

ABSTRAK

Nor Anida Fatma, 2021. *Strategi Fundraising Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Kalimantan Selatan*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Pembimbing I Raden Yani Gusriani, SE., MM. Pembimbing II Jumi Herlita, M.Sc.

Kata Kunci: Strategi, *Fundraising*, Zakat Profesi

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dikerjakan bagi setiap muslim yang telah sampai nisab dan haulnya. Seiring perkembangan zaman banyak profesi yang tidak mendapat kewajiban membayar zakat sebagaimana yang dijelaskan dalam al-qur'an, namun dalam fikih kontemporer muncul istilah baru yang dikenal dengan zakat profesi. Hal ini menjadi pertentangan di berbagai kalangan yang menyebabkan perlunya strategi dalam mengedukasi maupun sosialisasi untuk mengumpulkan zakat profesi ini, sebagaimana data dari BAZNAS tahun 2017 zakat profesi ini memiliki potensi yang sangat besar yaitu 286 Triliun, namun faktanya baru terkumpul Rp 6 Triliyun atau 2.1% dari potensi Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi perumusan, implementasi, dan evaluasi dari strategi *fundraising* zakat profesi yang dilakukan oleh BAZNAS Kalsel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data-data primer dan sekunder dari hasil wawancara maupun dokumentasi serta perkembangan penerimaan zakat oleh BAZNAS Kalsel. Data akan dianalisa menggunakan analisis model Miles an Huberman setelah diverifikasi maka akan di analisa menggunakan analisis SWOT. Landasan teori yang digunakan yaitu Strategi, Analisis SWOT, Fundraising, dan Zakat Profesi.

Hasil dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa dalam strategi *fundraising* BAZNAS Kalsel mempunyai tiga strategi dalam perumusan strategi yaitu membentuk UPZ (Unit Pengumpul Zakat), Melalui Ritel, dan melalui Partnership, kemudian strategi dalam implementasi strategi yaitu melalui UPZ, melalui Ritel, dan Partnership, serta strategi dalam evaluasi yaitu menggunakan IKK (Indikator Kinerja Kunci) dalam mengevaluasi ketiga strategi tersebut.