



**STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING
UNTUK MENINGKATKAN DANA ZIS
DI LAZ AL-IHSAN JAWA TENGAH**



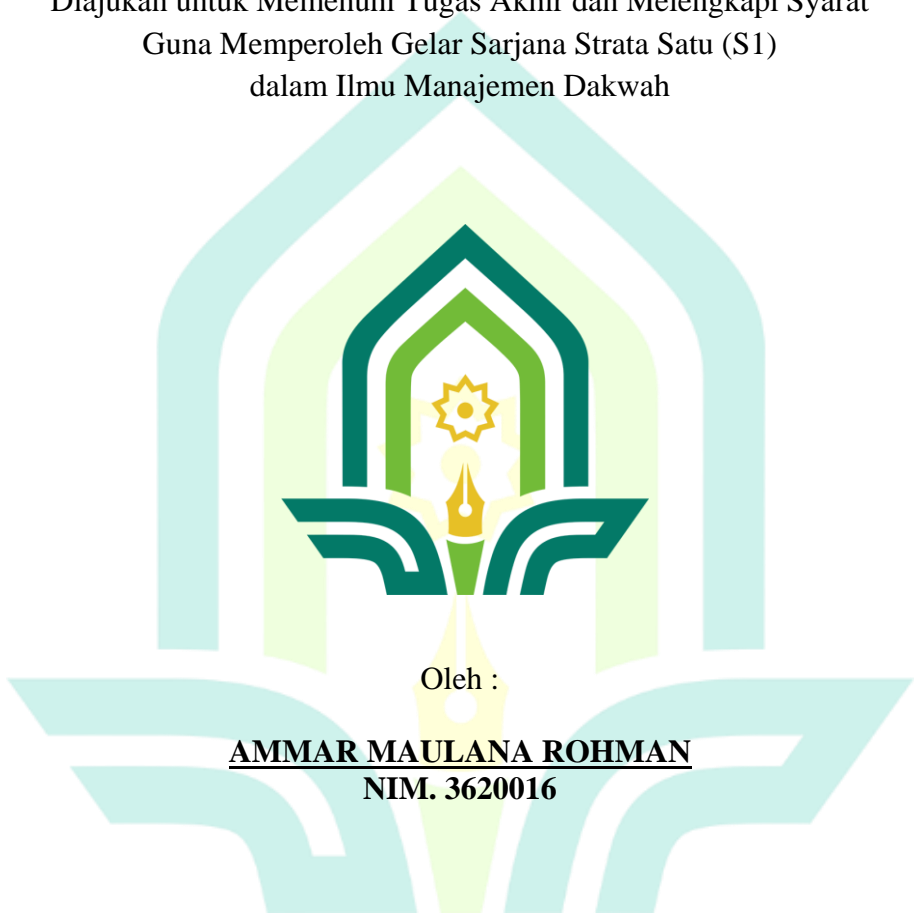
AMMAR MAULANA ROHMAN
NIM. 3620016

2024

**STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING UNTUK
MENINGKATKAN DANA ZIS DI LAZ AL-IHSAN
JAWA TENGAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Manajemen Dakwah



Oleh :

AMMAR MAULANA ROHMAN
NIM. 3620016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2024**

**STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING UNTUK
MENINGKATKAN DANA ZIS DI LAZ AL-IHSAN
JAWA TENGAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Manajemen Dakwah



Oleh :

AMMAR MAULANA ROHMAN
NIM. 3620016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ammar Maulana Rohman
NIM : 3620016
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul : **STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING
UNTUK MENINGKATKAN DANA ZIS DI LAZ AL-IHSAN
JAWA TENGAH**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah dirujuk sumbernya. Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Oktober 2024

Yang Menyatakan,




Ammar Maulana Rohman
NIM. 3620016

NOTA PEMBIMBING

Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd

Perum Graha Mulia No. A17 Jl. Otto Iskandardinata Soko,
Pekalongan Selatan, Kota Pekalongan

Lamp : 4 (Empat Eksemplar)

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ammar Maulana Rohman

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Program Studi Manajemen Dakwah

di-

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : AMMAR MAULANA ROHMAN

NIM : 3620016

Judul : **STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING UNTUK
MENINGKATKAN DANA ZIS DI LAZ AL-IHSAN
JAWA TENGAH**

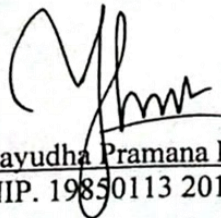
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 16 Oktober 2024

Pembimbing



Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd

NIP. 19850113 201503 1 003



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **AMMAR MAULANA ROHMAN**
NIM : **3620016**
Judul Skripsi : **STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING
UNTUK MENINGKATKAN DANA ZIS DI
LAZ AL-IHSAN JAWA TENGAH**

yang telah diujikan pada Hari Rabu, 30 Oktober 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Manajemen Dakwah.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Dr. Agus Fakhri, M.S.I
NIP. 19770123 200312 1 001

Dr. H. Khoirul Basvar, M.S.I
NIP. 19701005 200312 1 001

Pekalongan, 30 Oktober 2024

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. H. Sam'ani, M.Ag. †
NIP. 19730505 199903 1 002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	š	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

1. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

2. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراجميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

3. Syaddad (tasyid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

4. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البيدع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.
Contoh :

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, kupersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua

Bapak Mustofa

&

Ibu Nur Iin



MOTTO

Awan rekoso, wengi rioyo



ABSTRAK

Ammar M. R, 2024. Strategi Digital Fundraising untuk Meningkatkan Dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah. Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd.

Kata Kunci: Strategi Digital Fundraising, Meningkatkan Dana ZIS, LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah

LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah merupakan lembaga penghimpun, pengelola serta mendistribusikan dana zakat, infak, shodaqoh dan memiliki tanggung jawab dalam melayani umat serta mensejahterakan masyarakat. Sebelum melakukan penghimpunan atau *fundraising* LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah terlebih dahulu melakukan reset strategi digital *fundraising* diantaranya yaitu strategi *dialogue fundraising*, *multichannel fundraising*, *corporate fundraising*, dan *retention and development donor*.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan solusi dari rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi digital fundraising untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah. (2) Bagaimana peluang dan tantangan dalam strategi digital fundraising untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan sistematika penulisan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan teknik analisis data dengan jenis analisis data yaitu dengan analisis model Burhan Bungin yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah dalam meningkatkan dana ZIS sudah mengimplementasikan penggunaan strategi *dialogue fundraising*, *multichannel fundraising*, *corporate fundraising*, dan *retention and development donor* dalam melakukan digital fundraising. (2) Dalam menghadapi peluang dan tantangan LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah menggunakan analisis SWOT berupa *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Dengan menerapkan Analisis ini LAZ Al-Ihsan akan menjadi lebih mudah dalam meningkatkan dana

ZIS dan tentunya lembaga dapat merasakan hasil dari cara ini secara berkelanjutan.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah robbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini. Sholawat dan salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya bisa terus beristiqomah. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, ialah membuat sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Oleh sebab itu, penulis menyusun skripsi ini dengan berjudul: **“Strategi Digital Fundraising untuk Meningkatkan Dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah”**.

