

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

*Fundraising* atau penggalangan dana merupakan suatu aktivitas atau tindakan yang dimaksudkan untuk pengumpulan atau penyaluran dana zakat, *infaq*, dan sedekah, baik secara individual atau berkelompok.<sup>1</sup> Penggalangan dana dikenal sebagai salah satu aktifitas pokok yang merupakan kegiatan utamanya digalakkan pada instansi pengelola zakat, *infaq*, dan sedekah. Adanya aktivitas yang berhubungan dengan pendanaan, sebuah lembaga pengelola zakat menyebutkan bahwa *fundraising* tidak berciri khas oleh uang saja, namun barang-barang yang dapat digunakan untuk operasional lembaga, serta memiliki ruang lingkup yang meluas dan mengakar. Kegiatan penggalangan ini membawa pengaruh besar untuk keberadaan lembaga sebagai pengelolaan ZIS. Dimana pendanaan ZIS dapat menumbuhkan kesejahteraan umat, demi perbaikan menyeluruh pada kondisi yang awalnya kekurangan sehingga menjadi tercukupi dan sejahtera. Dalam Islam diajarkan agar orang-orang yang beriman untuk mengeluarkan zakat, *infaq*, dan sedekah sebagai bentuk kepedulian masyarakat yang mampu dan memiliki harta berlebih, serta berlomba-lomba dalam hal kebaikan dan menjadi muzakki yang bersegera mentaati, menerima untuk menjalankan perintah Allah SWT.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Setyo Budi, Estu Handayani, "Strategi Fundraising Sebagai Upaya Peningkatan Perolehan Dana Zakat, Infaq, Shadakah dan Dana Sosial Keagamaan Lainnya Pada LAZISMU Daerah Banyuwangi", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Juni 2023, 4-5.

<sup>2</sup> Desi Asmaret, *PHIWM Dalam Kehidupan Pribadi dan Keluarga* (Sumatera Barat: Tri Edukasi Ilmiah, 2024), 13.

*Fundraising* merupakan faktor pendukung lembaga zakat dalam membiayai program dan kegiatannya. Lembaga zakat mengandalkan penggalangan dana untuk membantu mendanai inisiatif dan operasinya. Kebutuhan organisasi dapat diidentifikasi menggunakan taktik penggalangan dana, yang kemudian dapat digunakan untuk memperluas kegiatan guna memenuhi permintaan yang terus bertambah. Keberhasilan suatu lembaga atau organisasi sangat ditentukan oleh upaya penggalangan dananya. Penggalangan dana adalah proses menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, sedekah, dan sumber daya lainnya dari masyarakat, baik secara individu maupun melalui organisasi dan kelompok. Sumber daya ini akan digunakan untuk mustahik. *Fundraising* merupakan hal yang penting bagi lembaga pengelola zakat; tanpanya, program dan kegiatan yang mereka kembangkan niscaya tidak akan berjalan dengan baik. Akibatnya, penggalangan dana secara signifikan memengaruhi kemampuan lembaga untuk bertahan hidup. Bagi sebuah lembaga atau organisasi sosial juga merupakan upaya penting guna mendukung keberlangsungan program yang dijalankan dalam kegiatan opsional yang sudah direncanakan. Maka, keberhasilan suatu organisasi atau lembaga bisa dinilai dari aktivitas *fundraising* lembaga tersebut.<sup>3</sup>

Zakat bisa menjadi sebuah cara untuk mensejahterakan demi terwujudnya ekonomi masyarakat dan menghapus ketimpangan sosial. Dengan adanya zakat kekayaan masyarakat tidak akan terpusat pada kelompok tertentu saja, tetapi akan terdistribusi kepada bagian-bagian sosial yang membutuhkan secara luas. Salah satu mekanisme yang mengatur

---

<sup>3</sup> Suci Utami Wikaningtyas, "Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Bantul", *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 2, No. 1, Juli 2017, 132.

dinamika atau keseimbangan sosial adalah zakat, yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian baik pada level individu maupun berkelompok. Dengan cara ini akan banyak pembelajaran dari krisis keuangan akan mengurangi kesenjangan ekonomi dalam perekonomian, memenuhi kebutuhan langka masyarakat, dan memberikan peluang ekonomi untuk berinvestasi.<sup>4</sup>

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat mengatur tentang lembaga yang menghimpun, menyalurkan, dan mengelola zakat, *infaq*, dan sedekah (ZIS). Undang-undang ini menegaskan peran Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai organisasi terkait tidak terstruktur yang mempunyai kewenangan mengelola ZIS ditingkat nasional. Dijelaskan negara telah menjamin kebebasan warga negaranya untuk menganut suatu agama dan menjalankan ibadahnya masing-masing. Umat Islam mampu memenuhi kewajiban membayar zakat memiliki asa yang mana untuk meninggikan kesejahteraan sosial dan keadilan sebagai organisasi keagamaan. Maka dari organisasi harus mengelola zakat dalam penyesuaian pada hukum atau syariat Islam untuk meningkatkan efektivitas dan kebermanfaatannya.<sup>5</sup>

Sebagaimana disebutkan pada ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, yang berbunyi “Masyarakat dapat mendirikan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Pendirian LAZ harus disetujui dan mendapat izin serta secara berkala melaporkan atas pelaksanaan dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

---

<sup>4</sup> Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 9.

<sup>5</sup> Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.

LAZ juga bisa menerima *infaq*, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam”. Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan organisasi nirlaba yang bergerak dan beroperasi tidak hanya mencari keuntungan semata. Namun Lembaga Amil Zakata (LAZ) mempunyai peranan yang sangat penting dalam membantu pengumpulan zakat, karena organisasi ini mampu bertahan dalam perkembangan masyarakat selama ini. Dalam organisasi ziswaf tersebutlah beberapa aktivitas pokok yakni; pengumpulan, pengelolaan, serta penggunaan. Ketiga aktivitas utama tersebut disusun sehingga dihasilkan tiga bagian atau divisi pokok, antara lain divisi pengumpulan, divisi penilaian, dan divisi keuangan. Tugas dan kewajiban bagian pengumpulan khusus adalah menghimpun dana zakat, *infaq*, sedekah dan wakaf dari orang-orang yang mampu membayar. Namun, sumber modal ini bukan saja dapat diperoleh daripada perorangan tetapi juga berasal dari perusahaan serta organisasi. Didalam penghimpunan atau pengumpulan dana juga diperlukan strategi *fundraising* untuk mencapai sebuah tujuan. Tanpa strategi yang kuat, kegiatan *fundraising* tidak akan optimal untuk mencapai hasil yang diharapkan.<sup>6</sup>

Salah satu kewajiban utama pengelolaan zakat adalah menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah. Setiap kegiatan pengelolaan zakat ditujukan untuk mencapai tujuan zakat, yaitu meningkatkan perekonomian umat melalui pengelolaan dana zakat yang difokuskan pada peningkatan kesejahteraan mustahik. Oleh karena itu, agar daya beli dan manfaatnya dapat dirasakan secara lebih luas, lembaga zakat harus meningkatkan jumlah zakat,

---

<sup>6</sup> Ibid., 3.

infak, dan sedekah yang terhimpun. Menurut syariat, tujuan utama zakat adalah sebagai sarana untuk mengalokasikan kekayaan antara mereka yang kaya dan mereka yang tidak. Itulah sebabnya zakat, infaq, dan sedekah dikumpulkan. Zakat bertujuan untuk meringankan penderitaan dan kelaparan, mengatasi masalah perumahan, menyediakan atau mendukung pendidikan masyarakat, dan membantu masyarakat melewati keadaan darurat dan situasi mendesak. Melalui pembayaran zakat kepada orang miskin, zakat juga berfungsi sebagai alat untuk menyeimbangkan pendapatan ekonomi masyarakat Muslim dan mengurangi kesenjangan ekonomi yang sedang terjadi di wilayah tersebut.

Saat ini, dana pemerintah atau badan zakat juga dapat dikembangkan untuk investasi dibidang apapun, asalkan menghasilkan untung dan tidak melanggar syariat.<sup>7</sup> Zakat, *infaq*, dan sedekah bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dikalangan umat Islam. Zakat menyediakan dana untuk memulai perusahaan baru, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat melalui pengelolaan sumber daya alam yang sudah ada. Tujuan utama zakat adalah membangun masyarakat yang sukses, mandiri, dan bebas dari rasa kasihan orang lain. Menurut firman Allah SWT, zakat dapat menyucikan jiwa dan harta orang yang membayarnya. Hal ini menegaskan bahwa zakat memiliki dimensi spiritual yang penting dalam kehidupan perekonomian. Dengan demikian penghimpunan zakat, *infaq*, dan sedekah memiliki tujuan yang luas,

---

<sup>7</sup> Arif Zunaidi, "Investasi Dana Zakat Sebagai Upaya Peningkatan *Dhuafa's Economy Perspective* Yusuf Qardhawi", *Jurnal Akademi Zakat*, Vol 5, No. 1, 2024,30

mencakup aspek sosial, ekonomi, dan spiritual dalam masyarakat muslim.<sup>8</sup>

Menurut lembaga pengelolaan zakat, sasaran dari penghimpunan zakat, *infaq*, dan sedekah (ZIS) adalah untuk mensejahterakan masyarakat dan mengentaskan kemiskinan. Zakat *infaq* dan sedekah digunakan untuk mengatasi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan umat. Pengumpulan dan distribusi ZIS bertujuan untuk memperbaiki penyebaran kekayaan dan mengurangi ketimpangan sosial diantara golongan kaya dan orang kekurangan. Zakat bukan hanya memastikan keseimbangan sosial di masyarakat melainkan juga mendorong peningkatan kemampuan produktivitas kelompok-kelompok muslim. Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang zakat dan keberadaan lembaga zakat serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga-lembaga zakat adalah krusial untuk mencapai potensi besar pengumpulan zakat.<sup>9</sup>

LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri memilih media sosial sebagai salah satu strategi *fundraising* karena dalam media sosial memiliki pengguna yang sangat banyak, sehingga dapat meningkatkan jangkauan organisasi, selain itu dapat mudah menyebarkan informasi tentang misi organisasi, memudahkan donatur penghimpunan dana secara online dan memudahkan donatur dalam menyalurkan hartanya, biaya yang dijangkau di media sosial tergolong berbiaya rendah. Media sosial juga bisa diunduh pada *smartphone* berbasis android maupun *ios*. Dengan menggunakan media sosial yang terus berkembang dan mempunyai peluang yang cukup menjanjikan. Strategi

---

<sup>8</sup> Hendra Kusuma, Mustofa Usman, "Efektifitas Pembiayaan Modal Usaha Baitul Mal Aceh Terhadap Usaha Agribisnis", *Jurnal Bisnis Tani*, Vol. 4, No. 1, 2018, 10.

<sup>9</sup> Holil, "Lembaga Zakat Dan Perannya Dalam Ekuitas Ekonomi Sosial Dan Distribusi," 10, No.1, *Jurnal Ekonomi Islam*, 2019, 16.

*fundraising* melalui media sosial yang dilakukan oleh LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri dengan menggunakan beberapa aplikasi *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Ada beberapa strategi yang dilakukan LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera guna penggalangan dana yaitu:

**Tabel 1.1**

**Strategi *Fundraising* LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri**

No	Media	Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri
1.	Metode Direct	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Door to door</i></li> <li>• Jemput ZIS</li> <li>• Kencleng sedekah</li> <li>• Stand zakat di mall</li> </ul>
2.	Metode Indirect	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan produk fashion di social media</li> <li>• <i>Flyer</i> di media sosial</li> <li>• <i>Whatsapp story</i>, <i>Whatsapp chat</i></li> <li>• Iklan berbayar di Instagram</li> <li>• <i>Instagram story</i></li> <li>• <i>Event-event</i> tertentu</li> <li>• Pembayaran digital</li> <li>• <i>Website</i> (<a href="http://www.sahabatmustahiq.org/">www.sahabatmustahiq.org/</a>)</li> </ul>

*Sumber Data: Hasil Observasi*

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa hasil observasi penggalangan dana metode *indirect* yang dilakukan LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri lebih bervariasi daripada metode *direct fundraising*. LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri memiliki banyak macam strategi menghimpun dana melalui media *direct fundraising* dan *indirect fundraising* antara lain *door to door*, jemput ZIS, kaleng infaq, gerai zakat di mall, membuat brosur atau majalah, membuat *flyer* di *social media*, melalui *Whatsapp story*, iklan berbayar di *Instagram*, penjualan produk di *social media*. LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri memiliki keunikan tersendiri yang merupakan satu-satunya lembaga amil zakat melakukan penghimpunan dana melalui media sosial facebook, yaitu dengan memanfaatkan fitur dari *marketplace* facebook yang digunakan untuk menjual produk *fashion* atau *second-hand*, yaitu menjual

baju layak pakai melalui *marketplace* facebook yang hasil penjualannya akan dialokasikan ke dana ZIS. Melalui kegiatan ini sangat membantu LAZ dalam penggalangan dana melalui media sosial, karena para pembeli akan tertarik dengan fashion yang harganya sangat terjangkau yaitu dipatok mulai harga dua ribu rupiah sampai dengan tujuh puluh ribu rupiah. LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri sangat memanfaatkan platform media sosial sebagai alat penggalangan serta sumber informasi tentang program-program yang disediakan dan kegiatan penyaluran ZIS. Melalui mekanisme ini, akan dapat memperlancar dan mempercepat aliran informasi pendanaan sehingga dapat menjangkau luas masyarakat dan frekuensinya yang sangat tinggi.<sup>10</sup>

LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri merupakan lembaga zakat di Indonesia dimana terkonsentrasi pada pengentasan kelompok kurang mampu melewati efektivitas zakat, infaq, dan seekah (ZIS). Lembaga ini bersifat administratif pada penghimpunan distribusi zakat di Kediri untuk mendukung mustahik di daerah tersebut. ZIS berasal dari *fundraising* atau pengumpulan dana melalui program-program atau strategi yang dapat menghasilkan dana secara rutin dan insidental. Sahabat Mustahiq berhasil meraih tiga penghargaan prestisius, yaitu penghargaan Implementasi Sistem Informasi Manajemen BAZNAS Terbaik kategori LAZ Prov/Kota pada tahun 2021, Nominasi Pendayagunaan ZIS Terbaik kategori LAZ Provinsi tahun 2022, penghargaan Koordinasi Pengelolaan Zakat Terbaik, dan penghargaan Pelaporan Terbaik dalam BAZNAS *Award* kategori LAZ Provinsi tahun

---

<sup>10</sup> Ferdiza Barthelemi dan Irwansyah, "Strategi Komunikasi Crowdfunding Melalui Media Sosial", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 21, No. 2, Desember 2019, 159.

2024.<sup>11</sup>

Berdasarkan tabel 1.2 Sebelum mengelola penghimpunan dana di media sosial pada tahun 2020 LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri memperoleh dana sebesar Rp146.924.100 dengan kontribusi dari media sosial Rp71.992.809 dan kontribusi secara langsung Rp74.931.291. Hal ini membuat LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri semakin aktif dan mengelola media sosial dengan baik karena perolehan dana di media sosial masih tergolong sedikit atau kurang dari 50%. Setelah media sosial dikelola dengan baik, perolehan dana dari media sosial menjadi meningkat di empat tahun terakhir.

**Tabel 1.2**  
**Perolehan Dana LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri dari Tahun**  
**2021-2024**

No	Tahun	Kontribusi dari secara langsung ( <i>Direct Fundraising</i> )	Kontribusi dari Media Sosial ( <i>Indirect Fundraising</i> )	Total (Rp)
1	2021	66.965.514	92.476.185	159.441.699
2	2022	68.893.603	95.138.792	164.032.400
3	2023	116.369.952	160.701.362	277.071.314
4	2024	127.293.768	175.786.632	303.080.400
<b>Jumlah (Rp)</b>		<b>379.522.837</b>	<b>524.102.971</b>	<b>903.625.813</b>

*Sumber data: Dokumentasi dan wawancara LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri pada tanggal 7 maret 2025*

Berdasarkan tabel 1.2, tampak pada terkumpulnya perolehan dana LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri terjadi pertumbuhan dalam sepanjang tahun 2021 sampai 2024 dengan jumlah keseluruhan kontribusi secara langsung Rp379.522.837, kontribusi dari media sosial Rp524.102.971 dan jumlah keseluruhan sebesar Rp903.625.813 LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera

<sup>11</sup> Sahabat Mustahiq, <https://sahabatmustahiq.org/main/halaman/43/penghargaan-sahabat-mustahiq-sejahtera>, Diakses Pada Tanggal 04 Oktober 2024 Pukul 18.52 WIB.

Kediri mengalami peningkatan dana yang tergolong signifikan dari tahun 2021 sampai 2024. Dengan strategi *fundraising* yang lebih variatif dan sudah mulai dikenal masyarakat jumlah dana dan jumlah donatur mengalami peningkatan. Kegiatan *fundraising* melalui media sosial yang dilakukan oleh Sahabat Mustahiq Kediri untuk menghimpun ZIS sangat memiliki peran penting.

Kontribusi dari media sosial dari tahun 2021 sampai 2024 juga mengalami peningkatan yang signifikan dengan total keseluruhan Rp524.102.971 dari jumlah keseluruhan penghimpunan.

Lembaga zakat Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri menggunakan strategi melalui media sosial untuk menarik donatur maupun calon donatur dengan cara melalui media *direct fundraising* yaitu Banner, brosur, majalah tiap bulan Flyer di media sosial, Whatsapp story, Iklan berbayar di Instagram, Instagram story, Event-event tertentu, Penjualan produk fashion di *marketplace* Facebook, Pembayaran digital, Website ([www.sahabatmustahiq.org/](http://www.sahabatmustahiq.org/)), dan konten melalui media sosial Instagram. Sehingga akan menambah citra lembaga melalui media sosial yang mudah untuk diakses dengan jangkauannya yang luas serta biaya yang murah dengan membuat donatur maupun calon donatur lebih mudah tertarik untuk menyalurkan dananya melalui media sosial.

**Tabel 1.3**  
**Laporan Jumlah Donatur Sahabat Mustahiq Kediri dari Tahun**  
**2021-2024**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Donatur</b>	<b>Mustahiq</b>
1	2021	1.989	1.841
2	2022	2.286	2.695
3	2023	3.833	4.233
4	2024	4.259	5.427

*Sumber Data: Dokumentasi dan wawancara LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri pada tanggal 7 maret 2025*

Berikut pemaparan data perolehan donatur yang didapat setiap tahun oleh Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri dari Tahun 2021-2024. Pada tahun 2021, tercatat 1.989 donatur yang memberikan donasinya berupa zakat, infaq, maupun sedekah dan 1.841 mustahiq yang telah menerima donasi dari Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri. Kemudian pada tahun 2022, terjadi peningkatan jumlah donatur 2.286 orang dan mustahiq sebanyak 2.695 orang. Kemudian pada tahun 2023 tercatat 3833 donatur yang memberikan donasinya berupa zakat, infaq, maupun sedekah dan 4.233 mustahiq yang telah menerima donasi dari Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri. Sampai tahun 2024 terus mengalami peningkatan yang signifikan yaitu 4.259 donatur dan 5.427 mustahiq. Fenomena ini dapat diatribusikan pada strategi penghimpunan dan penyaluran yang semakin berkembang dari tahun ke tahun dan program-program yang semakin inovatif sehingga donatur dan mustahiq cenderung mempercayakan dana mereka untuk dikelola oleh LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri. Dari hal inilah Sahabat Mustahiq melakukan strategi digital *fundraising* (*indirect fundraising*) untuk meningkatkan jumlah penghimpunan dana pada tahun ketahun. Hal ini menunjukkan epektifitas strategi penghimpunan melalui media sosial yang dilakukan Sahabat

Mustahiq Sejahtera Kediri dapat menarik minat para donatur untuk berzakat dan menginfakkan hartanya yang sesuai dengan program yang disediakan lembaga. Program-program pilar tersebut adalah sebagai berikut; pilar pendidikan, pilar kesehatan, pilar ekonomi, pilar dakwah, dan pilar kemanusiaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis berminat untuk melakukan penelitian di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera disebabkan dua faktor yaitu; *pertama* metode *indirect* (melalui media sosial) di LAZ Sahabat Mustahiq lebih variatif dan dikelola dengan baik dibandingkan LAZ lainnya, *kedua* kontribusi *fundraising* dari *indirect* (melalui media sosial) lebih dari 50% dibandingkan dengan *direct fundraising* (secara langsung). Dengan hal ini dapat dilakukan penelitian bagaimana lembaga amil zakat Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri menerapkan strategi *fundraising* melalui media sosial serta sejauh manakah keefektifan penggunaan media sosial sehingga memudahkan memperoleh pendapatan dana untuk penghimpunan zakat, *infaq*, dan sedekah. Oleh karena itu penulis memilih judul “Strategi *Fundraising* Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Dana Zakat, *Infaq*, Dan Sedekah (Studi Kasus Di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kota Kediri)”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan data penelitian yang telah tersebut sebelumnya, maka peneliti merancang konsep fokus penelitian berikut:

1. Bagaimana strategi *fundraising* melalui media sosial di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kota Kediri?

2. Bagaimana peran strategi *fundraising* melalui media sosial dalam meningkatkan dana zakat, *infaq*, dan sedekah di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kota Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan strategi *fundraising* melalui media yang di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kota Kediri.
2. Untuk menjelaskan peran strategi *fundraising* melalui media sosial dalam meningkatkan dana zakat, *infaq*, dan sedekah di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kota Kediri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat didapatkan setelah dilakukan penelitian tersebut yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Terutama sebagai data rujukan untuk pengembangan ilmiah yang lebih lanjut di bidang khusus penggalangan dana di masa depan, dan untuk sumber informasi sebagai penambah pembendaharaan pustaka dibidang penggalangan dana berdasarkan aplikasi dunia nyata yang ada. Serta menambah bahan bagi penelitian-penelitian yang sudah ada mengenai penggalangan dana.

2. Manfaat Praktis

Bagi lembaga amil zakat Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri menjadi tolak ukur kinerja lembaga dalam strategi *fundraising* untuk meningkatkan dana ZIS serta menyempurnakan kekurangan yang

ada dalam strategi *fundraising* melalui media sosial di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri.

#### **E. Telaah Pustaka**

1. Skripsi yang diteliti oleh Bagas Fajri Pradana dengan judul “Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, *Infaq*, dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto” tahun 2022. Tujuan dari skripsi tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi penghimpunan dana ZIS menggunakan jaringan media sosial di LAZNAS Al-Irsyad Purwokerto, dan untuk mengetahui keberhasilan strategi penghimpunan dana ZIS menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian tersebut adalah dikatakan bahwa strategi penggalangan dana berbasis media sosial berupa pengumpulan dana zakat, *infaq*, sedekah, penggalangan dana dan pemberitaan dalam bentuk flyer yang dimuat di media sosial LAZNAS Al-Irsyad. Selanjutnya dilakukan evaluasi dan diketahui bahwa kegiatan penggalangan dana yang dilakukan di LAZNAS Al-Irsyad sudah sesuai dengan tujuan *fundraising* yaitu menghimpun.<sup>12</sup>

Persamaan antara skripsi ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah pada tujuannya sama-sama mengetahui strategi penghimpunan dana ZIS menggunakan media sosial di LAZ.

---

<sup>12</sup> Bagas Fajri Pradana "Strategi *Fundraising* Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto” (Skripsi: Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf, UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhari 2022).

Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian terdahulu berada di LAZNAS Al-Irsyad Purwokerto, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berada di LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri.

2. Skripsi yang ditulis oleh Nada Nabila dengan judul “Metode *Fundraising* Dalam Peningkatan Dana Zakat Infaq Sedekah (ZIS) Pada Lembaga Amil Zakat Nahwa Nur Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat” tahun 2022 di Jakarta. Penelitian ini memiliki tujuan ialah untuk memperoleh informasi LAZ Nahwa Nur menghimpun dana zakat, infaq, dan sedekah serta bagaimana penggunaan pendekatan pengumpulan dana tersebut meningkatkan jumlah tersebut. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi dokumentasi, wawancara, dan observasi. Kemudian data tersebut dianalisis secara sistematis, sehingga menghasilkan suatu karya ilmiah. Hasil penelitian ini adalah penghimpunan dana zakat, *infaq* dan sedekah LAZ Nahwa Nur menggunakan dua jenis metode. Pertama metode *direct fundraising* yaitu dengan sebar proposal, *canvassing*, dan layanan jemput donasi. Kedua, dengan metode *indirect fundraising* yaitu memulai beberapa sumber yaitu ritel, *Whatsapp marketing*, *CSR*, *crowdfunding*, kerjasama kelembagaan dan mitra, banner dan brosur, dan *social media*.<sup>13</sup>

Persamaan antara skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan

---

<sup>13</sup> Nada Nabila “Metode *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infaq Sedekah (ZIS) Pada Lembaga Amil Zakat Nahwa Nur Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat,” (Skripsi: Prodi Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

adalah terdapat pada tujuan utama yaitu mengetahui metode *fundraising* dana zakat, *infaq*, dan sedekah. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan kedua yaitu pada skripsi penelitian oleh Nada Nabila hasil dari penerapan metode *fundraising* dalam peningkatan dana zakat, *infaq*, dan sedekah, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan hasil dari *fundraising* dihimpun untuk dana zakat, *infaq*, dan sedekah.

3. Skripsi yang ditulis oleh Siti Nurul Hidayati dengan judul “Analisis Strategi *Fundraising* Gerakan Koin-Nu Peduli Dalam Mendapatkan Donasi (Studi Pada Nu Care-LAZIZNU MWC Ngronggot Nganjuk)” tahun 2020. Mengetahui cara penggalangan dana zakat, infak, dan sedekah untuk LAZ Nahwa Nur serta bagaimana penerapan strategi fundraising untuk meningkatkan dana tersebut menjadi tujuan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian ini adalah dilaksanakan sesuai dengan petunjuk teknis program gerakan koin-Nu peduli dan menurut penulis ditetapkan sesuai dengan teori yang digunakan.<sup>14</sup>

Persamaan antara skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menganalisis strategi *fundraising* dan menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan.

---

<sup>14</sup> Siti Nurul Hidayati “Analisis Strategi Fundraising Gerakan Koin-Nu Peduli Dalam Mendapatkan Donasi Studi Pada Nu Care-LAZIZNU MWC Ngronggot Nganjuk,” (Skripsi: Prodi Perbankan Syariah, IAIN Kediri, 2020).

4. Skripsi yang ditulis oleh Saiful Mustofa dengan judul “Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Donasi Pada Lembaga Kemanusiaan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri” tahun 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penggalangan dana pada organisasi Kemanusiaan Kotak Amal cabang Kediri. Hasil dari penelitian ini adalah menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh Lembaga KAI Cabang Kediri ialah menggunakan metode penghimpunan (*indirect fundraising*) dan (*direct fundraising*) yang bertujuan untuk mencari donatur agar lembaga tersebut dapat menjalankan program-programnya.<sup>15</sup>

Persamaan antara skripsi ini dengan penelitian yang akan adalah sama-sama menggunakan penelitian dengan metode kualitatif dan menganalisis strategi *fundraising*. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek dan variabel yang peneliti gunakan.

5. Skripsi yang ditulis oleh Nur Malik Ibrahim dengan judul “Strategi *Fundraisng* Berbasis Media Sosial DI Baitul Mall Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu” tahun 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara menyeluruh bagaimana strategi penggalangan dana berbasis media sosial *facebook* dikembangkan, diterapkan, dan dievaluasi di Baitul Mal Hidayatullah (BMH) di Bengkulu. Hasil dari penelitian ini adalah mengoptimalkan media sosial khususnya dengan platform *facebook* sebagai peluang penting dalam

---

<sup>15</sup> Saiful Mustofa “Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Donasi Pada Lembaga Kemanusiaan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri,” (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri 2020).

menarik minat para donatur dengan memaksimalkan isi konten media sosial yang inovatif dan waktu pemostingannya yang tepat.<sup>16</sup>

Persamaan antara skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan platform sosial media. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada platform facebook saja, penelitian yang akan dilakukan berfokus pada platform media sosial *Whatsapp, Instagram, dan Facebook*.

---

<sup>16</sup> Nur Malik Ibrahim, "Strategi Fundraisings Berbasis Media Sosial DI Baitul Mall Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu," (Skripsi: Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf, IAIN Bengkulu 2019).