

Analisis Manajemen Produk pada PZU (Pusat Zakat Umat) Bandung

Asep Rudianto

Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam (STEMBI) Bandung
Email : aseprudianto@stembi.ac.id

Wulan Rahmayanti

Program Studi Ekonomi Syariah – STEMBI BANDUNGBUSINESS SCHOOL
Email : wulanrahmayanti297@gmail.com.

Abstrak

Tujuan_ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen produk pada pusat zakat umat bandung, produk-produk pusat zakat umat bandung kendala dan solusi manajemen produk pada pusat zakat umat bandung

Desain/Metode_ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggunakan dua sumber data. Teknik pengumpulan data yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi

Temuan_ Manajemen produk pada pusat zakat umat Bandung telah menjalankan fungsi manajemen yaitu planing, organization, actuating, controlling. Dengan adanya SOP yang telah dibuat. Produk produk yang terdapat pada pusat zakat umat Bandung yaitu program unggulan 5 keumatan, umat peduli, umat pintar, umat shaleh, umat sehat, dan umat mandiri. Adapun untuk kendala saat ini yaitu dari segi penghimpunandana dan kesadaran mustahik yang belum menyadari akan pentingnya menjadi seorang muzzaki.

Implikasi_ Hasil penelitian dapat menjadi referensi dalam pengembangan manajemen produk pada pusat zakat umat Bandung.

Originalitas_ Materi yang diangkat dalam penelitian ini hasil dari karya ilmiah dan penelitian dilakukan langsung oleh peneliti.

Tipe Penelitian_ Studi Empiris.

Kata kunci : Manajemen, Produk, Pusat Zakat Umat.

I. Pendahuluan

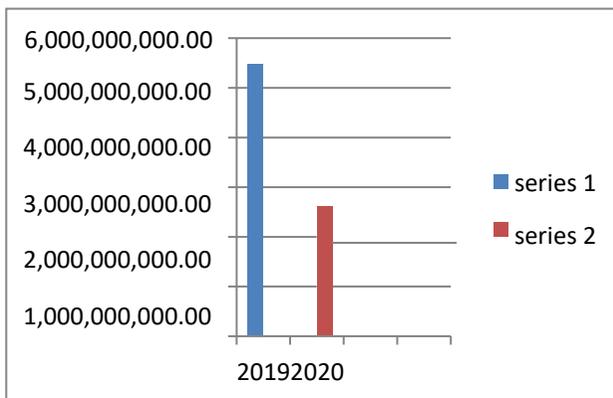
Produk penghimpunan dana, lembaga Amil Zakat Nasional (BAZNAS) secara umum yang diketahui oleh masyarakat salah satunya yaitu zakat, infak dan sedekah. Zakat merupakan ciri dari sistem ekonomi islam, karena zakat termasuk salah satu implementasi dan bentuk keadilan dalam islam. Selain didasarkan kepada al- quran dan sunnah sehingga menjadi sarana untuk ibadah, karena hukum zakat sendiri yaitu wajib (fardu ain). (Rahmad : 2019). Sebagaimana dalam Qs al-baqarah ayat 43 Allah berfirman :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang yang rukuk.(Qs.2:43)

Oleh karena itu, dalam Islam terdapat perintah mengenai zakat, infaq, dan sedekah. Selain sebagai perintah syari'at (ibadah), zakat, infaq, sedekah juga sebagai upaya dan sarana bagi umat Islam untuk pemberdayaan masyarakat dan membangun perekonomian menjadi lebih baik. (Syifa'ul Amil :2019). Menurut Ma'ruf Amin dalam (antaranews.com) Upaya yang dilakukan untuk Menurut data yang diperoleh Pusat zakat umat mengalami penurunan dalam segi penghimpunan dana bisa dilihat dalam diagram berikut

Gambar 1. Diagram batang penghimpunan dana ZIS pusat zakat umat Bandung.



Dari diagram batang tersebut dapat dilihat bahwa keadaan penghimpunan dana zakat infak sedekah pada Pusat Zakat Umat Bandung mengalami penurunan kurang lebih sebesar 52.3 % dari tahun sebelumnya. Kendala yang saat ini terjadi pada pusat zakat umat bandung yaitu dari segi penghimpunan dana apalagi disaat pandemi covid

19. Berbagai cara yang dilakukan Pusat Zakat Umat Bandung untuk tetap bertahan dan menghadapi persaingan yang ketat dengan lembaga zakat yang lainnya. Pusat Zakat Umat Bandung membuat berbagai program yang menarik supaya para muzaki tertarik untuk menyimpan dan menitipkan dana zakat, infak, dan sedekah. Sehingga dibutuhkan manajemen yang baik supaya produk yang ditawarkan dapat diterima oleh masyarakat banyak.

Dari latar belakang diatas dapat kita ketahui bahwa lembaga pusat zakat umat Bandung memiliki kendala dalam segi penghimpunan dana Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian tentang bagaimana manajemen produk yang dilakukan pada Pusat zakat umat Bandung, mulai dari perencanaan produk, pelaksanaan produk, dan pengawasan produk. Dengan judul “Analisis Manajemen Produk Pada Lembaga Pusat Zakat Umat Bandung.

