

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

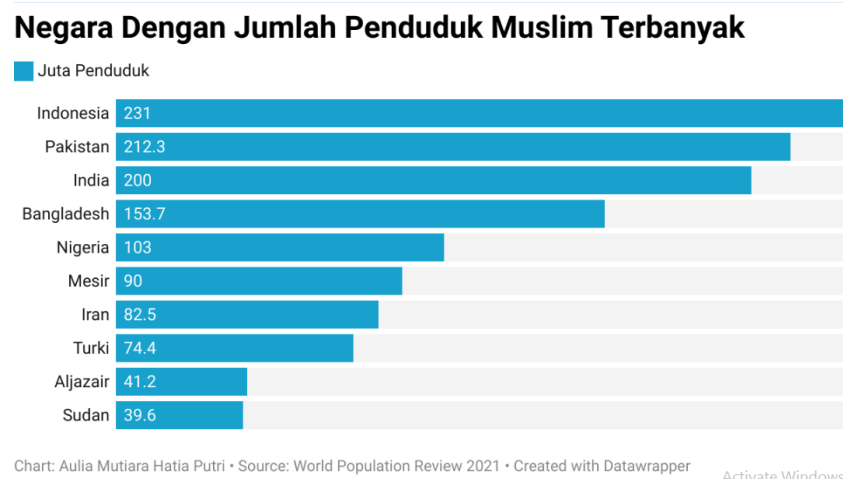
Penghimpunan dana (*fundraising*) merupakan pilar utama dalam keberlangsungan operasional lembaga pengelolaan zakat. Karena, pada dasarnya lembaga pengelolaan zakat selalu berhubungan dengan dana pada aktivitasnya. *Fundraising* bukan hanya tentang mengumpulkan dana saja, tetapi juga tentang membangun hubungan, meningkatkan kesadaran, dan memajukan tujuan lembaga pengelolaan zakat. Artinya, dari dana zakat, infak, dan sedekah tadi, dapat meminimalkan kemiskinan dan kesenjangan kekayaan, dan kita dapat memperbaiki kesejahteraan masyarakat.¹

Penyusunan strategi *fundraising* yang efektif menjadi kunci bagi lembaga pengelolaan zakat untuk meraih targetnya. Kegiatan *fundraising* yang dilaksanakan dengan penyusunan rencana yang matang, akan memungkinkan lembaga pengelolaan zakat untuk memperoleh pengetahuan tentang potensi zakat melalui muzaki, yang belum sepenuhnya dipahami. Karena umat Islam merupakan mayoritas penduduk Indonesia, Indonesia pasti memiliki potensi zakat yang sangat besar. Umat Islam di Indonesia melebihi setengah dari populasi penduduk. Dilansir dari artikel CNBC bahwa Indonesia adalah negara dengan jumlah populasi umat Muslim tertinggi di dunia, menurut data dari *World Population Review* untuk tahun 2021. Sekitar 231 juta orang di

¹ Jaka Arjuna, “Strategi Pengumpulan Zakat, Infaq dan Sedekah pada BAZNAS Kabupaten Siak”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022, hlm. 10.

Indonesia mengaku sebagai Muslim. Atau sekitar 86,7% penduduk Muslim dari total populasinya. Berikut data lengkapnya:²

Gambar 1.1 Negara dengan Tingkat Populasi Muslim Tertinggi



Sumber: Artikel CNBC

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh pusat kajian strategis BAZNAS, pada tahun 2021, potensi zakat terdapat sekitar Rp.239 triliun, tetapi realisasinya baru mencapai Rp.14,1 triliun.³ Dari informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa penghimpunan dana atau *fundraising* bukanlah hal yang mudah, dan Indonesia menghadapi banyak kendala dalam mewujudkan potensi zakat secara penuh.

