

ABSTRAK

Hikmah. 2017. *Strategi Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) Pada Griya Yatim & Dhuafa Cabang Banjarmasin*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing (I) Rahman Helmi, S.Ag., MSI. Pembimbing (II) M. Haris, SH, M.kn.

Kata Kunci: Strategi, Penghimpunan, dana zakat infak sedekah.

Penelitian ini berawal dari angka kemiskinan setiap tahun bertambah, Griya Yatim & Dhuafa merupakan Lembaga Amil Zakat yang berupaya menggalang dana zakat infak sedekah yang ada di masyarakat, untuk dapat kepercayaan dari masyarakat dan menjalankan fungsinya, serta harus mampu menjadi lembaga yang transparan atas seluruh kegiatannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inventarisasi faktor internal yang menjadi kekuatan, kelemahan, dan faktor eksternal yang mejadi peluang dan ancaman yang mempengaruhi penghimpunan dana zakat infak sedekah (ZIS), serta alternatif strategi dan prioritas strategi pemasaran dalam penghimpunan dana zakat infak sedekah (ZIS) yang tepat bagi Griya Yatim & Dhuafa Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dengan melakukan wawancara dan koesioner/angket. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, SWOT merupakan salah satu metode untuk menentukan strategi pemasaran dengan mengimplementasikan faktor faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada Griya Yatim & Dhuafa. Kemudian hasil tersebut dapat diringkas berupa simpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan adalah: banyaknya program penyaluran dana, memiliki peran dalam menghimpun dana, kelengkapan administrasi dengan adanya database, letak yang strategis, selalu melakukan sosialisasi pada masyarakat, jumlah donator selalu signifikan. Kelemahannya adalah: belum memiliki banyak jaringan dengan berbagai instansi, susah mendapatkan izin untuk meletakkan kotak amal, kurangnya aset untuk menampung anak yatim, kurangnya brosur dari pusat, kurangnya pemanfaatan sarana promosi, penyaluran dana tidak semuanya di Banjarmasin. Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah: besarnya jumlah umat Islam di Banjarmasin, pemanfaatan teknologi, kepercayaan masyarakat dalam pengelolaan dana, *image* dalam pengelolaan dana cukup dikenal, pemanfaatan kerja sama yang maksimal. Ancamannya adalah, banyaknya pesaing baik lembaga Bank maupun non-Bank, banyaknya program sejenis dari pesaing, pesaing mempunyai jalur penghimpunan dana luas, banyaknya organisasi sejenis, persaingan yang tidak sehat dalam penghimpunan dana. Hasil pemetaan matrik Internal Eksternal Griya Yatim & Dhuafa berada pada posisi tumbuh dan berkembang. Alternatif dan prioritas strategi pemasaran yang tepat bagi Griya Yatim & Dhuafa Cabang Banjarmasin dan menjadi prioritas secara berurutan sebagai berikut: membuktikan pengelolaan dana dengan program penyaluran, menjalin kemitraan yang kuat dengan berbagai perusahaan dalam menghimpun dana, membangun jaringan komunikasi dengan berbagai instansi dan pengelola rumah makan, *mini market*, warung, dan tempat umum.