II. Kajian Teori

A. Manajemen

Manajemen berasal dari kata “to manage” yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu, jadi manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan (Hasibuan, 2004). Istilah *Management* atau *Idarah* adalah suatu keadaan timbal balik, berusaha supaya menaati peraturan yang telah ada. *Idarah* dalam

pengertian umum adalah segala usaha, tindakan dan kegiatan manusia yang berhubungan dengan perencanaan dan pengendalian segala sesuatu secara tepat guna.

Ungkapan konsep manajemen di dalam Al-Qur'an antara lain disebutkan sebagai berikut:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ ٣٥
 أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu."

Menurut Didin dan Hendri, (2016) manajemen dikatakan telah memenuhi syariah apabila :

- a. Mementingkan perilaku yang terkait dengan nilai nilai keimanan dan ketauhidan
- b. Mementingkan adanya struktur organisasi
- c. Membahas soal sistem, sistem ini disusun agar perilaku pelaku didalamnya berjalan dengan baik.

Tidak hanya perencanaan, fungsi manajemen juga meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Sebagai langkah awal, fungsi perencanaan berperan sangat penting dalam pencapaian tujuan suatu perusahaan. Perencanaan akan menghasilkan suatu tujuan dan cara mencapainya. (Yan Hanif, 2019:18).

a. Fungsi Perencanaan (*Planning*). Perencanaan merupakan suatu proses untuk menentukan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan. Menurut louis, perencanaan adalah serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perencanaan juga dijelaskan dalam Al-Qur'an yaitu terdapat dalam surah al-anfal ayat 60 yang berbunyi sebagai berikut :

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ
 تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخِرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ
 يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ
 لَا تَظْلَمُونَ ﴿٦٠﴾

Dan siapkanlah untuk menghadapi mereka kekuatan apa saja yang kamu sanggupi dan dari kuda-kuda yang ditambat untuk berperang (yang dengan persiapan itu) kamu menggentarkan musuh Allah dan musuhmu dan orang-orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya; sedang Allah mengetahuinya. Apa saja yang kamu nafkahkan pada jalan Allah niscaya akan dibalasi dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dianiaya (dirugikan). (Qs. Al-anfal : 60)

b. Fungsi Organisasi (*Organization*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan perusahaan, sumber daya yang dimiliki, dan

lingkungan. Aspek utama dalam pengorganisasian adalah departementalisasi dan pembagian kerja.

c. Fungsi penggerak (*Actuating*) berarti menggunakan pengaruh untuk memotivasi karyawan guna mencapai tujuan-tujuan organisasi.

d. Fungsi Pengawasan (*Controlling*) merupakan tindakan manajemen untuk menilai, mengawasi dan mengontrol ataupun mengendalikan aktivitas yang mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan ataupun organisasi

B. Produk

Pengertian produk kata produk berasal dari bahasa Inggris, yaitu *product* yang berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya. Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2016).

1. Level Dan Hirarki Produk

Fandy Tjiptono (2016) Dalam merencanakan produk atau *market offering*, pemasaran perlu memahami tiga level produk.

a. *Core product*, yakni semua manfaat pokok (*core benefits*) yang ditawarkan kepada konsumen, Manfaat (*benefit*) merupakan hasil yang di terima konsumen dari penggunaan atau kepemilikan.

b. *Actual product*, yaitu produk fisik atau *delivered service* yang memberikan manfaat produk.

c. *Augmented product*, yaitu *actual product* ditambah fitur-fitur pendukung lainnya. Seperti garansi, kredit, layanan antar, dll

2. Strategi Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2016) Strategi produk menjabarkan kebutuhan pasar yang ingin dilayani dengan berbagai tawaran produk.

a. *Strategi Positioning Produk*, Strategi *positioning* merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan atau sasaran, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih superior dibandingkan merek/produk pesaing.

b. Strategi Repositioning Produk *Positioning* produk bersifat dinamis, artinya bisa berubah seiring dinamika lingkungan, pemasaran, khususnya perubahan perilaku konsumen dan intensitas kompetensi. Dalam sejumlah situasi, perusahaan mungkin saja perlu melakukan *positioning ulang (repositioning)*

c. Strategi Overlap Produk, Strategi ini relatif unik, karena bertujuan menciptakan persaingan bagi merek tertentu milik perusahaan sendiri.

d. Strategi Lingkup Produk, Strategi ini menyangkut persepektif terhadap bauran produk (produk mix) sebuah perusahaan, seperti jumlah lini produk dan banyaknya item dalam setiap lini yang ditawarkan. Strategi ini diterapkan berdasarkan misi keseluruhan sebuah unit bisnis, karena didalam pernyataan misi perusahaan tercantum bisnis pokok yang digeluti.

e. Strategi Desain Produk, Aspek ini menyangkut tingkat standarisasi produk.

f. Strategi Eliminasi Produk Pada hakikatnya produk gagal atau produk yang tidak sesuai dengan portofolio produk perusahaan merupakan kandidat kuat untuk dieliminasi, karena bisa merugikan perusahaan bersangkutan.

g. Strategi pengembangan Produk Baru

Pengembangan dan peluncuran produk baru merupakan aktivitas yang beresiko (risiko finansial, sosial, psikologis, dan fisik) dan membutuhkan biaya besar. Strategi Diversifikasi

3. Diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.
4. *Value Marketing Strategy* *Value* marketing menekankan kinerja produk riil dan penyampaian produk/jasa sesuai yang dijanjikan.
5. Klasifikasi Produk, Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan *tangibility*, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama, yaitu
 - a. Barang (*Goods*), merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan mengalami perlakuan fisik lainnya.
 - b. Jasa (*Services*), merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa bercirikan *intangibile, variable, dan perishable*. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus, hotel, lembaga pendidikan, dll

C. Pusat Zakat Umat Bandung

Pada fase pengembangan, di tengah perkembangan dunia yang semakin modern dewasa ini, dan ditambah dengan lahirnya Undang-Undang No. 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah No. 14 tahun 2014 Tentang pengelolaan Zakat, Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 333 Tahun 2015 Tentang Pemberian Izin Pusat zakat umat sebagai organisasi pengelola zakat sejak waktu dibentuknya sudah berkiprah dan mengabdikan untuk kepentingan umat. PZU sebagai institusi sosial yang keberadaannya memberi nilai manfaat bagi umat, tentu saja masih tetap bertahan sampai sekarang dan masih tetap ditumbuhkembangkan serta turut mendeterminasi dalam menjaga dan menyelamatkan umat baik dalam bidang ibadah maupun sosial.

Pengorganisasian dalam mengelola zakat, infaq dan shadaqah, sejak dibentuknya Pusat Zakat Umat Bandung 1992, hingga kini berhadapan dengan berbagai hambatan dan tantangan. Pada masa awal perintisan, masalah pengorganisasian pengelolaan zakat, walaupun dalam bentuk organisasi yang relatif sederhana, namun pengelolaan ZIS pada masa perintisan itu dapat dinilai cukup berhasil. Hal itu, dikarenakan faktor manusianya (SDI) sebagai amil yang amanah, jujur, transparan, dan akuntabel. Dalam melaksanakan kegiatan berpegang teguh kepada Al Qur'an dan Hadits dalam tataran konsep, begitu juga dalam tataran aplikasinya (www.pzu.or.id)

III. Metodologi penelitian

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Arikunto (2017) metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek, yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen).

B. Sumber Data

Sumber data adalah sumber dari mana data itu diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber yaitu :

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicermati serta dicatat untuk pertama kalinya. Adapun sumber data primer tentang analisis manajemen produk pada pusat zakat umat Bandung diperoleh dari hasil observasi dan wawancara narasumber penelitian yaitu, dengan bapak Heri Solehudin selaku Direktur program dan pendayagunaan. Dan ibu Elin Nurjanah selaku staff akuntansi.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang didapat dari sumber kedua. Data ini merupakan data pelengkap yang nantinya secara tegas dikorelasikan dengan data primer. Adapun data tersebut penulis peroleh dari studi pustaka, yaitu dilakukan dengan mempelajari berbagai teori dalam buku-buku mengenai manajemen produk sekaligus ditinjau dari sumber-sumber lain seperti buku-buku, undang-undang serta data-data yang diperoleh dari lapangan. Data sekunder ini diperoleh dari:

- 1) Website Pusat Zakat Umat Bandung
- 2) Majalah Pusat Zakat Umat Bandung
- 3) Brosur Program Pusat Zakat Umat Bandung

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting berbagai sumber dan berbagai cara (Sugiyono 2017: 224). Bahwa untuk memperoleh data yang menunjang penelitian ini, maka akan digunakan teknik dalam pengumpulan data, yaitu :

- 1) Metode Observasi, Di dalam metode ini peneliti terlebih dahulu melakukan pengamatan terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki atau diteliti. Dalam hal ini penglihatan dan pendengaran manusia diperlukan untuk menangkap gejala yang diamati, dicatat dan dianalisis.
- 2) Wawancara (Interview), Teknik wawancara yang digunakan peneliti yakni untuk mendapatkan data tentang kegiatan percakapan antara pewawancara dan yang diwawancarai dengan maksud untuk mendapatkan informasi mengenai hal yang berkaitan dengan kondisi manajemen produk pada pusat zakat umat Bandung
- 3) Dokumentasi, digunakan untuk memperkuat data-data yang akan diambil oleh peneliti. antara lain diambil dari: Website Pusat Zakat Umat Bandung, majalah atau Pusat zakat umat Bandung, profil Pusat zakat umat Bandung dan buku yang berhubungan dengan analisis manajemen produk.

D. Analisis Data

Dalam analisis data, penulis berusaha untuk memecahkan masalah dengan menganalisis data-data yang berhasil dikumpulkan, selanjutnya dikaji dan dianalisis semua data yang ada sehingga memperoleh data yang valid. Kemudian peneliti akan segera melakukan analisis data guna memperkaya informasi melalui analisis deskripsi. Hakekat pemaparan pada umumnya menjawab pertanyaan-pertanyaan apa, mengapa, bagaimana suatu fenomena itu terjadi dalam konteks lingkungannya.

IV. Hasil Penelitian

A. Analisis Manajemen Produk pada Pusat Zakat Umat Bandung

Pusat Zakat Umat Bandung merupakan sebuah lembaga pengelola zakat, infaq, dandekah yang berkhidmat untuk kesejahteraan umat dalam bidang pendidikan, kesehatan, da'wah, sosial dan ekonomi. Menurut hasil wawancara dengan bapak Heri Solehudin selaku direktur program dan pendayagunaan, Pusat Zakat Umat Bandung selalu menjalankan siklus manajemen dalam membuat sebuah produk yang berbentuk program yaitu melalui siklus manajemen yang terdiri dari *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (penggerak), dan *Controlling* (pengawasan).

1. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan untuk semua produk yang ada pada Pusat Zakat Umat Bandung sudah sangat baik dan sesuai syariah islam, model model penyalurannya juga sudah sesuai teori perencanaan. Dan untuk penyalurannya sudah sesuai dengan ajaran islam yang sesuai dengan (Qs. AT-taubah :60)

Perencanaan produk yang berbentuk rogram dilakukan oleh Pusat Zakat Umat bandung melalui tahapan sebagai berikut

- a. Direktur utama dan direktur eksekutif menyampaikan grand desain program
- b. Tim program membuat turunan program dan menyusun konsep serta merumuskanprogram
- c. Direktur utama mengkaji dan menganalisa eumusan perancangan program
- d. Apabila telah menandatangani persetujuan, maka tim program menyusun TOR program

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian dilakukan untuk menyalurkan dan mengatur semua anggota yang diperlukan sehingga program yang telah disetujui oleh ketua yayasan, selanjutnya dilakukan pengorganisasian untuk menjalankan program tersebut sehingga semua program bisa berjalan sesuai dengan perencanaan. Adapun SOP dari pengorganisasian pada Pusat Zakat Umat Bandung yaitu

- a. Direktur utama mengundang rapat pra pelaksana
- b. Direktur utama menyampaikan program kepada direktur program dan pendayagunaan
- c. Direktur program dan pendayagunaan memberikan tugas kepada divisi dari setiap program Pusat Zakat Umat Bandung
- d. Setelah diketahui tugas dari masing-masing divisi maka direktur memberikan wewenang sepenuhnya kepada divisi yang telah dipilih

3. Penggerakan (*Actuating*)

Penggerakan dilakukan oleh direktur program dan pendayagunaan yaitu dengan cara memberikan tugas dan pemahaman kepada setiap divisi yang telah diberikan tugas supaya semua pihak dari seluruh produk yang berbentuk program bisa terlaksanakan baik melalui online maupun offline.

- a. Direktur pendayagunaan mengundang rapat pra pelaksanaan program semua staff direktorat pendayagunaan yang terlibat baik tim adhoc maupun lintas direktoratyang terkait serta memutuskan tim pelaksana program
- b. Tim pelaksana yang telah ditunjuk, mendetilkkan kerangka kerja program (ToR) Menjadi rancangan teknis terkait anggran, timeline aktivitas, target, mustahik, target output/outcome, atau dampak program yang ingin diacapai sesuai visi lembaga

- c. Ketua tim pelaksana program mempresentasikan desain program dihadapan redaksi maupun dirut dan direks sesuai kebijakan dalam rangka mereviewarah dan tujuan program
 - d. Apabila diperlukan, tim pelaksana program dapat turut mengundang mitra pendayagunaan yang bekerjasama dalam pelaksanaan pendistribusian dan pendayagunaan
 - e. Direktur pendayagunaan mengundang rapat pra pelaksanaan program semua staff direktorat pendayagunaan yang terlibat baik tim adhoc maupun lintas direktorat yang terkait serta memutuskan tim pelaksana program
 - f. Tim pelaksana yang telah ditunjuk, mendetilkkan kerangka kerja program (ToR) Menjadi rancangan teknis terkait anggaran, timeline aktivitas, target, mustahik, target output/outcome, atau dampak program yang ingin diacapai sesuai visi lembaga
 - g. Ketua tim pelaksana program mempresentasikan desain program dihadapan redaksi maupun dirut dan direks sesuai kebijakan dalam rangka mereviewarah dan tujuan program
 - h. Apabila diperlukan, tim pelaksana program dapat turut mengundang mitra pendayagunaan yang bekerjasama dalam pelaksanaan pendistribusian dan pendayagunaan
 - i. Apabila direksi belum menyetujui, baik karena pertimbangan desain, program maupun anggaran maka tim pelaksana akan kembali melakukan revisi dan perbaikan atas catatandari direksi.
 - j. Setelah disetujui desain program oleh direksi, maka tim pelaksanaan program melakukan pengajuan dana program kebagian keuangan.
 - k. Bagian keuangan dan direksi sesuai kebijakan (limit) mereview pengajuan dan program dan ketersediaan anggaran (cashflow) serta memeriksa berkas pengajuan dana atau permohonan program
 - l. Apabila ada berkas program yang kurang, atau anggaran belum tersedia, maka tim pelaksana kembali melakukan review serta koreksi bersama direksi terkait.
 - m. Setelah disetujui oleh bagian keuangan, bersama pejabat yang berwenang melakukan proses pencairan dana program sesuai prosedur pencairan dana
 - n. Tim pelkasana program, melaksanakan pendistribusi dan pendayagunaan sesuai rencana, waktu, lokasi, mustahik dan target output/outcome program yang telah dirancang pada desain program
 - o. Untuk program jangka panjang atau lebih satu tahun, dapat dilaksanakan monitoring dan evaluasi sesuai prosedur monev. Sedangkan untuk program jangka pendek dapat dilakukan evaluasi oleh direktorat pendayagunaan
 - p. Tim pelaksana program menyusun laporan baik keuangan maupun aktivitas program.
4. Pengawasan (*Controlling*)

Untuk mengefektifkan seluruh fungsi manajemen yang telah dijelaskan diatas. Pengawasan (*controlling*) sangat penting untuk dilaksanakan didalam manajemen produk. Langkah-lagkah yang dilakukan oleh Pusat Zakat Umat Bandung untuk program- program yang ada yaitu selalu mengadakan pengawasan yang melibatkan semua pengurus yang mendapat amanah sesuai dengan divisi- divisi yang ada. Adapun SOP untuk pengawasan seluruh produk yang ada yaitu :

- a. Tim program menentukan sasaran, target, dan timeline dari dokumen perencanaan

- b. Dilanjut dengan membuat konsep TOR Monev
- c. Tim program meminta persetujuan dari direktur pendayagunaan hingga direktur utama
- d. Apabila telah disetujui, maka tim program melakukan monev

B. Produk-produk pada Pusat Zakat Umat Bandung

Produk-produk yang terdapat pada Pusat zakat umat bandung yaitu dengan berbentuk program. Program-programnya adalah sebagai berikut :

1. Umat Peduli,

Program Umat Peduli adalah bentuk dari upaya Pusat Zakat Umat dalam membantu umat dalam bentuk partisipatif atas musibah yang dialami umat, baik itu kekurangan pangan sampai bantuan atas persoalan kemanusiaan (bencana alam, korban konflik sosial, dan lain sebagainya). Program umat peduli diketuai oleh bapak Rizal nazihudin, Sos.

- a. Peduli Ibnu sabil, layanan bantuan Partisipatif kepada mustahik yang terlantar dalam perjalanan. Program ini direncanakan karena banyak sekali ibnu sabil yang memerlukan bantuan. Bantuan ini bersifat pelayanan pengajuan pada jam kantor setiap hari. Untuk distribusinya bisa disesuaikan dengan penerima manfaatnya dengan kriteria sebagai berikut yaitu muslim, merdeka, bukan orang yang membebaskan budak, dan musafir yang habis bekal dalam perjalanan sehingga tidak bisa kembali ketempat asalnya. sama seperti mustahik lainnya ketika musafir telah memenuhi syarat maka ia berhak mendapatkan bantuan zakat
- b. Peduli Gharimin, layanan bantuan partisipatif kepada mustahik yang terlilit hutang untuk meringankan hutang mustahik. Layanan ini diberikan kepada orang yang mengajukan karena program ini bersifat layanan pengajuan. Kriteria gharimin yaitu orang yang menanggung diat pembunuhan, orang yang menanggung hutang untuk menghilangkan keganduhan (fitnah) yang ada dikalangan keluarga atau dikalangan muslim, orang yang berhutang untuk kebaikan dirinya, dengan syarat dia dalam keadaan fakir dan tidak digunakan untuk masiat.
- c. Peduli Muallaf, layanan bantuan partisipatif kepada orang yang akan dan baru masuk Islam untuk meringankan biaya hidup. Layanan ini bersifat pengajuan. Ketika pengajuan dapat diterima maka untuk pendistribusiannya bisa langsung diberikan. Kriteria muallaf yaitu apabila orang yang baru masuk islam kurang dari satu tahun yang memerlukan bantuan karena untk beradaptasi dengan lingkungan yang baru.
- d. Peduli Kemanusiaan, layanan bantuan untuk korban bencana alam dalam proses tanggap darurat, rekontruksi dan rehabilitas. Layanan ini sama seperti layanan yang lain yaitu bersifat pengajuan, pengajuan ini bersifat tentatif artinya disesuaikan dengan bencana yang melanda. Kriteria dari batuan ini yaitu dilihat dari perlu atau tidaknya bencana tersebut diatasi melalui pengajuan.
- e. Peduli Pangan, layanan bantuan partisipatif kepada mustahik untuk meringankan biaya kebutuhan pangan. Program ini bersifat rutin dan disesuaikan dengan pengajuan yang telah ada.

2. Program Umat Shaleh

Program Umat Shaleh adalah upaya Pusat Zakat Umat untuk menjadi bagian dalam syiar dakwah Islam di berbagai wilayah dan di berbagai elemen masyarakat. Sehingga pusat zakat umat sangat berharap kepada masyarakat untuk memberdayakan masyarakat menjadi lebih baik produk yang disediakan berupa program diantaranya adalah :

- a. Bina Desa, Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang berada di satu wilayah, untuk melaksanakan program keumatan Pusat Zakat Umat dalam rentang waktu tertentu. Dalam pelaksanaan program Pusat Zakat Umat melakukan planing, survey, dan monitoring terhadap program sedang/sudah dilaksanakan. Monitoring dilakukan secara berkesinambungan dan melihat bagaimana perkembangan desa yang dibina serta menganalisis masalah masalah apa yang ada selama perkembangan untuk dievaluasi dan dicari solusi terbaik kriteria dari bina desa itu sendiri yaitu desa yang sangat membutuhkan sarana dan prasarana untuk kegiatan keumatan.
- b. Qurban Super Barokah, Memaksimalkan penyebarluasan manfaat ibadah qurban untuk kemaslahatan umat dan kemanfaatan umat. Kegiatan ini rutin dilaksanakan ketika sudah mendekati hari raya idul adha, sehingga dengan adanya qurban super barokah ini masyarakat dapat memaksimalkan ibadah qurban sehingga bermanfaat untuk kemaslahatan umat banyak. Karena dengan program Qurban super barokah, kelayakan hewan qurban terjamin serta proses penyembelihan dan pendistribusian insyaallah sesuai syariat. Dan kriteria pendistribusian kepada desa yang memiliki peluang kecil untuk berqurban sehingga masyarakat bisa merasakan manfaat dari program tersebut. Kegiatan ini sudah rutin dilakukan, disetiap PJ, sehingga untuk pengawasan dan pengontrolan sudah diserahkan kepada divisi layanan mustahik yang diketuai oleh bapak muhammad Nur Rahman, S.Pd.
- c. Ramadhan Bangkit, Kegiatan untuk membantu meringankan masyarakat yang kurang mampu ketika menghadapi shaum dan menyambut hari Raya Idul Fitri. Kegiatan ini dilakukan rutin setiap menjelang bulan suci ramadhan dengan program rhamadhan bangkit Pusat Zakat Umat berharap semoga masyarakat yang kurang mampu bisa menyambut bulan suci rhamadhan dengan cara memberikan bantuan berupa makanan pokok, sembako ta'jil dan sebar kado kepada yang membutuhkan. Khususnya anak yatim dan dhuafa. Sehingga mereka bisa menyambut bulan suci rhamadhan dengan suka cita. Untuk pengawasan dan penggerakannya tetap diberikan kepada PJ masing-masing yang telah ditetapkan oleh PJ pusat. Kriteria dari program ini yaitu masyarakat yang kekurangan, seperti halnya dengan fakir miskin, ibnu sabil dll
- d. Bantuan da'wah dan pendidikan Layanan bantuan untuk sarana / fasilitas dakwah dan pendidikan bagi masjid madrasah dan ormas/lembaga. Program ini bersifat layanan sehingga program tersebut harus melakukan pengajuan terlebih dahulu supaya bisa disetujui oleh PJ pusat. Kriteria dari program ini yaitu kekurangan sarana dan prasarana untuk kemaslahatan umat seperti masjid, toilet, madrasah dll.

3. Program Umat Pintar

Program Umat Pintar adalah program Pusat Zakat Umat yang fokus di bidang pendidikan. Melalui Umat Pintar, Pusat Zakat Umat menjadi wasilah anak-anak untuk menerima haknya untuk mendapatkan layanan pendidikan. Program ini sudah rutin dilaksanakn ketika anak-anak sudah mendekati masa sekolah sehingga untuk pendistribusiannya tetap diberikan kepada PJ dari setiap wilayah yang ada. Program tersebut berupa :

- a. Arruhama, Bantuan untuk meringankan kebutuhan pendidikan bagi siswa tingkat SD – SMA. Bantuan berupa uang saku siswa, alat tulis sekolah, buku LKS, dll. Program ini direncanakan karena bnayak sekali anak asuh yang memeng memerlukan bantuan untuk meringanan biaya pendidikan, bantuan ini diberikan kedalam dua kategori atau kriteria diantranya yaitu untuk santri yang berprestasi dan santri prioritas yang memang benar-benar membutuhkan bantuan biaya. dan untuk program ini Pusat Zakat Umat bekerjasama dengan PT paragon yang merupakan program lanjutan dari sinergitas antara Pusat Zakat Umat dengan PT paragon. Karena Pusat Zakat Umat berkomitmen

untuk memiliki andil menciptakan generasi unggul, kompetitif, dan mampu menjawab tantangan global.

- b. Hassan Scholarship Lintas, Bantuan partisipatif beasiswa untuk S1, S2 dan S3 kriteria dari program ini yaitu diperuntukan bagi mahasiswa yang berprestasi. Beasiswa ini diberikan kepada jamaah yang memiliki loyalitas yang tinggi sehingga PJ pusat memberikan beasiswa untuk membantu mahasiswa bisa melanjutkan pendidikan dengan baik. Dinamakan hassanscholarship karena memiliki arti dari nama pendiri persisi yaitu kh hassen. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap sehingga untuk pengawasannya dilakukan oleh PJ pusat..

4. Program Umat Sehat

Program Umat Sehat adalah bentuk kontribusi Pusat Zakat Umat dalam menyehatkan umat. Melalui Program Umat Sehat, Pusat Zakat Umat berusaha menjadi perantara para donatur yang ingin meringankan dan membantu beban masyarakat yang memerlukan layanan kesehatan. Layanan yang disediakan dari program umat sehat diantaranya adalah :

- a. Ambulan Gratis , Layanan Ambulance Gratis bagi masyarakat yang membutuhkan untuk layanan medis dan layanan jenazah. Layanan ini bersifat pengajuan setiap jam kantor. Kriteria dari program ini yaitu bagi masyarakat yang kurang mampu untuk membawa jenazah saudara maupun keluarganya.
 - b. Pengadaan Ambulance Gratis, Pengadaan ambulan gratis Tersedianya mobil Ambulance Gratis. Kriteria dari program ini yaitu untuk layanan medis dan layanan jenazah bagi kantor perwakilan, kantor layanan dan kantor layanan pembantu. Pengadaan ini supaya mempermudah bagi layanan medis. c. Layanan umat sehat keliling, Layanan pemeriksaan kesehatan secara gratis kriteria program ini yaitu bagi masyarakat kurang mampu yang berada di wilayah padat penduduk di perkotaan dan pelosok pedesaan yang minim fasilitas kesehatan.
 - c. Check up kesehatan gratis, Layanan check up kesehatan gratis, bagi masyarakat yang berupa : tensi darah, timbang berat badan, dan pengecekan kadar gula darah dan asam urat. Kriteria dari layanan ini yaitu untuk masyarakat yang membutuhkan check up, yang sangat terbatas sehingga dengan adanya program ini masyarakat akan lebih mengetahui permasalahan dari kesehatan yang mereka alami.
 - d. Membuka layanan donor darah bagi masyarakat, yang sudah bekerjasama dengan PMI. kriteria program ini yaitu untuk masyarakat yang sangat membutuhkan donor darah, bisa akibat dari kecelakaan, dan musibah yang terjadi.
- #### 5. Program Umat Mandiri

Program Umat Mandiri adalah upaya Pusat Zakat Umat untuk menjadi bagian dalam kesejahteraan ekonomi umat. Program ini bertujuan untuk memberikan dan menanamkan kepada masyarakat supaya mereka lebih produktif. Sehingga program yang ada dari program umat mandiri ini adalah program **Bina Ekonomi Kecil Produktif (BANGKIT)** Kegiatan pemberdayaan keumatan dengan memberikan pelatihan kewirausahaan dan pemberian modal usaha bagi para penerima manfaat program. Kriteria Program ini yaitu diberikan kepada masyarakat yang memang

memerlukan bantuan, dan mempunyai keahlian sehingga mereka dapat mengembangkan keratifitas yang mereka miliki. sehingga bantuan yang diberikan tidak hanya bersifat konsumtif tetapi berupa pelatihan kewirausahaan supaya mereka memiliki keahlian dan kemampuan dalam berwirausaha. Sehingga dalam program ini tidak hanya memberikan

pelatihan saja tetapi diberikan juga modal untuk membangun usaha yang produktif. Sehingga Pusat Zakat Umat berharap masyarakat lebih produktif dan berfikir secara kreatif dan inovatif.

C. Evaluasi Keberhasilan Produk-Produk pada Pusat Zakat Umat Bandung

Menurut hasil wawancara dengan bapak Heri Solehudin selaku direktur program dan pendayagunaan yang dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2021. Menyampaikan bahwa, "Untuk seluruh program yang terdapat pada Pusat Zakat Umat di bedakan menjadi dua kategori yaitu pendistribusian secara produktif dan pendistribusian secara konsumtif. Yang termasuk program yang bersifat produktif atau jangka panjang yaitu umat pintar, program umat mandiri dan program umat shaleh dikatakan hanya 30 % saja dari keseluruhan dikarenakan diukur dari kebiasaan dan karakteristik mustahik itu sendiri.

Sehingga Pusat Zakat Umat memberikan harapan yang besar kepada mustahik yang sudah menerima bantuan dana produktif untuk lebih memanfaatkan dengan semestinya". Untuk program pendistribusian dana konsumtif yaitu umat peduli, dan umat sehat bisa mencapai kurang lebih 90 % terealisasi meskipun dalam penghimpunan dana Pusat Zakat Umat mengalami penurunan. Tetapi untuk mengatasi program agar tetap bisa berjalan Pusat Zakat Umat mengeluarkan kas utama untuk menutupi kekurangan dana yang digunakan untuk pendistribusian guna melakukan pencegahan apalagi pada saat pandemi covid 19. Pendistribusian yang bersifat konsumtif lebih diperhatikan apalagi banyak sekali masyarakat yang sangat membutuhkan

D. Kendala dan solusi manajemen produk pada Pusat Zakat Umat Bandung

Peran dan fungsi amil sangat menentukan dalam keberhasilan pengelolaan zakat yang meliputi penghimpunan, pengelolaan, bahkan pendistribusian. Begitu juga peran Pusat Zakat Umat Bandung pasti tidak terlepas dari berbagai kendala yang ada baik dalam perencanaan, pengorganisasian, penggerakan bahkan pengawasan. Berdasarkan wawancara dengan bapak Heri Solehudin mengatakan bahwa untuk kendala yang saat ini terjadi apalagi setelah satu tahun mengalami pandemi. Pastinya akan sangat menjadi pengaruh terhadap perekonomian khususnya Pusat Zakat Umat Bandung. Kendala yang saat ini terjadi yaitu kendala dalam penghimpunan dana, Kendala yang kedua yaitu mustahik yang selalu merasa belum cukup sehingga mustahik selalu ingin diberi tunjangan ataupun bantuan. Padahal jika kesadaran dari mustahik itu sudah timbul maka prestasi jumlah mustahik akan lebih berkurang. Padahal Pusat Zakat Umat berharap dengan adanya program umat mandiri, masyarakat akan mampu untuk melatih kemampuan dan kreatifitasnya untuk terus bekerja dan berusaha sehingga tidak hanya bisa mencukupi keluarganya tetapi bisa membantu masyarakat lainnya. Jadi kendala yang saat ini dirasakan yaitu ketika mustahik tidak memiliki kesadaran untuk bisa menjadi muzaki.

Upaya yang dilakukan Pusat Zakat Umat Untuk saat ini yaitu menggerakkan kotak amal rutin di setiap kantin atau toko yang terjangkau sehingga akan membantu muzaki untuk memberikan dan mengingatkan akan pentingnya berbagi. Untuk solusi mustahik yang belum menyadari akan pentingnya menjadi muzaki berarti harus diberikan wawasan dan pengetahuan akan pentingnya berbagi. Supaya kita hidup tidak terlalu banyak bergantung kepada orang lain.

V. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai analisis manajemen produk pada pusat zakat umat Bandung. Manajemen produk pada PZU (Pusat zakat umat) Bandung sudah sesuai dengan fungsi manajemen yakni menerapkan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*) dalam setiap melakukan manajemen produk. Dan telah disesuaikan dengan SOP yang telah ada. Produk produk yang ada pada Pusat zakat umat Bandung. Masih fokus kepada program lima keumatan yaitu umat peduli, umat pintar, umat sehat, umat shaleh dan umat mandiri

Faktor penghambat dalam manajemen produk yaitu dalam masalah penghimpunan dana yang terkendala dengan pandemi covid 19, kurangnya kesadaran mustahik yang belum menyadari akan pentingnya menjadi seorang muzaki. Pusat zakat umat Bandung sudah mengupayakan dan mengeluarkan kebijakan yaitu dengan cara menggerakkan kotak amal rutin, yang diberikan kepada masyarakat khususnya kantin atau toko. dan melakukan penghimpunan dana melalui sistem jaringing on-line supaya muzaki tetap dapat kemudahan dalam berzakat, infak dan sedekah, dan memberikan wawasan kepada mustahik melalui kajian-kajian online yang telah dijadwalkan.

VI. Daftar Pustaka

- Fauziah, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi, 2018. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Hanif, Yan. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen*. Klaten : Cempaka Putih.
- Arifin, Zainul . 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Tangerang : Azkia Publisher.
- Tjiptono, Fandy . 2015. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sobana, Dadang Husen. 2018. *Manajemen Keuangan Syariah*. Bandung : Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Rusydiana. 2016. *Manajemen Operasi*. Bandung : CV Andi Offset.
- Hariyadi, Risky. 2020. "Analisis Kebijakan Baznas Tentang Ibnu Sabil Sebagai Mustahik Zakat". *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.3 nomor 2
- Permana, Agus. dan Ahmad Baehaqi. "Manajemen Pengelolaan Lembaga Amil Zakat dengan Prinsip Good Governance". *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*. Vol.3, no.2.
- Riyono, Gigih Erik Budiharja. 2016." Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua". *Jurnal Stie Semarang*, Vol.8, No.2.
- Sudiyanti, Totok dan Rismayansyah. 2017. "Analisis Strategi dalam Upaya Meningkatkan Penjualan PT HTI. Persada Banyuasin.". *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. Vol.13. No.4.
- Azwar, Martavevi. 2016 "Zakat dan Kesejahteraan Sosial ". *Jurnal Islamomic*, Vol.V.no.2.
- Wibowo, Arif. 2015. "Distribusi Zakat dalam Bentuk Pernyataan Modal Bergilir Sebagai Accelator Kesetaraan Kesejahteraan." *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 12.No.2.