Dalam penyusunan karya ilmiah, peneliti sangat berterimakasih kepada berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, memberikan semangat, bimbingan, dan dukungan baik berupa moral, materil maupun spiritual sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:


1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. Sam’ani Sya’roni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Khoirul Basyar, M.S.I. selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dr. H. Khoirul Basyar, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan bimbingan dalam masa perkuliahan.
5. Bapak Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Dakwah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan.
7. Seluruh Staf Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Pejabat Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. Seluruh informan yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai bahan skripsi.
10. Bapak, Ibu, dan Kakak, Keluarga kakek, buyut, nenek terima kasih atas doa, kasih sayang, dan bimbingan, semangat dan bantuan baik materi maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Pengasuh Ponpes Ishlahut Tholabah Banyurip Abah Mujib Hidayat beserta keluarganya dan seluruh asatid yang tidak bisa sebut satu persatu.
12. Guru yang telah mengajarkan ABCD dan ABATA yang tidak bisa saya sebut satu persatu.
13. Sahabat-sahabat SD, MTS, SMA, dan Ponpes ITB yang memberikan dukungan dan turut mendoakan saya.
14. Teman-temanku seperjuangan Manajemen Dakwah angkatan 2020, dan teman-teman yang tak bisa disebutkan satu persatu akan saya kenang selalu kenangan indah kita.
15. Dan semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

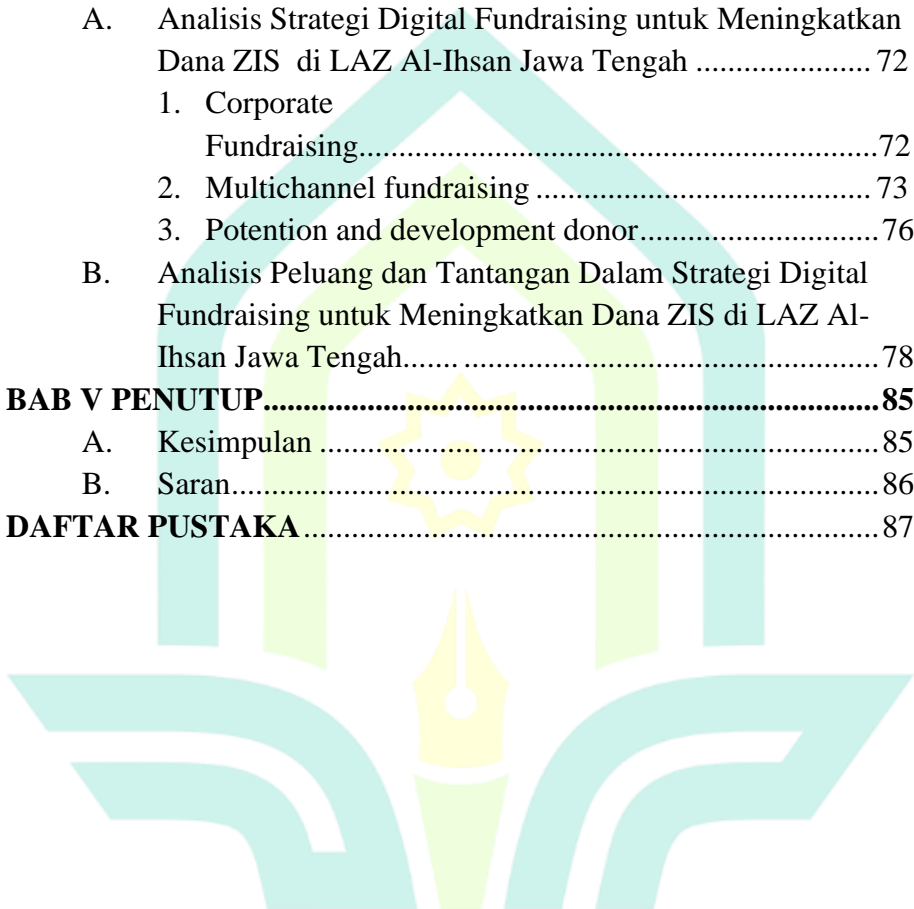
Pekalongan, 20 Oktober 2024

Penulis

Amrullah Maulana Rohman
NIM. 3620016

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN MOTTO	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Penelitian.....	16
G. Sistematika Penulisan	22
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Strategi Digital Fundrasing	24
B. Konsep Zakat, Infak dan Shodaqoh	39
BAB III GAMBARAN UMUM	48
A. Profil LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.....	48
1. Sejarah Berdirinya LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.....	48
2. Visi dan Misi LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah	49
3. Struktur Organisasi LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.....	49
4. Program Pendayagunaan LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah	50
5. Media Digital LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.....	51
6. Penghimpunan ZIS.....	53

B.	Strategi Digital Fundraising Untuk Meningkatkan Dana ZIS Di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah	54
C.	Peluang Dan Tantangan Dalam Strategi Fundraising ZIS Berbasis Literasi Digital Di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah	65
BAB IV	STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING UNTUK MENINGKATKAN DANA ZIS DI LAZ AL-IHSAN JAWA TENGAH	72
A.	Analisis Strategi Digital Fundraising untuk Meningkatkan Dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah	72
1.	Corporate Fundraising.....	72
2.	Multichannel fundraising	73
3.	Potention and development donor.....	76
B.	Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Strategi Digital Fundraising untuk Meningkatkan Dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.....	78
BAB V	PENUTUP.....	85
A.	Kesimpulan	85
B.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		87



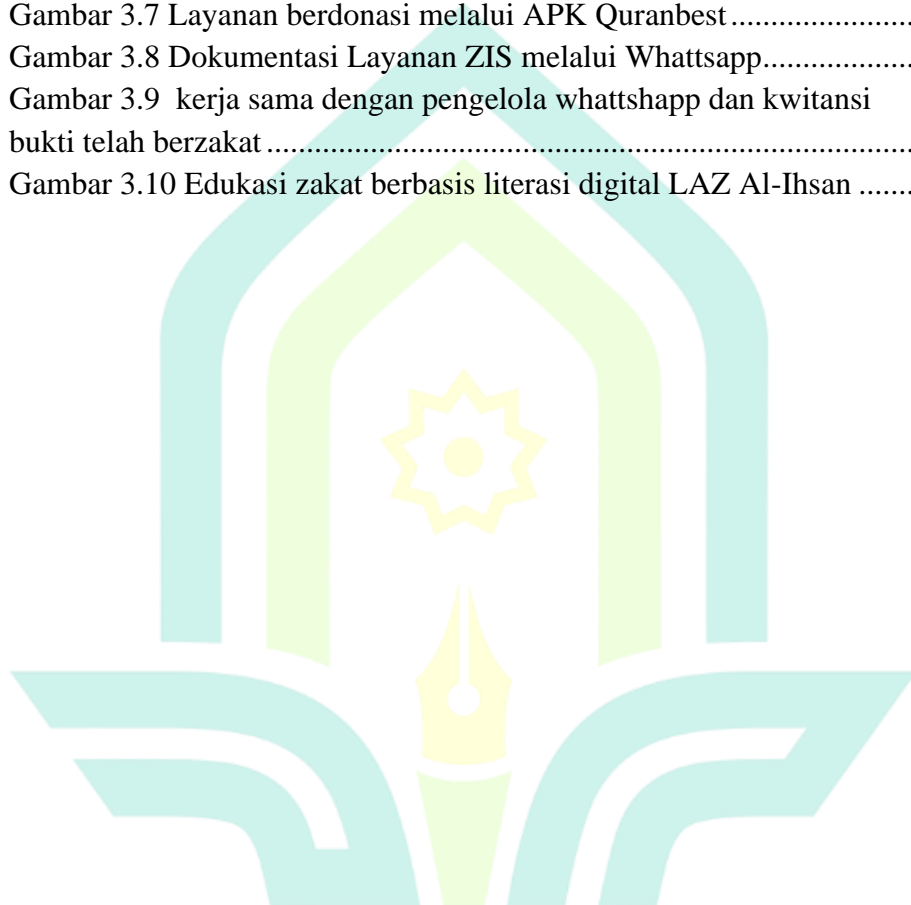
DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Berfikir	16
Bagan 3.1 Struktur Organisasi	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerjasama Dengan Organisasi Salimah Kota Pekalongan..	57
Gambar 3.2 Bentuk Lampiran File Proposal digital	58
Gambar 3.3 Website Company Profile digital	58
Gambar 3.4 Bentuk layanan Donasi Online.....	60
Gambar 3.5 Dokumentasi layanan Penggalangan Sedekah Online	60
Gambar 3.6 Layanan Zakat Online	61
Gambar 3.7 Layanan berdonasi melalui APK Quranbest	64
Gambar 3.8 Dokumentasi Layanan ZIS melalui Whattsapp.....	64
Gambar 3.9 kerja sama dengan pengelola whattshapp dan kwitansi bukti telah berzakat	65
Gambar 3.10 Edukasi zakat berbasis literasi digital LAZ Al-Ihsan	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

Lampiran 3 Transkrip Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, perkembangan teknologi digital semakin canggih. Sehingga dapat mempermudah dalam membagikan berbagai sumber informasi secara efektif, terkhusus dalam media sosial yang telah membawa dampak perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, aktivitas sosial, keagamaan dan termasuk dalam pengelolaan digital *fundraising* zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Media sosial sebagai platform digital *fundraising* yang jangkauan sangat luas. Termasuk dalam memberikan peluang besar bagi organisasi pengelola ZIS guna mendongkrak visibilitas, pemahaman, dan simpati warga setempat dalam kegiatan sosial, amal, dan pengumpulan dana.¹

Selain itu digital *fundraising* bisa digunakan sebagai sarana promosi, edukasi manfaat ZIS, untuk memperkenalkan lembaga zakat kepada masyarakat umum. Digital *fundraising* juga efektif digunakan dalam penghimpunan dana ZIS. Fundrasing sendiri merupakan kegiatan penghimpunan dana untuk warga sekitar dan pendapatan lainnya dari golongan tertentu atau pemerintah untuk membiyai program dan kegiatan operasional. Dalam proses ini meliputi menyampaikan, memperingatkan, mendukung, memikat, dan penguatan kepercayaan dari masyarakat yang dapat meningkatkan perolehan zakat.

Dalam mengerjakan *fundraising*, untuk lembaga atau individu harus menentukan strategi pemasaran atau manajemen strategi. Sehingga kegiatan *fundraising* dapat berjalan menggapai tujuan dengan baik, efektif, dan efisien. Sedangkan digital *fundraising* merupakan langkah penting atau kebijakan perusahaan atau organisasi dalam upaya atau cara sebagai alat keputusan dan tindakan yang digunakan dalam menyampaikan pesan serta meningkatkan dana ZIS. Strategi fundraising sendiri terbagi menjadi dua bagian, yaitu: metode langsung (*direct fundraising*)

¹ Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia, *jurnal publiciana*, Volume 9, Nomor 1, hlm. 140.

adalah dilakukan dengan teknik-teknik yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Dan metode tidak langsung (*indirect fundraising*) yang merupakan suatu metode dilakukan dengan tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung dalam penggalangan dana ZIS.²

Zakat, infak, dan sedekah merupakan elemen penting dalam sistem ekonomi Islam yang memiliki peran dalam mengatasi dan memberantas kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan sosial. Zakat memandang samaratakan kehidupan semua umat manusia dengan memperkecil jurang perbedaan ekonomi semaksimal mungkin. Oleh karenanya, memerlukan adanya pengelolaan zakat yang baik yaitu pengelolaan yang dilakukan dengan profesional dan bisa dipertanggung jawabkan. Adanya pengentasan masalah kemiskinan dan kesenjangan sosial membuat zakat memerlukan pengelolaan yang baik, sesuai dengan apa yang tertulis di dalam perundang-undangan No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Zakat harus dikelola oleh lembaga profesional yang dikenal terbagi dua macam, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang diinisiatif oleh masyarakat sipil atas persetujuan menteri atau pejabat yang telah ditunjuk.³

Melihat potensi ZIS di Kota Pekalongan sendiri berdasarkan perhitungan BAZNAS Kota Pekalongan diperkirakan mencapai lebih dari Rp 3 miliar setiap tahunnya. Pada tahun 2024, BAZNAS Kota Pekalongan menargetkan perolehan ZIS mencapai 3,5 miliar.⁴ Potensi tersebut dapat dicapai jika semua masyarakat dan perusahaan swasta menyalurkan zakatnya maupun infaknya lewat Baznas. Pada tahun sebelumnya 2017 zakat yang terkumpul dari sumber ASN dan Intansi maupun kantor di Kota Pekalongan

² Faozan Amar, *Digital Fundraisings Zakat (Teknologi Pembayaran Zakat Dari Konvensional Ke Digital)*, (Yogyakarta: IB Pustaka, 2023), hlm. 39.

³ Oktavia Zuneiroh & Indah Syofiah, Strategi Fundraising DalamPenerimaan Dana ZIS pada Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Volume 6, Nomor 1, (2023), hlm. 85.

⁴ Tim Komunitas Publik, Saat ditemui dikantor kerjanya pada hari senin, 8 Januari 2024, (<https://pekalongankota.go.id/berita/2024-baznas-kota-pekalongan-targetkan-perolehan-zis-35-miliar.html>).

sebesar Rp 1,6 miliar, jumlah yang terkumpul tidak jauh beda hanya saja ada sedikit pengurangan dikarenakan terdapat ASN yang meninggal dunia atau pensiun. Sedangkan dari data yang ada, penduduk kota pekalongan ada sekitar 300 ribu diantaranya 30 ribu menempati kategori penduduk fakir miskin.⁵

Di Pekalongan sendiri memiliki banyak lembaga atau organisasi pengelola zakat (OPZ) yang diantaranya seperti BAZNAS, LAZISMU, LAZISNU, LAZ, LAZN BMH, Baitul Mal, dan masih banyak yang berbentuk yayasan lainnya yang tersebar.⁶ Berdasarkan pasal 6-10 UU NO.138 tahun 1999, pasal 1-12, pasal 21-23 dan 24 KMA No. 581 tahun 1999, organisasi pengelola zakat semuanya memiliki tugas dan peranan yang sama dari mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat sesuai dengan ketentuan agama.⁷ Namun, meskipun terdapat banyak OPZ, terdapat tantangan yang signifikan dalam hal efektivitas penggunaan digital *fundraising* dalam pendayagunaan yang mempengaruhi pembayaran zakat di daerah ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara potensi zakat yang ada dengan jumlah zakat yang berhasil dihimpun oleh OPZ. Selain itu, distribusi zakat yang tidak merata dan kurangnya transparansi dalam pengelolaan dana zakat sering kali menjadi sorotan.⁸

Sedangkan penghimpunan dana zakat juga dilakukan oleh LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah yang merupakan salah satu lembaga nirlaba yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya ZIS. LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah merupakan cabang yang ada di Pekalongan yang berdiri pada tahun 2012. Tujuan didirikan

⁵ Diakses melalui <https://kominform.pegalongankota.go.id/berita/potensi-zakat-capai-rp-3-miliar.html> pada tanggal 12 Mei 2024

⁶ Diakses melalui <https://jateng.kemenag.go.id/berita/kemenag-rilis-108-lembaga-pengelola-zakat-tidak-berizin-ini-daftarnya/>

⁷ Hermien Triyowati, dkk, *Manajemen Lembaga Zakat*, (Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti, Januari 2017), hlm. 98.

⁸ Arum Nanda Listiana, dkk, Digital Zakat Dalam Upayaa Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Dan Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Pandemi Covid-19, *Jurnal: OJIEB*, Volume 2, Nomor 2, hlm. 119.

lembaga adalah untuk mengangkat harkat dan martabat kaum dhuafa melalui program pemberdayaan dan pembinaan.⁹

Pada wawancara yang dilakukan bersama Bapak Azam selaku pimpinan lembaga dan Ibu Komariyah selaku pemegang bagian keuangan dan program yang dimana sejak awal berdiri LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah dalam melakukan fundraising masih menerapkan strategi layanan jemput zakat. Layanan ini digunakan untuk mengakomodasi para muzakki yang sudah menjadi keluarga muzakki tetap di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah untuk menunaikan zakat, infak dan sedekahnya atau dikirimkan lewat rekening ZIS. Sejak adanya covid-19 tepatnya pada tahun 2020 yang dimana adanya peraturan social distancing, pada tahun ini mulai menerapkan digital fundraising, seperti: facebook, instagram, youtube, dan whatsapp. Dalam proses ini LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah menyampaikan informasi tentang program-program yang akan dilakukan melalui pamflet flyer, konten-konten tentang edukasi dan literasi zakat.¹⁰

Selain itu juga dengan menggunakan digital fundraising bisa membantu menutupi kekurangan antara pendukung dan penghambat seperti adanya keterbatasan sumber daya manusia yang ada di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah. Sehingga penggunaan digital fundraising ini dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penggalangan dana ZIS, mencapai audiens yang lebih luas, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan donatur, yang semuanya berkontribusi pada tujuan organisasi dalam membantu mereka yang membutuhkan.

Adanya beberapa faktor pendukung dan penghambat serta penerapan strategi dalam penghimpunan. LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah setiap tahunnya dapat menghimpun ZIS. Pada tahun 2020 penghimpunan ZIS mencapai Rp 400 juta, pada tahun 2021 sebesar Rp 545 juta, tahun 2022 terkumpul Rp 714 juta, dan pada tahun 2023 mencapai Rp 703 juta. Perolehan hasil penghimpunan

⁹ <https://lazisjateng.org/tentang-kami/> diakses pada 9 juli 2024, pukul 23:25

¹⁰ Azam Rivani, Ketua LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, Wawancara pribadi, (Pekalongan, 30 April 2024).

tersebut LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah memperoleh beberapa penghargaan, diantaranya pada tahun 2022 mendapatkan penghargaan berupa BAZNAS AWARD dalam kategori LAZ Provinsi/Kabupaten/Kota dengan program pendayagunaan ZIS terbaik.¹¹

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dengan tujuan untuk memberikan eksplorasi strategi, dan mengutip lebih dalam seberapa impact digital *fundraising* sebagai wadah pengelolaan ZIS dalam pemanfaatan media sosial dengan kegiatan *fundraising*, sehingga peneliti mengangkat tema **STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING UNTUK MENINGKATKAN DANA ZIS DI LAZ AL-IHSAN JAWA TENGAH.**

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah?
2. Bagaimana peluang dan tantangan dalam strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui peluang dan tantangan dalam strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, dengan menyelesaikan penelitian ini diharapkan bisa mengerti dan memahami tentang bagaimana

¹¹ Komariyah, Bidang keuangan dan program di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, Wawancara Pribadi, (9 Juli 2024).

strategi digital *fundraising* yang baik dan benar melalui LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.

2. Bagi akademika, bisa menjadi sebagai bahan acuan wawasan penelitian yang selanjutnya atau sejenisnya, sebagai bahan pengembangan, serta menjadikan bahan baca penelitian skripsi bagi mahasiswa pemula.
3. Bagi LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, memberikan nilai tinggi melalui penelitian skripsi yang saya buat dan diharapkan juga menjadi sebuah wawasan pertimbangan dalam merancang strategi digital *fundraising* melalui LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teoritis

a. Pengertian Digital *Fundraising*

Dalam KBBI, istilah "digital" berarti berkaitan dengan penomoran atau nilai numerik yang digunakan sebagai metode perhitungan tertentu.¹² Digital sering kali dianggap sebagai sistem yang dirancang dengan kompleksitas dan fleksibilitas untuk memudahkan berbagai aktivitas manusia. Teknologi digital telah secara signifikan memengaruhi dan mengubah cara hidup manusia di era ini, dan ke depannya, ketergantungan pada media digital seperti internet akan terus meningkat. Sejarah mencatat bahwa produk berbasis teknologi digital, termasuk internet, cenderung mudah diterima oleh masyarakat. Media digital memainkan peran penting dalam memasarkan produk atau jasa.¹³

Sedangkan dalam beberapa kajian pustaka banyak yang mengartikan apa itu digital *fundraising*, pengertian digital *fundraising* yang pertama adalah proses yang menyebabkan pengaruh kepada masyarakat baik individu maupun kelompok masyarakat maupun organisasi untuk

¹² Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional 725, 2008), hal. 354

¹³ Premei Wahyu Widiyaningrum, *Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*, (Al Tijarah 2, No. 2 (2016)): 230-257

membayarkan dana zakat kepada organisasi zakat dengan cara melalui media berbasis digital.

Pengertian lain dari digital *fundraising* adalah kegiatan yang sangat dinamis dan selalu membutuhkan informasi serta teknologi yang mengikuti tren perkembangan. Menurut Sargent & Jay yang dikutip oleh John Basco, digital fundraising adalah metode pengumpulan dana yang memanfaatkan platform digital untuk menarik dana dari muzaki.¹⁴

Dari pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa digital fundraising adalah metode untuk menyampaikan gagasan atau ide mengenai produk atau program yang ditawarkan, dengan tujuan meningkatkan kesadaran muzaki (calon donatur). Ini dilakukan dengan memanfaatkan media digital, termasuk berbagai platform seperti e-commerce, website, aplikasi, dan media sosial, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui komputer atau perangkat elektronik lainnya.

b. Teori Strategi Digital *Fundraising*

Berdasarkan pada jenisnya metode *fundraising* terbagi menjadi dua macam, yaitu: metode langsung (*direct fundraising*) yaitu metode yang penggunaannya menggunakan teknik-teknik atau cara-cara dengan menggandeng para donatur untuk ikut serta berpartisipasi secara langsung, seperti: *direct email*, *direct advertising*, *telefundraising*, dan presentasi langsung. Sedangkan metode tidak langsung (*indirect fundraising*) merupakan suatu metode menggunakan teknik-teknik yang tidak bekerja sama dengan atau melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: image campaign, penyelenggara event, menjali relasi,

¹⁴ John Basco, *Digital Fundraising Strategies for Nonprofit Marketing Leaders in International Markets*, *Dissertation Abstracts International* (Section A: Humanities and Social Sciences, 79.12, (Agustus, 2018)) , hal. 7

melalui referensi, dan mediasi dengan tokoh-tokoh sebelumnya.¹⁵

Strategi penggalangan dana merupakan kunci keberhasilan dalam suatu kegiatan penggalangan dana. Strategi ini dapat diibaratkan sebagai peta yang memandu perjalanan organisasi sosial. Dengan strategi yang tepat, organisasi dapat menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi. Strategi ini juga menunjukkan cara untuk memperoleh hasil maksimal dari upaya penggalangan dana yang dilakukan.

Menurut Sargeant, strategi *fundraising* adalah elemen penting dalam pendekatan untuk mencapai tujuan dan membedakan aktivitas penggalangan dana dari organisasi pelayanan sosial lainnya. Beberapa strategi fundraising yang umum digunakan oleh organisasi pelayanan sosial meliputi:

1. *Dialogue fundraising*

Strategi penggalangan dana yang dilakukan dengan berdialog langsung atau tatap muka adalah metode di mana penggalang dana dari organisasi pelayanan sosial mencari sumber dana melalui interaksi langsung dengan calon donatur. Pendekatan ini memungkinkan adanya komunikasi yang lebih personal dan mendalam, sehingga dapat membangun hubungan yang kuat antara organisasi dan donatur. Dengan cara ini, penggalang dana dapat menjelaskan misi, visi, dan kebutuhan organisasi secara langsung, serta menjawab pertanyaan atau keberatan yang mungkin muncul dari calon donatur. Dalam pendekatan ini biasanya metode penggunaannya menggunakan face-to-face (F2F) fundraising, telepon, email yang memiliki sifat personal atau individu milik intansi.

Tujuan dari adanya strategi ini adalah untuk menumbuhkan interaksi yang lebih pribadi dan lebih mendalam, dimana para donator lebih merasa

¹⁵ Faozan Amar, *Digital Fundraising Zakat; Teknologi Pembayar Zakat Dari Konvensional Ke Digital*, (Yogyakarta: IB Pustaka, 2023), hlm. 29-39

didengarkan, diberi informasi yang relevan, dan membuat rasa ingin tahu donator sehingga menimbulkan pertanyaan. Kata lain dari tujuan adalah organisasi bisa menumbuhkan hubungan kekeluargaan yang baik dan kuat sehingga dapat meningkatkan donator untuk terus berdonasi di lembaga zakat tersebut.

2. *Corporate fundraising*

Strategi yang dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan perusahaan mencakup beberapa pendekatan, seperti:

- 1) Cause Related Marketing (CRM): Strategi ini melibatkan kolaborasi antara organisasi sosial dan perusahaan, di mana sebagian dari penjualan produk atau layanan perusahaan disumbangkan untuk mendukung tujuan sosial tertentu.
- 2) Promosi bersama: Dalam strategi ini, organisasi sosial dan perusahaan bekerja sama untuk melakukan kampanye promosi yang saling menguntungkan, meningkatkan visibilitas dan dukungan untuk kedua belah pihak.
- 3) Pengajuan proposal: Organisasi sosial dapat mengajukan proposal kepada perusahaan untuk mendapatkan dukungan dana atau sumber daya, dengan menjelaskan manfaat dan dampak positif dari kerjasama tersebut.

Melalui strategi ini, organisasi sosial dapat memperluas jaringan dan mendapatkan dukungan yang lebih besar dalam upaya penggalangan dana.

3. *Multichannel fundraising*

Strategi dengan menggunakan keberagaman media dan saluran seperti; penggunaan website secara online, melalui telepon, serta komunitas. Tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan pelayanan sosial zakat melalui berbagai jenis media yang mana donator

ikut terlibat dan memaksimalkan peluang donasi dikemudian hari.

4. *Retention and development donor*

Strategi dalam mempertahankan loyalitas donatur dan pengembangan donatur, dalam kata lain adalah untuk memberi kepastian terhadap donator dengan adanya penghormatan bahwa mereka sangat dihargai dan puas dengan apa yang telah mereka donasikan serta terus mendukung lembaga dalam waktu yang panjang. Hal ini termasuk dalam memberikan pembaharuan rutin, penghargaan dan komunikasi personal dengan donator seperti: membangun hubungan dengan donatur dan penciptaan pelayanan kepada donatur.

Strategi penggalangan dana merupakan inti dari kegiatan penggalangan dana yang akan dilakukan. Organisasi pelayanan sosial harus memberikan perhatian penuh sejak awal pada setiap langkah yang diambil dalam proses penggalangan dana, agar semua berjalan lancar dan efektif. Perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang terorganisir sangat penting untuk mencapai tujuan penggalangan dana yang diinginkan. sehingga dapat meningkatkan pendapatan, memperluas basis donator, dan membangun hubungan yang berkelanjutan.¹⁶

c. Analisis SWOT

Analisis *Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) merupakan strategi perencanaan yang efektif untuk menganalisis dampak dari faktor internal dan eksternal dalam perusahaan. Untuk memudahkan pengindentifikasian peluang dan tantangan dalam proses penggalangan dana terutama dalam organisasi pemerintahan, diperlukannya sebuah analisa. Tujuan dari adanya analisa untuk memudahkan langkah kedepan perusahaan dalam mengembangkan tujuan dari perencanaan sebelumnya.

¹⁶ Yessi Rachmasari, dkk, *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*, (Bandung: Unpad Pres, 2016), hlm. 21-22.

Terutama dalam LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah sendiri penggunaan analisis SWOT dapat diterapkan.

Strategi yang baik berdasarkan analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan atau institusi. Strategi tersebut harus disusun sesuai dengan visi, misi, tujuan, dan kebijakan yang menjadi karakteristik organisasi.

Analisis SWOT adalah metodologi yang dapat diterapkan dalam penelitian untuk memperkuat formula strategi. Penelitian yang menggunakan analisis SWOT dapat memberikan informasi berharga kepada pengambil kebijakan, memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi dan menyusun strategi guna meningkatkan kinerja dan membangun keunggulan kompetitif. Dengan analisis SWOT, suatu perusahaan atau institusi dapat mengukur kekuatan, mengidentifikasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghindari ancaman, sehingga mampu merumuskan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan.¹⁷

Analisis SWOT sendiri adalah teori yang sudah lama dalam perihal perencanaan strategi. Dalam beberapa pendapat yang salah satunya Stanford Research Institute mengatakan pertama kali munculnya teori SWOT ini pada tahun 1960. Muncul karena untuk menganalisis faktor penyebab kesalahan yang terjadi pada perencanaan dalam pengelolaan suatu di perusahaan dan dijadikan sebagai bahan solusi untuk menemukan solusi perubahan. Analisis SWOT harus memanfaatkan logika dan penalaran untuk menganalisis secara keseluruhan dan sedetail mungkin, sehingga mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang yang di punyai perusahaan dan dalam waktu bersama juga harus meminimalisir kelemahan dan ancaman yang memberikaan dampak negatif bagi perusahaan. Penting bagi peneliti untuk

¹⁷ Hendra Cipta & Hatamar, *Buku Analisis SWOT*, Shidiq Press (Bangka Belitung, 2020).Hlm 33-34.

melakukan penelitian menggunakan strategi analisis SWOT dalam mengindikator dari semua empat komponen SWOT supaya menciptakan formulasi dengan penggabungan antara S dan O, W dan O, S dengan T, dan W dengan T, tetapi perlu diingat juga untuk menggabungkan keempat komponen ini harus disesuaikan kembali dengan tujuan dilakukannya penelitian.¹⁸

2. Penelitian yang relevan

Sebelum melakukan penelitian, penulis terlebih dahulu melakukan kajian pustaka pada penelitian terdahulu yang nantinya akan dijadikan sebagai referensi tambahan dalam melakukan perbedaan pembahasan dengan tujuan untuk menghindari adanya plagiasi penelitian serta menjadikan bahan pengembangan pola pikir peneliti. Berikut adapun persamaan dan perbedaan skripsi terdahulu dengan skripsi yang penulis susun, antara lain sebagai berikut:

Pertama, Bagas Fajri Pradana (2022), dengan judul skripsi “ Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad purwokerto”. Dalam skripsi ini membahas tentang strategi yang digunakan dalam pelaksanaan *fundraising* media sosial baik secara implementasinya atau keefektifan pelaksanaannya. Dampak dari adanya *fundraising* di penelitian ini sangat efektif dan berhasil meningkatkan citra lembaga.¹⁹

Persamaan pada penelitian ini dengan yang diteliti penulis adalah sama-sama membahas mengenai *fundraising* ZIS melalui media sosial, selain itu juga dalam penggunaan metode yang digunakan sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini

¹⁸ Hendra Cipta & Hatamar, *Buku Analisis SWOT*, Shidiq Press (Bangka Belitung, 2020).Hlm.15-16.

¹⁹ Bagas Fajri Pradana, Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto, *Skripsi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*, 2022

adalah terletak pada tempat lokasi penelitian dilakukan, yang mana penelitian pada skripsi ini dilakukan di lembaga LAZNAS Al-Irsyad Purwokerto. Sedangkan penelitian saya ada di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, selain itu juga dalam penerapan teori yang digunakan yaitu perumusan, implementasi dan evaluasi. Pada penelitian peneliti menggunakan teori menurut sargaent.

Kedua, Nur Malik Ibrahim (2019), dengan judul skripsi “Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu”. Dalam skripsi ini memuat pembahasan metode yang digunakan dalam melaksanakan *fundraising* media sosial dengan *facebook*. Dalam pelaksanaan *fundraising* media sosial disini sudah sesuai dengan tujuan *fundraising* yaitu menghimpun dana masyarakat.²⁰

Persamaan skripsi ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan media sosial *facebook*, dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan skripsi ini dengan penelitian yang peneliti tuliskan terletak pada penggunaan media sosial yang digunakan. Pada skripsi ini media yang digunakan hanya via *facebook* saja sedangkan punya peneliti menggunakan media lainnya seperti: *tiktok*, *instagram*, *whatsapp*, *website*, dan *youtube*.

Ketiga, Felly Agriaka Ashar (2023), yang berjudul “Analisis Strategi *Fundraising* ZIS Dalam Meningkatkan Tingkat Kepercayaan Muzaki Melalui Youtube Channel DDTV Pada LAZNAS Dompot Dhuafa”. Skripsi ini memuat pembahasan tentang model strategi *fundraising* yang dilaksanakan di Dompot Dhuafa Philanthropy salah satunya adalah dengan strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Dalam *fundraising* yang dilakukan berupa penggunaan media digital *youtube*. Dan juga

²⁰ Nur Malik Ibrahim, “Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu,” *Skripsi IAIN Bengkulu*, 2019.

bagaimana sosialisasi yang digunakan dalam dompet dhuafa.²¹

Kesamaan penelitian ini terletak pada penggunaan strategi yang dipilih yaitu metode *fundraising* tidak langsung atau *indirect fundraising*. Sedangkan perbedaannya terletak pada media yang di gunakan yaitu hanya berupa youtube dimana isi kontennya lebih lengkap berupa konten ZIS, konten dakwah, galang donasi, dokumentasi hasil program kerja.

Keempat, Adristi Dwi Cahyani (2023), dengan judul skripsi “Efektivitas Strategi Digital *Fundraising* Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Perolehan Zakat Infaq Sedekah Pada Yatim Mandiri Cabang Malang”. Dalam skripsi ini membahas tentang 4 strategi yang digunakan, antaranya : *segmentasi* pasar, *targeting*, *positioning* dan *selling*. Hasil pada skripsi ini yaitu sudah adanya efektivitas yang efektif pada penerapan *fundraising* digital.²²

Kesamaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan media berupa tiktok, instagram, facebook dan whatsapp. Sedangkan perbedaannya pada lokasi tempat penelitian dilakukan dan juga pada strategi yang digunakan, antaranya : *segmentasi* pasar, *targeting*, *positioning* dan *selling*.

Kelima, Suci Setiawan (2024), dengan judul skripsi “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Lazis-Nu Kabupaten Ponorogo Dalam Meningkatkan Efektivitas *Fundraising*”. Pembahasan skripsi ini tentang proses strategi yang digunakan Lazis-Nu Ponorogo yaitu dengan

²¹ Felly Agriaka Ashar, “Analisis Strategi Fundraising ZIS Dalam Meningkatkan Tingkat Kepercayaan Muzaki Melalui Youtube Channel DDTV Pada LAZNAS Dompet Dhuafa,” *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2023.

²² Adristi Dwi Cahyani, “Efektivitas Strategi Digital Fundraising Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Perolehan Zakat Infaq Seekah Pada Yatim Mandiri Cabang Malang,” *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2023.

facebook, instagram, website dan youtube dengan menggunakan flyer.²³

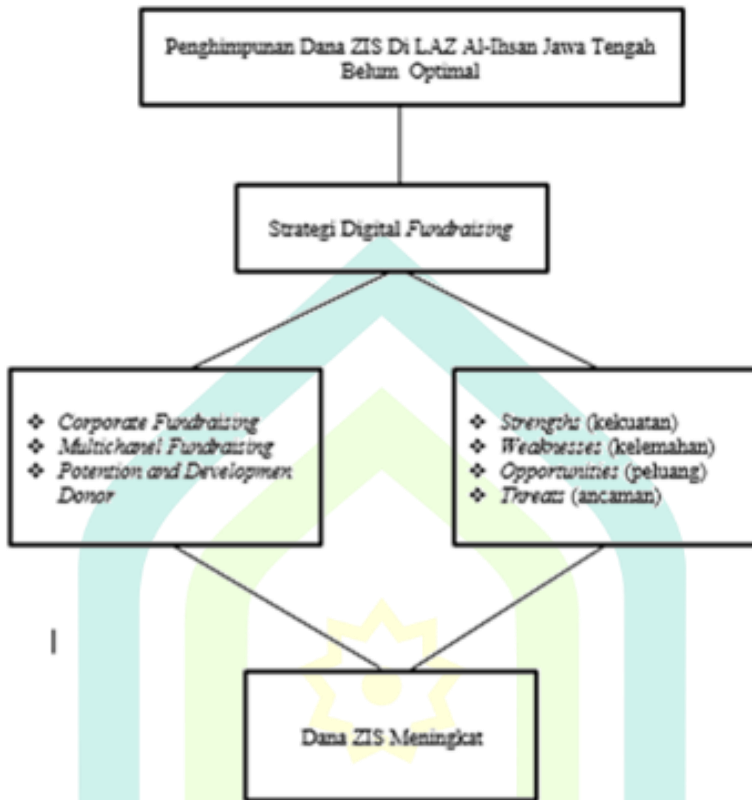
Persamaan dan perbedaan penelitian ini terletak pada media yang digunakan dan tempat lokasi penelitian dilakukan. Dalam skripsi ini menggunakan teori milik Ricard M. Strees yaitu buku pedoman dengan judul efektifitas organisasi.

3. Kerangka Berpikir

Fundraising adalah salah satu tombak dari keberhasilannya suatu perusahaan atau organisasi. Sedangkan, dalam penghimpunan zakat yang dilaksanakan di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah belum begitu optimal, masih jauh dari target yang ditetapkan. Oleh karena itu, LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah melakukan strategi digital *fundraising* untuk mencapai penghimpunan zakat yang optimal. Strategi digital *fundraising* ini meliputi *Corporate Fundraising, multichanel Fundraising, retention and Development Donor*. Dengan melakukan strategi digital fundraising di LAZ AL-Ihsan Jawa Tengah akan didapat hasil dengan mengetahui bagaimana strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS. Serta mengetahui peluang dan tantangan dalam strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.

²³ Suci Setiawan, “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Lazis-Nu Kabupaten Ponorogo Dalam Meningkatkan Efektivitas Fundraising,” *Skripsi IAIN Ponorogo*, 2024.

Bagan 1.1 Kerangka Berpikir



F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara untuk menggali data dengan cara ilmiah yang bertujuan mampu mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan dan menemukan pengetahuan, teori untuk memahami, memecahkan serta mengantisipasi suatu masalah yang terjadi di dalam kehidupan manusia.

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Feny Rita Fiantika menjelaskan bahwa metode kualitatif yaitu metode yang dilakukan seseorang untuk mengambil data tunggal dalam semua aspek yang ada

didalamnya, meskipun dilapangan penelitian dilakukan lebih dari satu orang secara tim maupun kelompok.²⁴

2. Sumber Data Penelitian

Pada penelitian ini ada dua sistematika sumber data yang digunakan antara lain:

a. Sumber data primer

Menurut Arikunto, Data primer merupakan data yang verbal atau data yang didapatkan melalui lisan, dari keabsahan data dapat dipercaya kebenarannya, dalam hal ini yang menjadi subjek penelitian (informan) yang berkenan dengan variabel yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah Bapak Azam sebagai ketua LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah dan Bapak Hartono sebagai *fundraising* melalui proses wawancara langsung.²⁵ Semua informasi, fakta dan kenyataan terkait atau relevan dengan penelitian, di mana hubungannya atau relevansinya jelas, bahkan langsung. Disebut sebagai data utama (primer), karena data inilah yang menjadi penentu utama berhasil tidaknya suatu proses penelitian. Dengan diperolehnya data tersebut maka penelitian dapat dilakukan dikatakan sukses. Dari data itulah yang menjadi pertanyaan utama penelitian dapat terjawab. Dan dari data itu dilakukan penelitian dapat dikembangkan menjadi lebih detail, mendalam dan terperinci. Data yang mempunyai ciri-ciri seperti ini adalah hal yang wajar disebut data utama atau primer. Definisi lain dari data primer adalah data yang diambil dari sumber atau sumber utama pertama di lapangan.

b. Sumber data sekunder

Menurut Sugiyono, sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan

²⁴ Feny Rita Fiantika, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 3.

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 2013, (Jakarta: Rineka Cipta), hlm.94.

lewat orang lain atau dokumentasi.²⁶ Sumber data sekunder disini adalah mustahik.

3. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data penelitian ini. Peneliti menggunakan beberapa metode, diantaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Terkait teknik observasi, Edwards dan Talbott dicatat: *all good practitioner research studies start with observations*. Pengamatan tersebut dapat dihubungkan dengan usaha: merumuskan masalah, membandingkan permasalahan (yang dirumuskan berdasarkan kenyataan di lapangan), pemahaman rinci tentang masalah (untuk menemukan pertanyaan) yang akan dimasukkan dalam kuesioner, atau untuk menemukan strategi pengambilan data dan bentuk perolehan pemahaman yang dianggap paling tepat. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung kesuatu objek penelitian,

1. Observasi narasumber merupakan teknik pengumpulan data melalui cara menghimpun data dengan pengamatan secara langsung kehidupan sehari-hari dari narasumber.
2. Observasi tidak terstruktur merupakan pengamatan dengan tidak menggunakan teknik atau pedoman penelitian, penelitian hanya mengembangkan dari data yang telah didapatkan melalui peristiwa yang terjadi dilapangan.
3. Observasi kelompok merupakan pengamatan yang dilakukan secara kelompok dengan observasi tentang fenomena objek penelitian.²⁷

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi lisan dan dapat dibedakan menjadi tiga bentuk: terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur melibatkan pertanyaan yang ketat dan diarahkan. Sementara

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 67.

²⁷ Syafrida Hafni Sahir, *Metode Penelitian*, (Jogjakarta:KBM Indonesia, 2021), hlm. 46-47.

itu, wawancara semi terstruktur juga memiliki pertanyaan yang diarahkan, tetapi memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan baru yang muncul secara spontan berdasarkan konteks pembicaraan. Di sisi lain, wawancara tidak terstruktur atau terbuka memungkinkan peneliti untuk fokus pada inti permasalahan tanpa terikat pada format yang ketat.

Wawancara dapat dilakukan secara individu atau kelompok. Dalam wawancara secara individu dan dalam kelompok ini peneliti dapat berperan sebagai pewawancara melakukan wawancara secara direktif. Artinya, para peneliti selalu berusaha mengarahkan tetapi percakapannya sesuai dengan fokus pada masalah yang ingin dipecahkan. Namun demikian pula peneliti juga dapat melakukan wawancara secara langsung tidak direktif. Hal ini dilakukan jika peneliti tidak ingin memfokuskan pembicaraan pada suatu masalah tapi juga ingin mengeksplorasi suatu masalah.

c. Dokumentasi

Penelitian kualitatif tidak hanya merujuk pada faktor sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat, namun bisa juga merujuk pada materi yang berupa dokumen. Berbagai dokumen ibarat teks (berbentuk membaca, dalam bentuk rekaman audio, atau dalam bentuk audio visual). Semua ini biasa ditemui ketika melakukan penelitian tentang naskah, karya sastra, dan seni pertunjukan.

Dalam hal demikian, teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui elips sesuai fokus masalah yang sedang dikerjakan dan bukti di masa depan diserahkan. Sejalan dengan permasalahan yang sedang dikerjakan, Pembahasan teks harus dilakukan dengan hati-hati topikal; tidak berurutan. Meskipun datanya yang diangkat bersifat segmentatif, namun sedang dalam proses permainan, peneliti tidak bisa melepaskan penilaian segmentasi data dengan konteks diskursifnya.

d. Partisipasi

Berbeda dengan data yang diambil melalui sejumlah teknik di atas, yang mungkin merujuk pada data alami, pengumpulan data melalui teknik partisipasi studi tindakan mengacu pada pengumpulan data tentang hasil intervensi peneliti sebagai praktisi yang telah dipersiapkan oleh peneliti. Pengumpulan data seperti itu biasa digunakan di penelitian tindakan/studi tindakan/*action research*.

Sebelum mengumpulkan data, peneliti terlebih dahulu merumuskan konsep yang dijadikan landasan. Landasan tersebut sejalan dengan bentuk tindakan yang akan dilakukan diimplementasikan dalam program aksi. Dalam pelaksanaan program tindakan ini tidak hanya melibatkan kelompok sasaran saja melibatkan peneliti sendiri sebagai praktisi. Dengan kondisi demikian peneliti juga melakukan pengendalian dan pengarahan sehingga fakta yang dikerjakan mengarah pada kondisi atau kondisi kepemilikan ciri-ciri tertentu sejalan dengan tujuan tindakan yang dilakukan.

Pengumpulan data dapat ditempuh melalui kegiatan observasi, wawancara, dokumen, dan hasil kegiatan. Sebagai data yang berkaitan dengan studi tindakan, prosedur ini pada dasarnya akumulatif. Jadi kumpulkan data diharapkan peneliti dapat memperoleh informasi tentang kondisi awal, masalah yang timbul, proses tindakan yang diambil, keterlibatan kelompok sasaran dalam kegiatan tindakan, hasil tindakan, dan data mengenai kegiatan yang dilakukan. Diharapkan para peneliti dapat melakukan serangkaian kegiatan tindakan mengetahui/menunjukkan akibat dari tindakan yang diambil.²⁸

4. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses pencarian yang dilakukan secara sistematis dengan menyalin catatan dari wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan bahan lainnya

²⁸ Hasan Sazali, *Penelitian Kualitatif*, (Sumatra Utara: Wal Ashri Publishing, 2020), hlm. 56

untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang dikumpulkan.²⁹ Di bawah ini analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses analisis data dengan cara memilah, memfokuskan, menyederhanakan informasi-informasi yang muncul di lapangan menjadi data yang dibutuhkan oleh peneliti atau data yang berkaitan dengan fokus penelitian. Pada penelitian ini peneliti berusaha menghimpunkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan kemudian menyederhankan lagi menjadi data-data yang sesuai yang dibutuhkan peneliti terkait Strategi Digital *Fundraising* untuk Meningkatkan Dana ZIS yang dilakukan LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.³⁰

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menyusun data-data yang telah diseleksi sebelumnya berdasarkan kebutuhan obyek penelitian agar nantinya dapat menarik kesimpulan. Atau pengambilan tindakan atas data yang telah direduksi. Pada penelitian ini peneliti menyajikan data-data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan yang telah direduksi dengan sumber penelitian yang berkaitan dengan sumber obyek penelitian.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses untuk menemukan dan memahami makna, kepentingan, pola keteraturan, penjelasan, dan penyebab yang disajikan secara ringkas. Pada tahap ini, peneliti mengurangi informasi yang ada untuk menyajikan temuan dengan lebih terfokus dan padat. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan inti dari hasil penelitian, mengidentifikasi hubungan atau

²⁹ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*, (Sleman: CV Budi Utama, 2020), hlm. 8.

³⁰ Ai Purnamasari, Ekasatya Aldila Afriansyah, "Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SMP pada Topik Penyajian Data di Pondok Pesantren" (*Jurnal Pendidikan Matematika*, vol 1, No 2, Juli 2021), hal 211

pola yang relevan, serta memberikan penjelasan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, penarikan kesimpulan membantu menyampaikan temuan penelitian kepada pembaca atau pemangku kepentingan dengan cara yang lebih jelas dan terfokus.³¹

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan laporan akhir ini dimaksudkan sebagai gambaran umum mengenai yang dimaksud dari penelitian yang ditulis oleh peneliti. Adapun penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pembahasan bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori. Pembahasan bab ini meliputi teori *fundraising* dan pengelolaan zakat dan tinjauan umum tentang ZIS, seperti pengertian *fundraising*, jenis-jenis *fundraising*, strategi *fundraising*, pengertian zakat, pengelolaan zakat, jenis-jenis zakat, landasan hukum zakat, golongan penerima zakat.

Bab III Gambaran Umum. Pembahasan bab ini berisi tentang data hasil penelitian yang diperoleh peneliti di lapangan yang berupa profil LAZIS Al-Ihsan Jawa Tengah dan deskripsi data strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, serta peluang dan tantangan strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.

Bab IV Analisis. Pembahasan bab ini berisi tentang analisis strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah dan analisis peluang dan tantangan dalam strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah.

³¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 92.

Bab V Penutup. Pembahasan bab ini mencakup bagian terakhir pokok penting pembahasan meliputi kesimpulan dan saran.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan melalui hasil pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi serta studi dokumentasi pada sumber primer dan sekunder mengenai strategi digital fundraising untuk meningkatkan dana ZIS di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

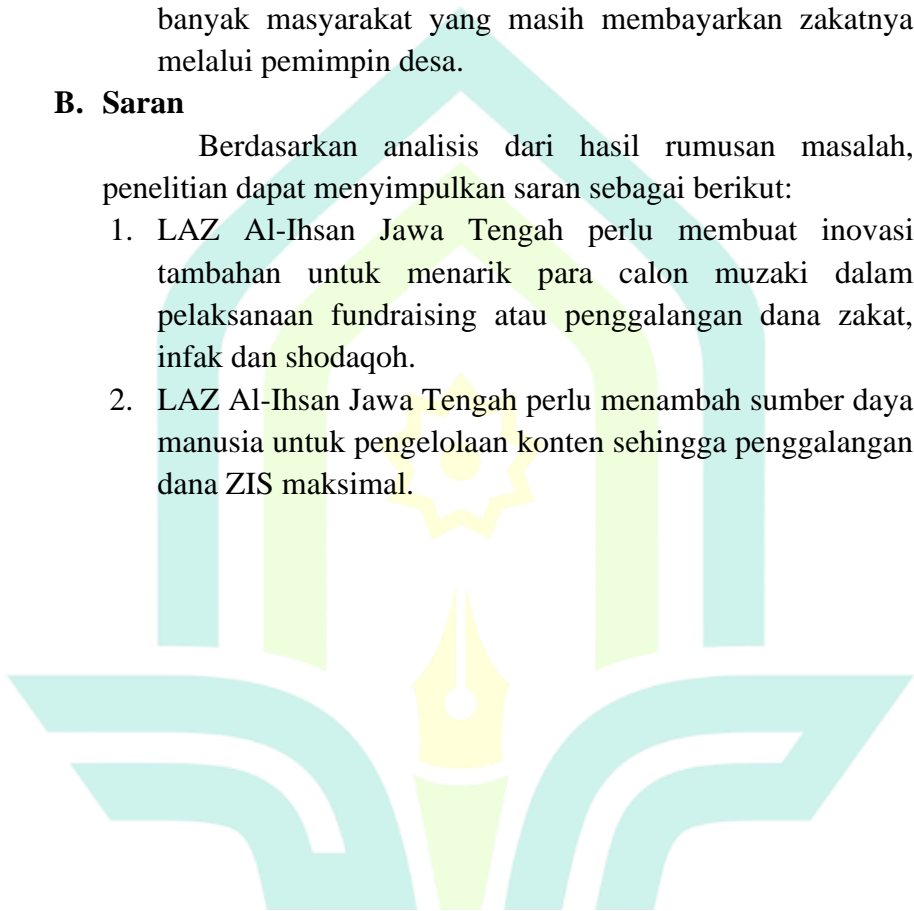
1. Teori yang digunakan LAZ Al-Ihsan ada tiga meliputi: *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, dan *potention and development donor*. Penerapan yang dilakukan LAZ Al-Ihsan dalam penggunaan metode *corporate fundraising* dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan atau organisasi dan kerjasama ini meliputi kerjasama berbasis media sosial, proposal dan partnership. Sedangkan metode *multichannel fundraising* merupakan strategi penggalangan dengan melalui saluran digital. Dalam hal ini media yang digunakan mencakup youtube, instagraam, whatshapp dan website resmi lembaga. Metode lainnya yaitu metode *potention and development donor* atau penggalangan dengan mempertahankan loyalitas donator dan pengembangan donator dalam hal ini bentuknya seperti penggalangan melalui whatshapp dan memberikan kwitansi secara otomatis ke orang yang sudah berdonasi.
2. LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah untuk menghadapi peluang dan tantangan dalam strategi digital *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS yaitu dengan menggunakan analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunities, dan threats*). *Strength* merupakan kekuatan yang dipunyai perusahaan dalam memberikan pengaruh positif seperti perolehan deretan prestasi dan penghargaan yang diraih oleh LAZ Al-Ihsan. *Weakness* atau kelemahan yang masih menjadi kekurangan sehingga menyebabkan menghambat

mencapaian kesuksesan, seperti adanya kekurangan anggota dan pengelolaan media sosial dalam konten creator. *Opportunities* atau peluang untuk mendapatkan kesempatan yang menguntungkan bagi perusahaan seperti dalam penggunaan media sosial dan memanfaatkan media sosial dengan kreatif. *Threats* atau sebuah ancaman yang berpotensi merugikan perusahaan, seperti halnya masih banyak masyarakat yang masih membayarkan zakatnya melalui pemimpin desa.

B. Saran

Berdasarkan analisis dari hasil rumusan masalah, penelitian dapat menyimpulkan saran sebagai berikut:

1. LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah perlu membuat inovasi tambahan untuk menarik para calon muzaki dalam pelaksanaan fundraising atau penggalangan dana zakat, infak dan shodaqoh.
2. LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah perlu menambah sumber daya manusia untuk pengelolaan konten sehingga penggalangan dana ZIS maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, DKK. (2021), “Kemampuan Komunikasi Metematis Siswa SMP pada Topik Penyajian Data di Pondok Pesantren”, *Jurnal Pendidikan Matematika*, 1 (2)
- Ali, DKK. (2018), *FIKIH MANHAJI: Fikih Lengkap Imam Asy-Syafi 'I 4: Zakat dan Wakaf*, Yogyakarta: Pro-U Media.
- Amar, F. (2023), *Digital Fundraisings Zakat (Teknologi Pembayaran Zakat Dari Konvensional Ke Digital)*, Yogyakarta: IB Pustaka.
- Arikunto, S. (2013), *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashar, A. F. (2023), “Analisis Strategi Fundraising ZIS Dalam Meningkatkan Tingkat Kepercayaan Muzaki Melalui Youtube Channel DDTV Pada LAZNAS Dompot Dhuafa,” *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Barkah, Q., dkk. (2020), *Fikih Zakat, Sedekah, Dan Wakaf*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Cahyani, D. A. (2023), “Efektivitas Strategi Digital Fundraising Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Perolehan Zakat Infaq Seekah Pada Yatim Mandiri Cabang Malang,” *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Cahyono, S. A. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia, *jurnal publiciana*, 9 (1).
- Cipta, H, & Hatamar. (2020), *Buku Analisis SWOT*, Shidiq Press, Bangka Belitung.
- Diakses melalui <https://jateng.kemenag.go.id/berita/kemenag-rilis-108-lembaga-pengelola-zakat-tidak-berizin-ini-daftarnya/>
- Diakses melalui <https://kominfo.pekalongankota.go.id/berita/potensi-zakat-capai-rp-3-miliar.html> pada tanggal 12 Mei 2024.
- Fiantika, R. F., dkk. (2022), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- George A. Steiner, John B. Miner. (1997), *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: Erlangga.
- Hatamar, & Cipta H. (2020), *Buku Analisis SWOT*, Shidiq Press, Bangka Belitung.

<https://lazisjateng.org/tentang-kami/> diakses pada 9 juli 2024, pukul 23:25

Ibrahim, M. N. (2019), “Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu,” *Skripsi IAIN Bengkulu*.

Komariyah. (2024), Bidang keuangan dan program di LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, Wawancara Pribadi.

Listiana, N. A, dkk. Digital Zakat Dalam Upayaa Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Dan Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Pandemi Covid-19, *Jurnal: OJIEB*, 2 (2)

Mardawani. (2020), *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*, Sleman: CV Budi Utama.

PBDPN. (2008), *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa.

Pradana, F. B. (2022), Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto, *Skripsi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*.

Purwanto, A. (2009), *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Yogyakarta: Teras.

Rachmasari, Y. (2016), *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*, Bandung: Unpad Press.

Rachmasari, Y, dkk. (2016), *Strategi Fundraising: Konsep dan Implementasi*, Bandung: Unpad Pres.

Rafiudin dan Djaliel M. A. (1998), *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia.

Rahayuningtyas, DKK. (2021), *Strategi Networking & Fundraising GPMB*, Bantul: Ladang Kata.

Redaksi T. KBBI. (2008), *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional 725.

Rinawati, I. (2023), *Fundraising Wakaf Uang dan Dakwah Kiai*, Riau: DOTPLUS Publisher.

Rivani, A. (2024), Ketua LAZ Al-Ihsan Jawa Tengah, Wawancara pribadi, Pekalongan.

- Sahir, H. S. (2021), *Metode Penelitian*, Jogjakarta:KBM Indonesia.
- Sazali, H. (2020), *Penelitian Kualitatif*, Sumatra Utara: Wal Ashri Publishing.
- Sergeant, A. (2010), *fundraising principal and practices*, Fransisco: Inc.All right reserved.
- Setiawan, S. (2024), “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Lazis-Nu Kabupaten Ponorogo Dalam Meningkatkan Efektivitas *Fundraising*,” *Skripsi IAIN Ponorogo*.
- Subhan, F. A. (2023), Analisis Peran Media Sosial dalam Penghimpunan dan Pelaporan Dana ZIS kepada Muzakki Studi Kasus Lazismu Kabupaten Pati, Profit: *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 7 (2).
- Sugiyono. (2013), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Syarifah, N. (2024), *Fundraising II, Wawancara Pribadi*, Kota Pekalongan.
- Tim Komunitas Publik, Saat ditemui dikantor kerjanya pada hari senin, 8 Januari 2024, (<https://pekalongankota.go.id/berita/2024-baznas-kota-pekalongan-targetkan-perolehan-zis-35-miliar.html>)
- Triyowati, H. dkk. (2017), *Manajemen Lembaga Zakat*, Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti.
- Widiyaningrum, W. P. (2016), *Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*, Al Tijarah 2.
- Widiyaningrum, W. P. (2016), *Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*, Al Tijarah, 2 (2).
- yuhani’ah R, & Hermanto A. (2023), *Manajemen ZISWAF*, Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Zuneiroh, O & Syofiah, I. (2023), Strategi Fundraising DalamPenerimaan Dana ZIS pada Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan, *Jurnal Ekonomika dan Bisniss Islam*, 6 (1).