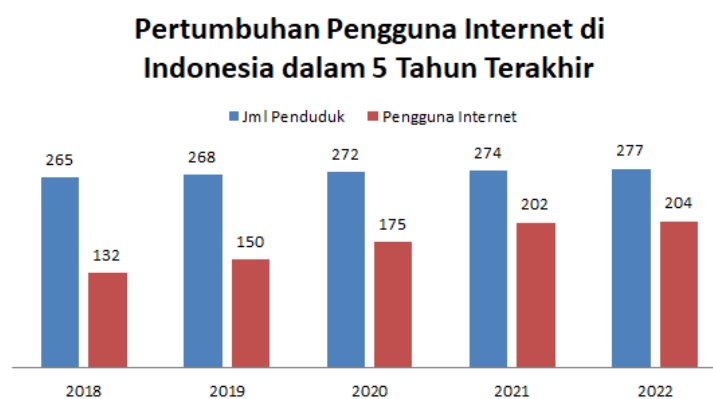
Di era kemajuan teknologi yang pesat saat ini, digitalisasi tidak dapat dihindari dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari. Digitalisasi dan kemajuan teknologi secara bertahap membawa aktivitas manusia yang tadinya dilakukan

² Chandra Dwi, “Negara dengan Umat Muslim Terbanyak Dunia, RI Nomor Berapa?”, <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230328043319-128-424953/negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-dunia-ri-nomor-berapa>, diakses pada 17 Oktober 2023.

³ Kemenko PMK, “Pemerintah Perkuat Pengelolaan Zakat Melalui Unit Pengumpulan Zakat”, <https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-perkuat-pengelolaan-zakat-melalui-unit-pengumpulan-zakat>, diakses pada 17 Oktober 2023.

secara manual ke dalam era digital.⁴ Di dunia modern, nyaris semua masyarakat menggunakan teknologi karena pengaruh kemajuan pesat dalam teknologi, informasi, dan cara berkomunikasi. Karena kemampuan digital lebih sederhana, tidak memakan banyak waktu, dan transparan, penggunaan taktik pengumpulan zakat tradisional akan menurun.

Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengguna Internet



Sumber: *Digital Report Tahun 2022* yang dilakukan oleh Situs Hootsuite (We are Social)

Dikutip dari hasil penelitian *We Are Social* dan *Hootsuite*, dari 277 juta orang Indonesia, 204 juta pengguna internet, atau 73,6% dari total populasi, pada tahun 2022, dan dari tahun 2018 ke tahun 2022 terdapat peningkatan 72 juta pengguna internet. Dibandingkan dengan pengguna internet pada tahun 2000 yang hanya sekitar 1,9 juta.⁵

Populasi pemakai internet yang terus bertambah setiap tahunnya, maka akan semakin banyak pengguna *smartphone*, dan semakin banyak pengguna layanan media sosial, dan akan terjadi perubahan dalam cara orang berdonasi.

⁴ Alya Silvany Yanuar dan Ahmad Makhtum, “*Digitalization Transformation of BAZNAS Financial Reports Based On SIMBA 4.0*”, *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, Volume 7, Nomor 2, Oktober 2023, hlm. 54.

⁵ Andi Dwi Riyanto, “*Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*”, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, diakses pada 18 Oktober.

Sehingga suatu organisasi atau perusahaan harus berinovasi untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan masyarakat karena adanya perkembangan zaman dan teknologi. Masyarakat modern, dengan pengetahuan teknologi yang lebih mumpuni, cenderung memilih solusi yang praktis dan terpercaya dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini termasuk juga dalam memilih transportasi online, belanja online, serta pembayaran zakat, infak, dan sedekah.⁶

Umumnya, pada sebuah lembaga pengelolaan zakat strategi *fundraising* yang digunakan meliputi dua strategi, secara langsung atau offline dan secara tidak langsung atau online. *Fundraising* secara online dapat dilakukan melalui berbagai media digital seperti pada *e-commerce*, situs web, *fintech*, *e-mail marketing*, dan media sosial.⁷ Fokus pada penelitian ini adalah terhadap strategi *fundraising* online dengan memanfaatkan media sosial. Digunakannya media sosial adalah karena media ini dapat memfasilitasi pelaksanaan kegiatan interaktif dari jarak jauh, sehingga tidak perlu hadir secara langsung dan memberikan kenyamanan dan penghematan waktu baik kepada lembaga dan muzaki.⁸

Fundraising dengan media sosial dapat menyenangkan dan interaktif, karena pada media sosial terdapat berbagai macam format konten seperti gambar, video pendek, atau bahkan *live stream* untuk menarik minat muzaki. Media sosial saat ini banyak yang sudah memiliki pengaturan untuk akun bisnis, yang di

⁶ Salsabila Nurul Saputri dan Yuliana Rachmana Putri, “Strategi Komunikasi Organisasi Kitabisa.com dalam Meningkatkan Citra Perusahaan *Communication*”, *Jurnal E-Proceeding Of Management* : Vol.6 No.2 Agustus 2019, hlm. 9.

⁷ Juliana Nasution, “Strategi Digital *Fundraising* Zakat di Indonesia”, *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan dan Akuntansi)*, Volume. 10 Nomor 2, November 2022, hlm. 145.

⁸ Ayu Soraya dan Farid Ardyansyah, “Manajemen Pemasaran Syariah Berbasis Digital pada Tabungan *Easy Wadiah* Di BSI KCP Lamongan dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah”, *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Volume 6 Nomor 2, November 2023, hlm. 613.

dalamnya terdapat fitur iklan yang dapat diatur berdasarkan minat, area, dan usia, dengan harapan konten yang akan diunggah dapat diterima oleh sasaran penerima yang tepat.⁹ Media sosial adalah platform yang penggunaannya didominasi oleh generasi muda, artinya media sosial dapat berperan dalam meningkatkan jangkauan muzaki dalam suatu lembaga pengelolaan zakat ke generasi muda.¹⁰

Pelaksanaan zakat secara digital akan memudahkan penyaluran dana karena dalam prosesnya tidak memerlukan pembayaran secara tatap muka atau secara langsung. Pembayaran zakat melalui perantara media online yang terkendala oleh kesibukannya tetap dapat memberikan dananya untuk ditunaikan zakat sesuai dengan rukun islam.¹¹

Setiap orang dapat mengakses dan menggunakan media sosial untuk melakukan *fundraising* secara digital, yang sangat mungkin dilakukan di era globalisasi ini. Menggunakan platform digital untuk memodernisasi pengumpulan zakat memiliki beberapa keuntungan, salah satunya adalah kemampuan untuk tetap berhubungan dengan sejumlah besar muzaki potensial.

Strategi *fundraising* digital suatu lembaga pengelolaan zakat akan melewati proses sosialisasi, edukasi, dan promosi, harapannya masyarakat akan tahu dan terpengaruh untuk percaya dengan lembaga tersebut, tetapi karena

⁹ Siti Hanifah Bapang, "Dampak Media Sosial *Marketing* Instagram pada *Fundraising* di BAZNAS Kota Yogyakarta", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2022, hlm. 3.

¹⁰ Barid Hardiyanto, *Fundraising* di Pondok Pesantren, (Banyumas: Arta Media, 2023), hlm. 8.

¹¹ Moh Subhan, "Konsepsi Zakat Online Perspektif Maslahah Wahbah Az Zuhaily", *Asasi: Journal of Islamic Family Law*, Vol. 1 No. 1, 2021, hlm. 114.

dengan metode digitalisasi, maka kegiatan sosialisasi, edukasi, dan promosi tadi akan dilaksanakan dengan memanfaatkan adanya media sosial.¹²

Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah bagian dari organisasi nirlaba, dengan kata lain, organisasi yang menjalankan operasinya tidak berorientasi pada keuntungan. LAZ telah ada dari waktu demi waktu dan dapat melawan pertumbuhan masyarakat, jadi dapat disimpulkan LAZ sangat penting dalam hal membantu pengumpulan zakat.¹³ Pada wilayah Gresik terdapat beberapa LAZ yang sudah familiar di masyarakat seperti LAZISMU Gresik, LAZISNU Gresik, LAZ BMH (Baitul Maal Hidayatullah), LAZ YDSF (Yayasan Dana Sosial Al-Falah), LAZ BMT (Baitul Maal wat Tamwil) Nurul Ummah Gresik, Dompot Dhuafa, dan LAZ Nurul Hayat Gresik.

Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Gresik adalah salah satu lembaga sosial di kota Gresik yang secara resmi bertanggung jawab dalam mengumpulkan, memanfaatkan, dan mendayagunakan dana ZIS. Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Hayat adalah organisasi amil zakat yang berpusat di Surabaya dan mendirikan cabang di Gresik pada tahun 2009. Yang memiliki motto “sejuk untuk semua”, artinya tujuan adanya LAZ Nurul Hayat diharapkan menghadirkan kesejukan bagi sekitarnya.¹⁴ Kalimat “sejuk untuk semua” mencerminkan tekad LAZ Nurul Hayat tidak terikat pada golongan tertentu, dengan harapan dapat diterima dan memberikan manfaat bagi semua lapisan masyarakat. Diharapkan

¹² Mohammad Zainuri, dkk, “Strategi *Fundraising* Digital dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZISWAF Program Pemberdayaan Ekonomi Pada Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil”, *IQTISADIE: Journal Of Islamic Banking And Shariah Economy*, Volume 2 Nomor 2 2022, hlm. 3-4.

¹³ Andrean Muhammad Anwar, “Analisis Sistem Pengendalian Internal pada Lembaga Amil Zakat Al Azhar”, *Skripsi*, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2019, Hlm. 1.

¹⁴ Nurul Hayat, <https://nurulhayat.org/laporan-publik/>, diakses pada 13 Januari 2024.

dengan adanya LAZ Nurul Hayat dapat berkontribusi dalam mengatasi berbagai permasalahan sosial ekonomi.

Pada tahun 2022 Nurul Hayat sempat memperoleh penghargaan sebagai lembaga amil zakat dengan *fundraising* digital terbaik 2023 pada Indonesia *Fundraising Award* 2022. Pada tahun 2021, Nurul Hayat juga mendapat predikat Opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) pada laporan keuangan 10 kali berturut-turut sejak tahun 2012.¹⁵ Pernyataan ini menyatakan bahwa laporan keuangan lembaga yang telah diaudit secara akurat menggambarkan arus kas, hasil operasional, dan status keuangan lembaga keuangan yang dimaksud telah selaras dengan acuan akuntansi yang dipergunakan umum di Indonesia.

LAZ Nurul Hayat didirikan dengan tujuan sebagai lembaga independen milik publik, dengan mengedepankan akuntabilitas dan transparansi dalam mengelola dana amanah umat. Sesuai dengan kemandirian lembaga, seluruh donasi masyarakat terutama yang berasal dari ZIS diarahkan sepenuhnya untuk memajukan visi dan tujuan LAZ Nurul Hayat dengan mendukung inisiatif layanan sosial, kesehatan, dakwah, ekonomi, dan pendidikan. Sementara itu, hasil usaha yayasan digunakan untuk membayar gaji amil atau karyawan secara mandiri.

Divisi pada yayasan Nurul Hayat Gresik terdiri dari tiga divisi, yaitu divisi ZIS, divisi usaha, dan divisi laysos (layanan sosial). Divisi ZIS bertanggung jawab untuk mengumpulkan zakat dari para muzaki, divisi usaha menjalankan usaha aqiqah Nurul Hayat, dan divisi laysos (layanan sosial) bertugas menyalurkan zakat kepada mustahik (orang yang berhak menerimanya) melalui berbagai program.

¹⁵ Media Sosial Instagram Nurul Hayat Gresik, diakses pada 1 Juni 2024.

Dipilihnya LAZ Nurul Hayat Gresik pada penelitian ini adalah karena pada data yang dikeluarkan oleh BAZNAS menunjukkan bahwa Gresik merupakan daerah dengan potensi zakat tertinggi ketiga pada provinsi Jawa Timur, yakni sebesar Rp.1,8 triliun.¹⁶

Direktur BAZNAS menyampaikan bahwa potensi zakat online telah meningkat secara signifikan tiap tahunnya. Pernyataan tersebut terlihat dari data yang dikeluarkan BAZNAS pada tahun 2019 terdapat sekitar 42.030 muzaki yang menyalurkan zakat, infak, dan sedekah melalui platform digital. Jumlah transaksi tersebut mencapai 75.471 transaksi. Berdasarkan angka tersebut, pengumpulan dana mencapai sekitar Rp 41 miliar, dibandingkan dengan target Rp 40 miliar.¹⁷ Sedangkan jumlah muzaki pada Nurul Hayat Gresik saat ini tercatat sebanyak 4.895 muzaki aktif.¹⁸

Berdasarkan data jumlah muzaki dan jumlah transaksi melalui platform digital yang disampaikan oleh BAZNAS sebelumnya, dapat diketahui bahwa zakat online memiliki potensi besar untuk membantu ekonomi negara dan membantu mereka yang miskin. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), bahwa total penduduk miskin per Maret 2023 adalah sebanyak 25,9 juta orang.¹⁹ Hanya Rp 71,4 triliun, atau sekitar 21,7%, dari Rp 327,6 triliun potensi zakat yang telah dicapai, menurut penelitian BAZNAS. Menurut angka tersebut, hanya

¹⁶ Muhammad Choirin, dkk, *Indikator Pemetaan Potensi Zakat Provinsi, Kabupaten, dan Kota Tahun 2022 Regional Jawa*, (Jakarta: Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS), 2022), hlm. 155.

¹⁷ BAZNAS, “BAZNAS Ajak Masyarakat Zakat Digital”, https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Ajak_Masyarakat_Zakat_Digital/531, diakses pada 1 November 2023.

¹⁸ Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik, 2024.

¹⁹ Badan Pusat Statistik, “Jumlah Penduduk Miskin (Ribu Jiwa) Menurut Provinsi dan Daerah 2022-2023”, <https://www.bps.go.id/indicator/23/185/1/jumlah-penduduk-miskin-menurut-provinsi.html>, diakses pada 1 November 2023.

Rp10,2 triliun yang melewati Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) resmi, yaitu BAZNAS, sementara Rp61,2 triliun tidak.²⁰ Dijelaskan pada penelitian oleh Masfufah bahwasannya penyebab mengapa masyarakat lebih memilih membayarkan zakatnya kepada OPZ tidak resmi adalah karena menurut mereka jika disalurkan pada lembaga, tidak menjamin bahwa zakat tersebut akan disalurkan kepada orang terdekat mereka yang membutuhkan. Faktor penyebab lainnya adalah karena jauhnya akses dan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap OPZ resmi menyebabkan mereka lebih memilih menyalurkan dana mereka sendiri tidak melalui lembaga.²¹

Faktanya, dalam lapangan masih ada yang belum menyadari eksistensi Nurul Hayat Gresik oleh karenanya penulis ingin mengetahui apakah media sosial berhasil mengatasi permasalahan tersebut. Maka dengan pemaparan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis ingin membahas lebih jauh terkait strategi *fundraising* dengan memanfaatkan media sosial yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik. Sehingga, penulis ingin menjalankan penelitian dengan judul **“Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial dalam Upaya Mengenalkan dan Menarik Minat Muzaki untuk Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik”**.

²⁰ Menko PMK, “Menko PMK: Fokus si Miskin, Zakat Bisa Pulihkan Ekonomi Nasional”, <https://www.kemenkopmk.go.id/menko-pmk-fokus-si-miskin-zakat-bisa-pulihkan-ekonomi-nasional>, diakses pada 7 November 2023.

²¹ Anggia Putri Nabillah, Niken Tri Utami, dan Yuliana Silalahi, “Transparansi dan Akuntabilitas Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) untuk Mengurangi Tingkat Kemiskinan Melalui Perspektif Kelembagaan Islam”, *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, Vol 2 No 1 (2022), hlm. 73.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, berikut adalah rumusan masalah yang akan dikaji dalam tugas akhir ini:

1. Apa strategi *fundraising* berbasis media sosial yang diterapkan dalam upaya mengenalkan dan menarik minat muzaki untuk membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik?
2. Bagaimana efektivitas dari strategi *fundraising* berbasis media sosial yang telah diterapkan terhadap upaya mengenalkan dan menarik minat muzaki untuk membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah di atas, berikut adalah maksud dan tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui strategi *fundraising* berbasis media sosial yang diterapkan dalam upaya mengenalkan dan menarik minat muzaki untuk membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik
2. Untuk mengetahui efektivitas dari strategi *fundraising* berbasis media sosial yang telah diterapkan terhadap upaya mengenalkan dan menarik minat muzaki untuk membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik

D. Kajian Pustaka

Penulis akan mencantumkan temuan-temuan dari penelitian terdahulu mengenai topik yang dibahas dalam penelitian ini untuk mengoptimalkan hasil, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi oleh Aditya Putra Setiawan (2022), yang membahas bagaimana efektivitas dari penerapan penggalangan dana digital oleh LAZIS Al-Ihsan Jawa Tengah dalam menaikkan pembayaran zakat. Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa pemanfaatan digital *fundraising* di LAZIS Al-Ihsan Jawa Tengah telah terbukti berhasil sesuai dengan kriteria yang dijelaskan oleh Richard M. Steers. Pertama, produktivitasnya terus meningkat setiap tahun dalam pengumpulan zakat. Kedua, kemampuannya untuk beradaptasi dengan era digital, terbukti dengan kerjasama yang dilakukan melalui beberapa platform digital untuk memajukan administrasi LAZIS Al-Ihsan Jawa Tengah. Selanjutnya, tingkat kepuasan kerja masyarakat yang terbukti dengan kemudahan pemakaian digital dalam menunaikan zakat yang semakin meningkat. Terakhir, pertumbuhan SDM melalui pendidikan dan pengembangan keterampilan di bagian amil. Dengan mencapai keempat indikator ini, pengelolaan digital *fundraising* oleh LAZIS Al-Ihsan Jawa Tengah dapat dikatakan efektif. Persamaan pada skripsi ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai digital *fundraising*, dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada tujuan dari penelitian itu sendiri, dimana pada penelitian Aditya Putra Setiawan adalah untuk meningkatkan dana,

sedangkan pada penelitian penulis lebih kepada meningkatkan jumlah muzaki. Selain itu teori yang digunakan pada penelitian Aditya Putra Setiawan adalah menggunakan teori Richard M. Steers sedangkan pada penelitian penulis menggunakan teori pengukuran efektivitas oleh Campbell J. P.²²

2. Skripsi oleh Abdul Chamid (2023) yang bertema tentang penggunaan teknologi digital untuk upaya menambah dana yang diterima dari penggalangan dana yang bertempat di NU *Care* LAZISNU Cilacap. Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan pengumpulan zakat, infak, dan sedekah pada NU *Care* LAZISNU Cilacap telah selaras dengan teori yang telah ada. Hal ini dimulai dari pemahaman akan peranan teknologi, variasi peranan yang ada, pemahaman tentang internet, berbagai jenis media digital, hingga penerapan teknologi digital melalui platform seperti media sosial, *website* resmi NU *Care* LAZISNU Cilacap, dan aplikasi lainnya yang mendukung proses penggalangan dana zakat. Korelasi antara skripsi ini dengan penelitian penulis adalah pembahasan mengenai penerapan teknologi digital dalam penggalangan dana, dan perbedaannya jika pada penelitian terdahulu jangkauan platform digitalnya lebih luas, jika dibandingkan pada penelitian penulis yang lebih berfokus pada media sosial.²³

²² Aditya Putra Setiawan, "Efektivitas Penerapan Digital *Fundraising* terhadap Peningkatan Pembayaran Zakat pada LAZIS Al-Ihsan Jawa Tengah", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022, hlm. 8.

²³ Abdul Chamid, "Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Meningkatkan *Fundraising* Zakat, Infak dan Sedekah di NU *Care* LAZISNU Cilacap", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023, hlm. 1.

3. Skripsi oleh Agus Try Sytiyo Budhi (2020) dengan pembahasan mengenai bagaimana kontribusi media dalam strategi penggalangan dana pada lembaga Nurul Hayat Cabang Jember terhadap upaya memperbesar perolehan dana ZIS. Pada skripsi yang diteliti oleh Agus Try Sytiyo Budhi berkesimpulan bahwa (1) LAZ Nurul Hayat cabang Jember menggunakan penggalangan dana langsung dan tidak langsung sebagai bagian dari strategi penggalangan dana. (2) LAZ Nurul Hayat menggunakan media sebagai alat promosi untuk membangun reputasi lembaga dan memberi tahu publik tentang program, layanan, dan kegiatan yang ditawarkan. Hal ini membantu meningkatkan jumlah uang yang diterima untuk zakat, infak, dan sedekah. Korelasi dari skripsi ini dengan penelitian yang dimiliki oleh penulis adalah pembahasannya yang membicarakan bagaimana strategi *fundraising* dengan memanfaatkan media, dan perbedaannya ada pada tujuan pada masing-masing penelitian, jika pada skripsi oleh Agus Try Sytiyo Budhi tujuan penelitiannya adalah untuk mengidentifikasi strategi *fundraising* dan bagaimana peran media dalam meningkatkan penerimaan dana ZIS, sedangkan pada penelitian penulis tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi *fundraising* dengan media sosial yang diterapkan dan bagaimana keefektifannya terhadap upaya mengenalkan dan menarik muzaki.²⁴

²⁴ Agus Try Sytiyo Budhi, "Peran Media terhadap Strategi *Fundraising* dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020, hlm. 8.

4. Skripsi oleh Bagas Fajri Pradana (2022) yang penelitian ini bertempat pada Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto dan membahas mengenai bagaimana penerapan strategi penggalangan dana berbasis media sosial untuk menggalang dana ZIS. Pada skripsi tersebut memiliki kesimpulan bahwa strategi penggalangan dana berbasis media sosial yang diterapkan meliputi pengumpulan dana ZIS, galang dana, serta pelaporan melalui *flyer* yang akan diunggah ke media sosial kepunyaan LAZNAS Al-Irsyad. Setelah itu, dilakukan evaluasi terhadap kegiatan penggalangan dana tersebut, dengan menyimpulkan bahwa aktivitas *fundraising* yang dilakukan di LAZNAS Al-Irsyad telah memiliki kesesuaian terhadap tujuan awalnya, yaitu untuk mengumpulkan dana. Pendekatan *fundraising* melalui media sosial ini terbukti efektif sebab telah berhasil mencapai target pengumpulan dana lembaga dan mengalami peningkatan jumlah dana yang terkumpul dari zakat, infak, dan sedekah hampir tiap tahunnya. Persamaan skripsi yang ditulis oleh Bagas Fajri Pradana dengan skripsi yang ditulis oleh penulis adalah keduanya memiliki persamaan mengenai bagaimana strategi *fundraising* berbasis media sosial. Dan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan pada pengukuran efektivitasnya, jika pada penelitian terdahulu hanya diukur melalui penerimaan dana, tidak seperti pada penelitian penulis yang efektivitas diukur mulai dari keberhasilan program, tingkat output dan input, keberhasilan sasaran, kepuasan terhadap program, serta pencapaian tujuan secara menyeluruh.²⁵

²⁵ Bagas Fajri Pradana, "Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial dalam Penghimpunan Dana

5. Jurnal yang diteliti oleh Ilman Nur, Rahmawati Muin, Trisno Wardy Putra yang memiliki judul “Efektivitas Strategi *Fundraising* Berbasis Online (Studi Kasus: Wahdah Inspirasi Zakat Kota Makassar)”. Memiliki kesimpulan bahwa implementasi strategi penggalangan dana daring di Wahdah Inspirasi Zakat kota Makassar menampilkan beberapa fitur menarik yang berhasil memikat minat masyarakat untuk berkontribusi secara berkala, sementara pengumpulan dana secara daring juga berhasil meningkatkan jumlah pengumpulan dana dalam tiga tahun terakhir, meskipun di masa-masa pandemi Corona yang berdampak pada pembatasan mobilitas masyarakat. Yang menjadi persamaan antara jurnal ini dengan penelitian oleh penulis adalah sama-sama membahas mengenai *fundraising* berbasis online. Dan perbedaannya, pada penelitian Ilham Nur pendekatan yang digunakan adalah pendekatan sosiologi sedangkan pada penelitian penulis adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Selain itu, pengukuran keefektifan strategi *fundraising* pada penelitian terdahulu diukur dengan indikator pencapaian, integrasi, adaptasi sedangkan pada penelitian penulis yang efektivitasnya diukur mulai dari keberhasilan program, kepuasan terhadap program, keberhasilan sasaran, tingkat output dan input, serta pencapaian tujuan secara menyeluruh.²⁶

Zakat, Infak, dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto, 2022, hlm. 5.

²⁶ Ilman Nur, dkk., “Efektivitas Strategi *Fundraising* Berbasis Online (Studi Kasus: Wahdah Inspirasi Zakat Kota Makassar)”, *AT-Tawazun Jurnal Ekonomi Islam* , Vol. 2 Nomor 1, April 2022, hlm. 1.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk menghasilkan penelitian yang teratur juga mudah untuk dipahami, maka sistematika yang digunakan untuk mengorganisasikan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada Bab I ini di dalamnya membahas mengenai penjelasan latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian pada penelitian ini, tinjauan pustaka serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Bab II yakni landasan teori, nantinya akan berisi teori-teori yang memiliki korelasi terhadap penelitian yang sedang dibahas.

Bab III Metode Penelitian

Pada Bab III ini akan dibahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi atau tempat penelitian, pengumpulan data, analisis data, serta pengujian keabsahan data merupakan bagian dari metodologi penelitian yang akan diterapkan pada skripsi ini.

Bab IV Pembahasan

Bab ini berisi penjabaran tentang hasil penelitian dan data yang sudah dianalisis selama penelitian ini berlangsung.

Bab V Penutup

Pada bab terakhir ini, terdiri dari rekomendasi dan kesimpulan dari peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilalui.