

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam beberapa dekade saat ini, digitalisasi internet telah mengalami perkembangan yang sangat luar biasa. Dimana keberadaan internet memungkinkan terjadinya suatu hubungan komunikasi global dimana jarak berjauhan tetapi tetap bisa untuk melakukan komunikasi. Perkembangan yang sangat cepat sepanjang masa Covid-19. Pandemi telah mengubah kehidupan, apalagi jumlah *confirmed cases* terus meningkat di dunia hingga mencapai lebih dari 127 juta (WHO), termasuk di Indonesia mencapai lebih dari 1,5 juta (KPC PEN) pada 31 Maret 2021.

Dasar pada perkembangan digitalisasi Indonesia ialah UU No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah menjadi UU No.19 Tahun 2016 untuk memberikan kepastian hukum dan keamanan sebuah transaksi elektronik. Demikian dengan UMKM yang aktif di *e-commerce* atau *sociocommerce*, driver ojek online dan mitranya telah bisa mencapai lebih dari 10 juta orang yang mengakses. Jelas ekonomi digital ini sangat menyelamatkan banyak UMKM dan membuka lapangan kerja, khususnya pada masa covid-19 tahun lalu. Dalam perkembangan digitalisasi ekonomi di Indonesia ini masyarakat telah menyabutnya dengan positif dan juga dengan berbagai kebijakan peraturan-peraturan.¹

¹Koentjoro dkk, *Menuju Indonesia Maju 2024* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021), 58-62.

Munculnya internet dapat menghubungkan antara manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal menjadi kenal dengan cara mengkoneksikan komputer atau dengan smartphone dengan menggunakan jaringan internet. Keberadaan internet sekarang dapat menimbulkan pengaruh yang kuat pada perubahan baik dalam sosial maupun masyarakat. Dimana sekarang masyarakat saling berhubungan melalui teknologi komunikasi internet. Terpenuhinya informasi merupakan salah satu manfaat akan adanya internet.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan zakat pasal 25 dijelaskan bahwa zakat wajib mendistribusikan kepada mustahik sesuai dengan Syari'ah islam. Selanjutnya pada pasal 26 dijelaskan juga pendistribusian zakat sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperhatikan prinsip pemerataan, keadilan dan kewajiban. Kemudian pasal 27 mengenai pendayagunaan disebutkan bahwa zakat dapat didayagunakan usaha produktif dalam rangka penanganan fakir miskin dan peningkatan kualitas umat.²

Dalam potensi perkembangan dana zakat yang telah di tunjang oleh aspek media digital pada lembaga zakat, potensi lain terlihat dari besarnya dana ZISWAF yang terus meningkat dari tahun ke tahun sampai akhir 2018, diperkirakan penerimaan zakat dalam 5 tahun tumbuh dengan rata-rata sebesar 26,64% (Komite Keuangan Syariah, 2019). Dalam penerimaan dana

² Zakiah Laelasari, "Pengaruh Penerimaan dana zakat, infaq shadaqah terhadap penyaluran dana yang diterima oleh para mustahik (studi kasus Baznas Kabupaten Garut)", Skripsi, IAIN Sunan Gunung Jati Bandung, (2021), 5-6.

zakat masih belum optimal. Menurut BAZNAS, peroleh dana zakat pada tahun 2019 baru mencapai Rp. 10,07 triliun atau 4,31% dari potensi yang dimilikinya yaitu Rp. 233,84 triliun. Dari besarnya potensi yang ada, baru sebesar 3,5% atau sekitar dengan Rp.8 triliun yang bisa dikelola oleh lembaga zakat.³ Apabila dana pengelolaah dana zakat dilakukan secara terpercaya, amanah, serta professional oleh amil maka untuk pendistribusian bisa dilakukan dengan merata, sehingga zakat tersebut bisa mengurangi kemiskinan yang ada di Indonesia. Selain berpotensi dalam peningkatan kualitas dan kesejahteraan sosial dalam masyarakat secara taraf mikro ekonomi, zakat juga berpotensi pada bidang pembangunan ekonomi.⁴

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat suatu lembaga filantropi, juga harus mengikuti perkembangan tersebut. Melalui inovasi pengembangan fitur pada pembayaran zakat melalui online serta pemanfaatan teknologi dapat mempermudah dan meningkatkan jumlah muzakki karena jaringan semakin luas. Digitalisasi zakat merupakan pembayaran zakat berbasis online, dimana pembayaran zakat melibatkan media berbasis online seperti *financial technologi*. pembayaran di era digital di mana Muzaki (orang yang wajib membayar zakat) tidak perlu dating ke lembaga tertentu bertanggung jawab atas pengelolaan Zakat tetapi mereka dapat melakukannya secara digital. Digitalisasi memudahkan para muzzaki untuk melakukan zakat dimana dan kapan saja. Hal ini sangat mempengaruhi

³Web_Resmi_BAZNAZ_Amil_Zakat_Indonesia
https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS%3A_Zakat_Masyarakat_yang_Tak_Tercatat_Rp_61,25_Triliun/680

⁴ Khalida Urfiyyah dan Sulastiningsih, “Digital System Blockchain Sebagai Strategi untuk Optimalisasi Pengelolaan Dana Zakat Konseptual”, Jurnal Studi Agama dan Masyarakat. Vol. 17 No. 02 (2021)

tingkat kepuasan muzaki dalam melakukan pembayaran zakat sehingga karena adanya kemudahan dalam pembayaran zakat maka akan dapat menarik *muzzaki* dalam melakukan pembayaran zakat.⁵

Semakin berkembangnya teknologi digital semakin banyak pula masyarakat menggunakan teknologi digital salah satunya yaitu *smartphone*. Di era teknologi seperti ini internet tidak lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat, hampir semua sisi kehidupan telah memanfaatkan internet, sehingga masyarakat lebih mudah memperoleh informasi yang sangat mereka butuhkan dengan begitu itu memberikan kesempatan bagi perusahaan yang bergerak dibidang *finance technology* dan lembaga amil zakat sebagai jalan suatu mensosialisasikan dan menginformasikan tentang fundraising dana zakat. Pembayaran melalui digital ini membuat memberikan kemudahan kepada muzakki untuk menyalurkan suatu dananya. Kemajuan dan perkembangan dunia digital membuat masyarakat menjadi tertarik untuk mengikuti perkembangan zaman. Apalagi dengan adanya munculnya digital mampu membuat masyarakat membantu jalan seperti untuk promosi, menjadi jalannya produksi, sehingga berkembangnya inovasi dan kreativitas masyarakat untuk mengembangkan suatu usahanya menjadi lebih mudah. Dalam hal ini salah satu lembaga/instansi yang juga ingin memanfaatkan perkembangan era digital ini adalah Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Al-Haromain Surabaya. Dengan adanya zaman modern ini dan banyaknya kalangan masyarakat yang telah menggunakan alat digitalisasi membuat suatu lembaga harus melakukan pesaing antar lembaga lain maka dari itu ini

⁵Deasy Tantriana, The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method, *Journal International Conference Of Zakat 2018 Proceedings* Issn: 2655-6251, 86

adalah kesempatan untuk penulis melakukan penelitian strategi digitalisasi. Penggunaan strategi digital pastinya akan membuat peningkatan donatur ZIS, dari banyaknya suatu lembaga-lembaga pengelolaan dana ZIS yang telah terdaftar pada digital platform maka lembaga amil ZIS Al-Haromain dituntut untuk bersing menarik banyaknya muzakki dalam meningkatkan donatur ZIS.

Pada zaman milenial seperti ini banyak ribuan masyarakat yang telah menggunakan *smartphone* sebagai salah satu barang yang penting dalam kehidupannya. Jika sebelum-belumnya banyak mustahik yang ingin membayar zakat harus pergi dulu ke lembaga dan harus mengantri sehingga dinilai kurang efektif. Dengan adanya digitalisasi ini mustahiq dan muzakki akan mendapatkan kemudahan saat mengakses penyaluran zakat dan menjadikan dana terkumpul dengan efektif setiap tahunnya dengan baik dan dapat dipertanggung jawabkan oleh amil zakat. Berikut jumlah donatur zakat, infaq dan sedekah (zis) pada Lazis Al-Haromain

Tabel 1. 1: Jumlah donatur aktif ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) Pada Lazis Al-Haromain pada Tahun 2017-2022

No	Tahun	Jumlah Donatur
1.	2017	1.139
2.	2018	1.573
3.	2019	4.421
4.	2020	5.644
5.	2021	5.935
6.	2022	6.194

Sumber : Data Jumlah Donatur Lazis Al-Haromain

Dari data di atas maka dapat dilihat bahwa jumlah donatur di Lazis Al-Haromain setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada akhir tahun 2020 jumlah donatur Lazis Al-Haromain mengalami penurunan akibat virus covid-19, pada awal tahun 2021 Lazis Al-Haromain telah aktif menerapkan digital

pembayaran untuk meningkatkan jumlah anggota tersebut. dikarenakan proses digitalisasi sudah digunakan mulai sejak 2018. Dari hasil wawancara dengan ust Muhim selaku Manager LAZ Al- Haromain jumlah donator mulai berkembang pada tahun 2019 karena pada akhir 2018 LAZ Al- Haromain telah melakukan peningkatan digitalisasi, hal ini berbanding lurus dengan peningkatan jumlah donator pada LAZ. Lazis Al-Haromain adalah sebuah lembaga yang bergerak dalam amil zakat di bawah naungan yayasan Persyada Al-Haromain yang memiliki izin oprasional tingkat provinsi Jawa Timur dari Kemenag RI.

Lazis Al-Haromain adalah lembaga yang menghimpun dan mendistribusikan dana Zakat, Infaq, dan Sedekah lembaga ini lahir pada tahun 2001 dengan nama lengkap Lembaga Dana Sosial Al-Islah. Ia kemudian telah berubah nama menjadi LAZ Al-Haromain pada tahun 2002. Keunikan dalam strategi Digitalisasi adalah lembaga ini memiliki aplikasi yang dapat dijangkau dan bahkan digunakan dimana saja dan kapan saja, pengguna juga tidak harus mendownload dari aplikasi dan mendaftar menjadi anggota. Kemudian juga tidak hanya melalui transfer rekening bank ketika calon muzakki ingin menyalurkan dananya, tetapi juga dapat menggunakan aplikasi-aplikasi yang saat ini hampir masyarakat menggunakannya seperti shopeepay, dana, gopay, paytren, ovo, Link aja, Sakuku dan Go Mobile. Lazis Al-Haromain menciptakan digital dalam website sudah dimulai dari tahun 2018 sebelum adanya pandemi covid-19. Dengan menciptakan digital

website menjadikan salah satu penyebab meningkatnya donatur Lazis Al-Haromain Surabaya.⁶

Namun ada permasalahan yang harus dihadapi Lazis Al-Haromain dalam meningkatkan jumlah donatur, seperti kurangnya masyarakat mengenal profil lazis Al-Haromain, persaingan yang sangat ketat, setiap donatur tidak semuanya konsisten dalam menyedekahkan hartanya pada lazis Al-Haromain, dan juga ketika ada sosialisai atau pekunjungan kerumah donatur, donatur pun tidak semua ada di rumah, permasalahan yang dihadapi didalam mencapai tujuan lembaga, tidak hanya terletak pada personalia maupun lingkungan kerja, melainkan yang paling mendasar tentang menjaga loyalitas donatur.

Peneliti memilih Lazis Al-Haromain dibanding dengan LAZ Sahabat Mustahiq, LAZ Sahabat Mustahiq merupakan salah satu Lembaga zakat yang berada di Surabaya, LAZ sahabat Mustahiq juga mulai merambah pengumpulan zakatnya dengan system digital, terdapat strategi yang dijalankan oleh kedua LAZ tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

⁶ Wawancara dengan salah satu pegawai LAZIS Al-Haromain.

Tabel 1.2: Perbedaan Strategi Digitalisasi dalam mengenalkan profil lembaga LAZIS Al - Haromain Surabaya dan LAZ Sahabat Mustahik Sejahtera.

No	Ketentuan	LAZIS Al-Haromain	LAZ Sahabat Mustahik Sejahtera
1.	Cara mengenalkan Profil	Mengenalkan profil melalui Web, bersosialisasi melalui Chat Pribadi	Mengenalkan profil melalui Web.
2.	Website yang dimiliki	Memiliki website resmi untuk membuat donatur bisa berdonasi kapan saja dan dimana saja melalui transaksi online seperti scan barcode dan mencantumkan No.Rekening pada halaman website tersebut.	Memiliki website resmi dan dicantumkan No Rekening.
3.	Fitur Pembayaran	Pembayaran melalui transfer, gopay, dana, shopee Pay, Paytren, Go Mobile, OVO, Link aja,	Pembayaran melalui transfer, gopay, dana, OVO, Link aja, T-Money.
4.	Akun Sosial Media	Memiliki beberapa akun Sosmed seperti instagram, Facebook, Youtube dan Tik Tok	Memiliki beberapa akun sosmed seperti instagram, Facebook
5.	Kegiatan	Bekerja sama dengan beberapa rumah makan untuk menyebarkan scan QRIS di No.Meja	Belum
6.	Program Yang Dimiliki	Memiliki 7 program : a. Bina pendidikan b. Dai untuk negeri c. Jariyah pesantren d. Pemberdayaan ekonomi Umat e. Sahabat sehat f. Sayangi yatim Dhuafa g. Program tanggap musibah	Memiliki 5 program : a. Program Pendidikan b. Program Kesehatan c. Program Dakwah d. Program Ekonomi e. Program Kemanusiaan

Sumber :Wawancara dengan Ust.Muhim Kamaluddin selaku Manajer Bidang Penghimpunan dan Pengembangan Lazis Al-Haromain, <https://mustahiq.or.id/main>

Berdasarkan paparan diatas menunjukan bahwa Lazis Al-Haromain lebih unggul dalam hal memanfaatkan kemajuan digital pada saat ini dibanding LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera, hal tersebut dibuktikan dengan pelaksanaan program-program oleh Lazis Al-Haromain disertai dengan perencanaan strategi yang dikaitkan dengan peningkatan digitalisasi pada saat ini. Strategi-strategi yang dijalankan memanfaatkan kemajuan digitalisasi secara maksimal, dengan menggunakan beberapa fitur teknologi sebagai media penunjang dalam melakukan digital fundraising. Tentu dengan hal itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Strategi Digitalisasi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur Dana ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) Pada LAZIS Al-Haromain Surabaya.**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi digitalisasi fundraising di Lazis Al-Haromain Kota Surabaya?
2. Bagaimana peran digitalisasi fundraising dalam meningkatkan jumlah donator zakat, infaq dan sedekah pada lazis Al-Haromain Kota Surabaya?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui strategi digitalisasi fundraising pada Lazis Al-Haromain Kota Surabaya.

2. Untuk mengetahui peran strategi digitalisasi fundraising dalam meningkatkan jumlah donatur zakat, infaq dan sedekah pada Lazis Al-Haromain Kota Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dijabarkan sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis

Secara teoritis hasil dari kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit pemikiran dalam rangka mengenal strategi digitalisasi dalam meningkatkan jumlah donatur zis pada Lazis Al-Haromain serta dapat memperoleh pengalaman tentang praktek-praktek meningkatkan jumlah donatur.

2. Kegunaan secara praktis

Secara praktis dari penelitian ini dapat memberikan masukan kepada

- a. Bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan penambahan wawasan dan pengetahuan yang dapat meingkatkan kemampuan dalam melakukan penelitian ilmiah yang berhubungan dengan strategi digitalisasi penerimaan dana ZIS pada Lazis Al-Haromain.

- b. Bagi pembaca

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan tentang bagaimana dasar dari meningkatkan jumlah donatur ZIS.

- c. Bagi lembaga

Dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan bisa dijadikan catatan dan saran untuk masukan kinerja yang dilakukan agar dalam meningkatkan jumlah donatur ZIS lebih optimal untuk perkembangan lembaga Lazis Al-Haromain di masa yang akan datang dan sebagai tanda silaturahmi antara Institut Agama Islam Kediri dengan Lembaga Lazis Al-Haromain.

E. Talaah Pustaka

1. “Analisis Implementasi Dan Implikasi Digital Fundraising Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Dana Zakat Infaq Sedekah Studi Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Pusat” oleh Achmad Hasan Basri Mahasiswa IAIN Kediri (2021).⁷

Hasil dari penelitian ini telah menunjukkan bahwa Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah pusat berperan secara efisien dan baik sehingga terdapat peningkatan pada pendapatannya sejumlah 35%. Peningkatan ini merupakan hasil dari implementasi digital fundraising. Selain peningkatan pada pendapatannya, implementasi dari digital fundraising ini juga berpengaruh pada jumlah donatur di Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah sebesar 100% dari jumlah sebelum adanya digital fundraising. Adanya digital fundraising ini memiliki banyak peran diantaranya memudahkan dalam menghitung dan mendata pendapatan pada setiap tahunnya, serta dapat

⁷ Achmad Hasan Basri, “*Analisis Implementasi Dan Implikasi Digital Fundraising Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Dana Zakat Infaq Sedekah (Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Pusat)*,” (Skripsi, IAIN Kediri, 2021), 78.

memudahkan lembaga untuk menjalin komunikasi dengan para donaturnya.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti penulis adalah terkait dengan digitalisasi yang diterapkan pada Lembaga LAZ. Sedangkan perbedaannya adalah Penelitian ini fokus terhadap manajemen strategi LAZ dalam penggunaan digitalisasi zakat dalam meningkatkan jumlah pendapatan dana ZIS, sedangkan penelitian penulis terfokus pada strategi digitalisasi dalam meningkatkan jumlah donatur ZIS.

2. “Strategi Pengumpulan Zakat Profesi Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Manajemen Syariah” oleh Muhammad Wildan Nizarudin mahasiswa IAIN Kediri (2021).⁸

Hasil dari penelitian menyimpulkan pada saat pandemic covid-19 BAZNAS Kota Kediri melakukan berbagai strategi untuk pengumpulan dana zakat profesi. Beberapa strategi yang dilakukan diantaranya: kerjasama dengan 8 LAZ di Kota Kediri dalam penanganan virus covid-19, penyampaian zakat pada saat khotbah Sholat Jum’at yang bekerja sama dengan Dewan Masjid Indonesia, melakukan sosialisasi melalui media sosial serta brosur, pemasangan spanduk di jalan. Strategi yang telah dilakukan BAZNAS Kota Kediri dalam pengumpulan zakat profesi sesuai dengan asas manajemen syariah terdapat perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian serta pengendalian. Asas manajemen

⁸Muhammad Wildan Nirazudin, “*Strategi Pengumpulan Zakat Profesi Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Manajemen Syariah (Studi Kasus pada BAZNAS Kota Kediri)*”, (Skripsi, IAIN Kediri, 2021), 56.

syariah diantara yaitu asas kemanfaatan yang dilaksanakan pada pengawasan strategi, asas amanah pada pelaksanaan strategi, asas terintegrasi pada pelaksanaan pengorganisasian strategi termasuk pada struktur organisasinya.

Pada penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti ini terfokus akan strategi LAZ dengan memanfaatkan digitalisasi zakat, sedangkan penelitian penulis terfokus pada strategi digitalisasi dalam meningkatkan jumlah donatur ZIS.

3. “Analisis Pengguna Aplikasi Simba Terhadap Efektivitas Pelapor Dana ZIS Ditinjau dari Manajemen Syariah” oleh Niken Tri Wahyuni K Mahasiswa IAIN Kediri (2021).⁹

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi SIMBA dalam penyusunan laporan keuangan dana ZIS dinilai sudah efektif. Tingkat keefektifan ini diukur dengan menggunakan beberapa indikator antara lain: tepat waktu, memahami program, tepat sasaran, dapat mencapai tujuan, serta ada perubahan secara nyata. Proses penyusunan laporan dana ZIS sebelum adanya aplikasi SIMBA memerlukan waktu 1-2 hari atau lebih. Sedangkan pada saat SIMBA sudah digunakan dalam membuat laporan keuangan data yang dihasilkan lebih cepat dan sudah mengacu pada PSAK. Ditinjau dari manajemen syariah penggunaan aplikasi SIMBA untuk penyusunan laporan

⁹ Niken Tri Wahyuni, “Analisis Pengguna Aplikasi SIMBA terhadap Efektifitas Pelaporan Dana ZIS Ditinjau dari Manajemen Syariah (Studi kasus Baznas Kota Kediri)”, (Skripsi, IAIN Kediri, 2021), 66.

keuangan ZIS ini sudah sesuai dengan prinsip manajemen syariah, karena sudah menjauhi kemungkaran dan mengakkan kebenaran, menegakkan keadilan, musyawaran, serta profesionalisma. Meskipun aplikasi SIMBA ini belum secara 100% dapat bekerja professional dalam penyusunan laporan keuangan dana ZIS.

Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama- sama membahas tentang pemanfaatan digital pada Lembaga LAZ. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini fokus terhadap pemanfaatan digital untuk membantu laporan keuangan pada LAZ, sedangkan penelitian penulis terfokus pada pemanfaatan digital untuk meningkatkan jumlah donatur.

4. “Peran Digitalisasi Zakat Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat” oleh Windi Riyaldi Ahmad Telaubana Mahasiswa Universitas Negri Sumatra Utara, Medan. (2021),

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa metode pengumpulan dana zakat dengan menggunakan digitalisasi zakat dapat mempermudah BAZNAS mengimpun dana zakat. Menggunakan digitalisasi zakat juga mempermudah para muzakki sehingga dapat hemat waktu, biaya, konsumsi, serta tidak perlu menyiapkan persyaratan administrasi yang akan dibutuhkan. BAZNAS Kota Medan pengimplementasian dari digitatilisasi zakat menggunakan transfer melalui bank, platform internal salah satunya website, platform eksternal yaitu dengan scan dari QR Code yang telah dikeluarkan oleh bank mitranya contohnya Bank Mandiri Syariah, gojek menggunakan gopay. Penggunaan digitalisasi

zakat ini sudah efektif dan efisien, yang telah dibuktikan dengan penerimaan dana dari zakat cukup besar. Akan tetapi, pada penggunaan scan QR Code dalam menghimpun dana masih kurang efektif, hal ini disebabkan kurangnya informasi kepada masyarakat tentang penggunaan digitalisasi zakat sehingga minimnya keinginan maupun kesadaran dalam menunaikan zakat, serta perlunya dibentuk divisi yang berfokus pada digitalisasi zakat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang pemanfaatan digital pada Lembaga LAZ. Perbedaannya adalah penulis terfokus dengan peran dari digitalisasi zakat dalam meningkatkan penerimaan dana, sedangkan peneliti penulis ini terfokus pada strategi digitalisasi dalam meningkatkan jumlah donatur.

5. “Strategi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dalam Meningkatkan Loyalitas Donatur (Studi Kasus Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang” Oleh Maharani Selviana Mahasiwa IAIN Kediri (2017).¹⁰

Hasil penelitian ini yaitu Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang menggunakan strategi komunikasi intensif dengan para donator dalam meningkatkan loyalitas. Komunikasi secara intensif ini dilakukan langsung dan tidak langsung. Selain itu, juga memberikan pelayanan secara prima, salah satu contoh pelayanan prima yaitu dengan mendoakan para donator sebelum pulang.

¹⁰ Maharani Selviana, “*Strategi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dalam Meningkatkan Loyalitas Donatur (Studi kasus Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng (LSPT) Jombang)*”, (Skripsi, IAIN Kediri, 2017),122.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terkait dengan strategi yang dilakukan LAZ terhadap donaturnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penulis fokus terhadap strategi digital pengumpulan dana ZIS, sedangkan penelitian ini membahas keseluruhan strategi LAZ dalam meningkatkan Loyalitas Donatur.