafa siap menjemput donasi yang akan diberikan.

Dari uraian di atas bahwa strategi menarik minat donatur Dompot Dhuafa Sumsel dilakukan dengan metode Mengembangkan budaya kerja lembaga yang terbuka/transparan, jujur, itqan (profesional), dan mengembangkan kreativitas dan inovasi tiada henti untuk tetap mencari cara terbaik dalam berinteraksi dan memberdayakan masyarakat sesuai dengan teori kotler dan keller yaitu lima metode yang digunakan dalam menarik minat donatur adalah *advertising, personal selling, direct selling, public relations, dan events and experience*, pelaksanaannya sudah sangat baik, pendapatan donasi dari para donatur yang mempercayakan dana nya cukup banyak sehingga banyak program sudah terealisasi khususnya program pendidikan dan program kesehatan yang sangat penting bagi masyarakat. Keberadaan dompet dhuafa ditengah masyarakat sangat membantu khususnya bagi masyarakat tidak mampu.

### **Program yang Telah Terealisasi dari Penyaluran Dana ZISWAF**

Berikut program-program yang terealisasi dari penyaluran dana zakat, infak, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) yang dikelola LAZ Dompot Dhuafa Sumsel: Program Layanan Kesehatan Cuma-Cuma Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC) merupakan lembaga non profit jejaring Dompot Dhuafa khusus di bidang kesehatan yang melayani kaum dhuafa secara paripurna melalui pengelolaan dana sosial masyarakat (ZISWAF-Zakat, Infak, Shadaqah, dan wakaf) dan dana sosial perusahaan (Sumber: [ddsumsel.org/program](http://ddsumsel.org/program) (di akses 12 Oktober 2016, 23:20 wib)). Direct Program: (a) Klinik Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC), (b). Aksi Layanan Sehat (ALS) ke kantong-kantong *mustahik*, (c). Khitanan Massal (KhitMas), (c). Operasi Massal, seperti bibir sumbing dan katarak (OpMas), (d). Pembiayaan pasien berobat rujukan ke rumah

sakit, dan (e). Penyuluhan Kesehatan, seperti: penyuluhan pola hidup sehat, kanker serviks, anemia kecacingan pada anak, dll Hingga saat ini telah terdata 4.500 orang member kesehatan di LKC yang telah menerima manfaat dari program kesehatan Dompot Dhuafa Palembang.

Program Pendidikan Pendidikan adalah kunci penting dalam perjalanan hidup seseorang. Pendidikan yang baik mampu mengubah nasib. Denganya, status seseorang akan terangkat dengan sendirinya. Baik dari sisi sosial maupun ekonomi. Hal inilah yang mendasari mengapa lini pendidikan mendapatkan perhatian lebih oleh Dompot Dhuafa Sumsel selaku lembaga amil zakat yang ada di Kota Palembang. Melalui beberapa program pendidikan, DD Sumsel memanfaatkan dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF) dari para donatur untuk membantu para siswa dan mahasiswa tidak mampu. Program-program tersebut diantaranya (di akses 12 Oktober 2016, 23:20 wib)):

Program Beastudi Prestasi. Beastudi Prestasi berupa program pemberian bantuan sekolah yang diberikan untuk siswa SD hingga perguruan tinggi. Beastudi prestasi memberikan kesempatan kepada donatur untuk memilih tingkatan penerima program beasiswa yang diinginkan. Yakni, mulai dari SD, SMP, SMA, atau perguruan tinggi. Saat ini, total penerima manfaat beasiswa aktif sebanyak 80 orang. Penerima beastudi juga akan mendapatkan program pembinaan berkala dan program Super Camp, yang merupakan program peningkatan kemampuan *learning how to learn*.

Program Beasiswa Aktivis Nusantara. Beasiswa Aktivis Nusantara atau Bakti Nusantara diwujudkan dalam tiga bentuk kegiatan. Pertama, pemberian dukungan aktivitas setiap bulan dan dukungan aktivitas dalam dan luar negeri. Kedua, fasilitas pengembangan diri, yakni pelatihan dan pembinaan. Pelatihan terdiri atas pembangunan karakter, pelatihan kepemimpinan, pelatihan kepenulisan, pelatihan komunikasi publik, dan pelatihan nilai-nilai.

Pembinaan terdiri atas pembinaan aktivis, yakni pendampingan kepemimpinan praktis oleh fasilitator yang meliputi aspek agama, kepemimpinan, keterampilan manajerial, akademik, dan sosial yang juga berperan sebagai sarana berbagi, pemantauan, dan evaluasi bagi peserta program oleh fasilitator. Selain itu, terdapat kunjungan tokoh, yakni kunjungan dan diskusi bersama tokoh nasional sebagai sarana memperkaya wawasan dan gagasan bagi peserta program sekaligus memperluas jaringan bagi peserta dan lembaga. Beasiswa Aktivis juga dilengkapi dengan penugasan, baik secara perorangan maupun kelompok. Penugasan dilakukan dalam bentuk menulis artikel, diskusi kelompok, dan acara bersama penerima beasiswa. Salah satu penugasan kelompok adalah proyek gerakan sosial. Seluruh rangkaian program dikelola oleh seorang fasilitator pada setiap daerah program yang bertindak sebagai manajemen program sekaligus pendamping bagi peserta.

Beasiswa Aktivis saat ini terdiri atas 96 mahasiswa dan 70 alumni dari Institut Pertanian Bogor, Institut Teknologi Bandung, Universitas Indonesia, Universitas Padjadjaran, Universitas Gadjah mada, Universitas Sebelas Maret, dan Universitas Sriwijaya.

Program Sekolah Guru Indonesia. Sekolah Guru Indonesia (SGI) adalah salah satu jejaring divisi pendidikan Dompot Dhuafa yang berkomitmen melahirkan Guru Transformatif yang memiliki kompetensi mengajar, mendidik dan berjiwa kepemimpinan sosial. Sekolah Guru Indonesia yang siap mengabdikan diri menjadi guru serta siap berkontribusi bagi kemajuan pendidikan di seluruh penjuru Nusantara. Total penerima manfaat SGI sejak Oktober 2009 adalah sebesar 20.135 jiwa yang meliputi 158 mahasiswa SGI, 1.276 guru dan 18.701 siswa Sekolah Dasar.

Sejak tahun 2009, Sekolah Guru Indonesia telah membina 6 (enam) angkatan dan menyemangati anak-anak muda inspiratif tersebut menjadi Guru di 31 Kabupaten daerah terdepan, terluar dan tertinggal di seluruh wilayah republik Indonesia. Hingga angkatan ke-6, Sumsel telah mengirimkan 11 perwakilan untuk mengabdikan diri sebagai guru transformatif yang berasal dari berbagai perguruan tinggi yang ada di Sumsel.

Program Yatim Kreatif Indonesia. Yatim Kreatif Indonesia (YAKIN) merupakan Program yang dikelola oleh Dompot Dhuafa Sumatera Selatan berupa program pembinaan Character Building dan Life Skill anak-anak dan orang-orang yang mau belajar, dan ingin mengubah Indonesia dengan ilmu. Program Yatim Kreatif Indonesia (YAKIN) di Palembang merupakan sebuah komunitas yang terdiri dari anak-anak yatim atau yatim piatu, baik yang berada di bawah pengawasan keluarganya, maupun anak yang diasuh oleh panti asuhan, berusia mulai dari 5 s/d 18 tahun. Namun tidak menutup kemungkinan untuk anak-anak sekitar yang dhuafa maupun tidak, untuk mengikuti kegiatan ini. Karena semakin banyak yang ikut dalam kegiatan ini, maka tujuan agar Indonesia ke depan jauh lebih baik akan terwujud. Anak-anak yang belajar di kampus YAKIN terdata sebanyak 83 orang dan yang aktif hingga saat ini hanya 53 orang. Kegiatan YAKIN sendiri baru menempati tempat baru yang bernama KAMPUS YAKIN, tempat dimana pembinaan life skill dan Character Building dilakukan di jl. Yudo No. 64 Komplek Kampus Blok H Lorong Pakjo, Ilir Barat II, Palembang. Saat ini KAMPUS YAKIN baru mempunyai satu buah saung.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan, bahwa: Strategi menarik minat donatur yang dilakukan dompet dhuafa dilakukan dengan metode mengembangkan budaya kerja lembaga yang terbuka/transparan, jujur, itqan (profesional), dan mengembangkan kreativitas dan inovasi tiada henti untuk tetap mencari cara terbaik dalam berinteraksi dan memberdayakan masyarakat sesuai dengan teori kotler dan keller yaitu lima metode yang digunakan dalam menarik minat donatur adalah *advertising, personal selling, direct selling, public relations, dan events and*



*experience*, pelaksanaannya sudah sangat baik, pendapatan donasi dari para donatur yang mempercayakan dananya cukup banyak dan keberadaan dompet dhuafa ditengah masyarakat sangat membantu khususnya bagi masyarakat tidak mampu.

Program-program Dompot Dhuafa yang telah terealisasi sudah cukup banyak, namun program yang lebih diprioritaskan yaitu program pendidikan dan program kesehatan. Karena, program pendidikan dan kesehatan dinilai sangat penting dan dibutuhkan bagi masyarakat kurang mampu. Keberadaan program-program tersebut sangat bermanfaat bagi kalangan masyarakat menengah bawah.

**Referensi**

- Achmad, Arief Budiman. (2012). *Good Governance Pada Lembaga Ziswaf*. Semarang: Lembaga Penelitian IAIN Walisongo
- Hasan, Muhammad. (2011). *Manajemen Zakat Model Pengelolaan Yang Efektif*, Yogyakarta: Idea Press.
- <http://ddsumsel.org/program> (di akses 12 Oktober 2016, 23:20 wib)
- Qodri Abdillah Azizy, Ahmad. (2004). *Membangun Fondasi Ekonomi Umat Meneropong Prospek Berkembangnya Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Reza Fahda, Wawancara, 03 Agustus 2016
- Saifudin Zuhri. (2002). *Zakat di Era Reformasi (Tata Kelola Baru)*. Semarang: Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo.