

ABSTRAK

Ahmad Solehudin, Manajemen Strategi Ziswaf Assalaam dalam upaya optimalisasi pemberdayaan Santri Yatim (Studi Deskriptif di Lembaga Amil Zakat Assalam Jl. Sasakgantung no. 13 Balonggede Kec Regol Kota Bandung, Jawa Barat 40251)

Suatu Lembaga Amil Zakat sudah mendapatkan kepercayaan menjalankan tugas dan fungsinya untuk menyalurkan zakat, infaq, wakaf dan shodaqoh. Lembaga Amil Zakat harus memperlihatkan kinerjanya dengan maksimal, agar masyarakat lebih tertarik dalam berzakat, infaq, sodaqoh, dan wakaf tersebut. Zakat merupakan sumber dana potensial yang dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Didalam pelaksanaannya, ibadah zakat melibatkan sejumlah kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan harta benda, pengelolaan, pendistribusian, pengawasan, pengadministrasian, bahkan pertanggung jawaban yang berat karena berkaitan dengan harta benda. Oleh karena itu sangatlah dibutuhkan manajemen yang baik dalam pengelolaannya sehingga didirikan lah lembaga lembaga yang berkaitan dengan zakat.

Penelitian ini juga memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui manajemen strategik LAZ Assalam yatim meliputi (1) Formulasi strategi pengelolaan Ziswaf Assalam. (2) Implementasi strategi pengelolaan Ziswaf Assalam. (3) Evaluasi strategi pengelolaan Ziswaf Assalam.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu menurut Thompsons dan Stickland III yaitu defenisi dari manajemen strategi yang didalamnya terdapat psroses manaejemen strategi, yaitu formulasi manajemen, implementasi manajemen dan juga evaluasi manajemen.

Penelitian ini merupakan pada penelitian kualitatif yang mengambil lokasi penelitian di Lembaga Amil Zakat Assalam dengan menggunakan metode deskriptif, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan Ziswaf LAZ Assalam dalam upaya optimalisasi pemberdayaan Yatim meliputi 1) formulasi strategi yang mendukung berjalannya LAZ Assalam dalam pengembangan visi dan misi lembaga, identifikasi peluang dan ancaman, identifikasi kekuatan dan kelemahan, penetapan tujuan jangka panjang dan penentuan alternatif strategi. 2) Implementasi strategi yang dilaksanakan sangat terkoordinir dengan baik dilihat dari pengembangan strategi sesuai dengan budaya lembaga, pengarahan padabidang pemasaran dan pengaplikasian aspek pengelolaan Ziswaf yang baik dan matang. 3) evaluasi strategi yang didalamnya meliputi peninjauan dari faktor internal dan eksternal, pengukuran kinerja serta pengkoreksian serta pengambilan tindakan.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Pengelolaan, Ziswaf