

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Penghimpunan dana zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) merupakan salah satu instrumen sosial yang sangat strategis dalam mengurangi kesenjangan sosial dan membangun kesejahteraan umat di Indonesia. Pelaksanaan zakat dipandang sebagai sarana untuk menyucikan hati dan jiwa pihak yang menunaikannya. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah at-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya : “Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At Taubah :103)¹

Zakat merupakan bagian tertentu dari harta yang wajib dikeluarkan oleh seseorang apabila telah memenuhi ketentuan yang ditetapkan. Ketika syarat-syarat tersebut terpenuhi, pemilik harta (muzakki) berkewajiban menunaikan zakat dan menyalurkannya kepada pihak yang berhak menerimanya (mustahik). Harta yang telah mencapai batas nisab dan dimiliki selama satu

¹ QS At Taubah (9), 103.

haul diyakini akan menjadi harta yang bersih serta membawa keberkahan, bahkan berpotensi untuk terus berkembang setelah dikeluarkan zakatnya.²

Kemajuan teknologi digital yang berlangsung secara signifikan telah membawa perubahan pada berbagai dimensi kehidupan, termasuk dalam praktik filantropi Islam, terutama pada mekanisme penghimpunan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Di Indonesia, dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat dan penetrasi media sosial yang luas, lembaga amil zakat dihadapkan pada kebutuhan mendesak untuk mengadopsi strategi *digital marketing* agar dapat menjangkau dan melibatkan masyarakat secara lebih efektif. *Digital fundraising* memungkinkan lembaga zakat untuk memperluas jangkauan donatur melalui platform seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan aplikasi pembayaran digital, yang secara signifikan dapat meningkatkan jumlah penghimpunan dana ZIS dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode konvensional.³

Studi dari IAIN Kediri pada LAZIS Al-Haromain Kota Kediri menunjukkan bahwa strategi *fundraising* digital melalui media sosial dan layanan jemput donasi meningkatkan dana yang dihimpun secara signifikan. Namun, tantangan SDM tetap menjadi kendala. Sedangkan penelitian lain dari IAIN Kediri mengungkapkan bahwa digitalisasi *fundraising* membutuhkan pemanfaatan

² Abu Bakar HM and Muhammad, *Manajemen Organisasi Zakat* (Malang: Madani, 2011),10.

³ Fatkur Huda, "Strategi *Digital fundraising* Dalam Peningkatan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Di Lazismu Jombang," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 115, <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12118>.

optimal media sosial, pembayaran digital, dan interaksi daring yang mampu menambah jumlah donatur secara kuantitatif.

Studi UIN Jakarta pada platform crowdfunding Islami menegaskan bahwa integrasi teknologi crowdfunding membantu meningkatkan donasi secara signifikan, dengan kemudahan transaksi dan jangkauan yang luas. Sementara itu, penelitian di Dompot Dhuafa membuktikan pentingnya konten pemasaran dan strategi digital seperti PPC dan SEO dalam menjaga dan menambah volume donasi di masa pandemi.

Badan Amil Zakat (BAZ) merupakan lembaga pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah daerah dengan tugas utama menghimpun, mendistribusikan, serta mendayagunakan zakat sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Berbeda dengan BAZ, Lembaga Amil Zakat (LAZ) didirikan oleh masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan umat Islam, yang umumnya digerakkan oleh individu atau kelompok yang aktif dalam kegiatan dakwah, pendidikan, sosial, dan bidang kemasyarakatan lainnya. Selain mengelola zakat, baik BAZ maupun LAZ juga berwenang menerima infak, sedekah, serta dana sosial keagamaan lainnya. Penyaluran dan pemanfaatan dana tersebut dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam dan dicatat secara terpisah dalam sistem pembukuan.⁴

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, pengelolaan zakat merupakan proses yang dilaksanakan dengan berlandaskan pada prinsip syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, keterpaduan, dan

⁴ Haniah Lubis, *Lembaga Keuangan Syariah* (Pekalongan : Penerbit NEM, 2021), 118.

akuntabilitas. Dalam Pasal 3 disebutkan bahwa tujuan pengelolaan zakat diarahkan pada peningkatan kualitas pelayanan serta optimalisasi pendayagunaan zakat guna mendukung kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan. Ketentuan ini menggantikan aturan sebelumnya dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999, yang menitikberatkan pada peningkatan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai ajaran agama, penguatan fungsi pranata keagamaan dalam mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial, serta optimalisasi hasil dan daya guna zakat.

Berdasarkan Pasal 1 angka 7, 8, dan 9 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, lembaga yang berwenang mengelola zakat meliputi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Lembaga Amil Zakat (LAZ) , serta Unit Pengumpul Zakat (UPZ). Ketiga lembaga tersebut memiliki tugas utama untuk melakukan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan syariah. Lembaga Manajemen Infaq merupakan salah satu LAZ yang besar dan berkembang di Indonesia dengan pusat yang berada di Surabaya. Berikut daftar wilayah perwakilan lembaga LMI yang ada di Jawa Timur :

Tabel 1.1
Daftar Wilayah Perwakilan LMI Jawa Timur

NO	NAMA LEMBAGA	NO	NAMA LEMBAGA
1.	LAZNAS LMI Pusat Surabaya	12.	LAZNAS LMI Tulungagung
2.	LAZNAS LMI Sidoarjo	13.	LAZNAS LMI Trenggalek
3.	LAZNAS LMI Mojokerto	14.	LAZNAS LMI Nganjuk
4.	LAZNAS LMI Pasuruan	15.	LAZNAS LMI Madiun
5.	LAZNAS LMI Malang	16.	LAZNAS LMI Magetan
6.	LAZNAS LMI Probolinggo	17.	LAZNAS LMI Ngawi
7.	LAZNAS LMI Situbondo	18.	LAZNAS LMI Ponorogo
8.	LAZNAS LMI Banyuwangi	19.	LAZNAS LMI Bojonegoro
9.	LAZNAS LMI Kota Kediri	20.	LAZNAS LMI Bangkalan

NO	NAMA LEMBAGA	NO	NAMA LEMBAGA
10.	LAZNAS LMI Kabupaten Kediri	21.	LAZNAS LMI Pamekasan
11.	LAZNAS LMI Blitar	22.	LAZNAS LMI Sumenep

Sumber: Website Lembaga Manajemen Infaq Jawa Timur

Berdasarkan Tabel 1.1 Daftar Wilayah Perwakilan LMI Jawa Timur, dapat diketahui bahwa Lembaga Amil Zakat Nasional Lembaga Manajemen Infaq (LAZNAS LMI) memiliki jaringan perwakilan yang tersebar luas di berbagai kabupaten dan kota di Provinsi Jawa Timur. Secara keseluruhan, terdapat 22 wilayah perwakilan LAZNAS LMI yang beroperasi, dengan pusat kegiatan berada di Surabaya sebagai kantor pusat.

Perwakilan LAZNAS LMI tersebar di wilayah tapal kuda, pesisir, hingga wilayah Mataraman, seperti Sidoarjo, Mojokerto, Pasuruan, Malang, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi, Blitar, Kediri, Tulungagung, Trenggalek, Nganjuk, Madiun, Magetan, Ngawi, Ponorogo, Bojonegoro, serta wilayah Madura yang meliputi Bangkalan, Pamekasan, dan Sumenep. Persebaran ini menunjukkan bahwa LAZNAS LMI memiliki cakupan pelayanan yang relatif merata di Jawa Timur.

Keberadaan perwakilan LAZNAS LMI di berbagai daerah tersebut bertujuan untuk mendekatkan layanan penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan dana zakat, infak, dan sedekah kepada masyarakat. Dengan jaringan yang luas, LAZNAS LMI diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan zakat serta menjangkau mustahik secara lebih optimal sesuai dengan prinsip syariah dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Tabel 1.2
Data Perbandingan LAZNAS LMI Blitar dan LMI Kabupaten Kediri

Keterangan	LAZNAS LMI Blitar	LAZNAS LMI Kab Kediri
Lokasi	Jl. Yapen No. 11, Plosokerep, Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur	Jl. Raden Ajeng Kartini No.11, Gamol, Langenharjo, Kec. Plemahan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur
Sosial Media	Instagram, Facebook, Whatsapp	Instagram dan Whatsapp
<i>Platform Donasi Online</i>	- Via transfer bank - Website lmizakat.org - Infaq.in - Kitabisa - Launchgood	- Via transfer bank - Website lmizakat.org - Infaq.in - Kitabisa
Layanan Pembayaran Digital Perbankan	- BSI - BCA - MANDIRI - BANK JATIM	- BSI - BCA - MANDIRI - BANK JATIM
Program Unggul	- Program Pendidikan - Program Ekonomi - Program Dakwah - Program Kesehatan - Program Kemanusiaan	- Program Pendidikan - Program Ekonomi - Program Kemanusiaan
Jumlah Dana Terhimpun 2025	Rp. 3.790.245.153,00	Rp. 1.758.594.621,00
Jumlah Donatur Tahun 2025	960	841

Sumber: Observasi dan Laporan Keuangan LMI Blitar dan LMI Kabupaten Kediri

Berdasarkan Tabel 1.2 mengenai perbandingan LAZNAS LMI Blitar dan LMI Kabupaten Kediri, terlihat adanya sejumlah persamaan dan perbedaan yang mencerminkan karakteristik masing-masing lembaga dalam menjalankan aktivitas penghimpunan dan pengelolaan dana.

Ditinjau dari aspek lokasi, kedua lembaga berada di Provinsi Jawa Timur, namun memiliki wilayah operasional yang berbeda, yaitu Kota Blitar dan Kabupaten Kediri. Perbedaan wilayah ini berpotensi memengaruhi segmentasi

masyarakat yang dilayani serta strategi penghimpunan dana yang diterapkan oleh masing-masing lembaga.

Pada aspek pemanfaatan media sosial, LAZNAS LMI Blitar menggunakan tiga platform utama, yaitu Instagram, Facebook, dan WhatsApp, sedangkan LMI Kabupaten Kediri hanya memanfaatkan Instagram dan WhatsApp. Hal ini menunjukkan bahwa LAZNAS LMI Blitar memiliki jangkauan komunikasi yang relatif lebih luas, sehingga berpotensi meningkatkan efektivitas penyebaran informasi dan kampanye donasi. Selanjutnya, dalam hal platform donasi online, kedua lembaga sama-sama memanfaatkan transfer bank, website resmi (Imizakat.org), Infaq.in, serta Kitabisa. Namun demikian, LAZNAS LMI Blitar juga menggunakan platform Launchgood yang tidak ditemukan pada LMI Kabupaten Kediri. Keberadaan platform tambahan ini mengindikasikan adanya upaya diversifikasi kanal donasi, yang memungkinkan akses terhadap donatur yang lebih luas, termasuk dari luar negeri.

Pada aspek layanan pembayaran digital perbankan, kedua lembaga menunjukkan kesamaan dengan bekerja sama dengan beberapa bank, yaitu BSI, BCA, Mandiri, dan Bank Jatim. Kesamaan ini menunjukkan bahwa keduanya telah mengadopsi sistem pembayaran yang umum digunakan oleh masyarakat, sehingga mempermudah proses transaksi donasi.

Perbedaan yang cukup menonjol terlihat pada program unggulan yang dijalankan. LAZNAS LMI Blitar memiliki variasi program yang lebih beragam, meliputi bidang pendidikan, ekonomi, dakwah, kesehatan, dan

kemanusiaan. Sementara itu, LMI Kabupaten Kediri hanya berfokus pada tiga bidang, yaitu pendidikan, ekonomi, dan kemanusiaan. Variasi program yang lebih luas pada LAZNAS LMI Blitar menunjukkan adanya cakupan kegiatan yang lebih komprehensif dalam menjawab kebutuhan masyarakat.

Adapun dari sisi jumlah dana terhimpun pada tahun 2024, LMI Blitar mencatatkan perolehan sebesar Rp 3.152.739.059,00, sedangkan LMI Kabupaten Kediri sebesar Rp 1.271.530.268,00. Serta jumlah donatur yang juga lebih unggul LMI Blitar daripada LMI Kabupaten Kediri. Perbedaan ini menunjukkan bahwa LAZNAS LMI Blitar memiliki kapasitas penghimpunan dana yang lebih tinggi. Hal tersebut diduga berkaitan dengan lebih luasnya pemanfaatan media, keberagaman platform donasi, serta variasi program yang dimiliki.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa meskipun kedua lembaga memiliki kesamaan dalam sistem pembayaran dan sebagian platform donasi, LMI Blitar menunjukkan keunggulan dalam hal jangkauan media, diversifikasi platform, variasi program, serta jumlah dana yang berhasil dihimpun.

Berdasarkan uraian tersebut, LMI Blitar dinilai lebih unggul dalam penerapan strategi *digital fundraising*, baik dari segi inovasi platform, kemudahan sistem pembayaran, maupun capaian penghimpunan dana ZIS.

Oleh karena itu, pemilihan LMI Blitar sebagai objek penelitian dianggap relevan dan tepat untuk mengkaji secara mendalam peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah. Pemilihan LMI Blitar didasarkan pada capaian *fundraising* yang lebih tinggi, diversifikasi platform digital yang lebih luas daripada LMI Kabupaten Kediri.

Tabel 1.3
Perolehan *Fundraising* Dana ZIS di LAZNAS LMI Blitar

TAHUN	<i>FUNDRAISING</i>	PERTUMBUHAN
2022	Rp. 1.712.817.636,00	-
2023	Rp. 2.068.171.914,00	20,75%
2024	Rp. 3.152.739.059,00	52,45%
2025	Rp. 3.790.245.153,00	20,22%

Sumber: Laporan Keuangan dan Wawancara Staff bagian Digital fundraising di LMI Blitar

Mengacu pada Tabel 1.3, total dana *fundraising* yang berhasil dihimpun oleh LMI Blitar pada tahun 2022 tercatat sebesar Rp1.712.817.636,00. Pada tahun 2023, perolehan dana tersebut mengalami peningkatan menjadi Rp2.068.171.914,00, yang mencerminkan laju pertumbuhan sebesar 20,75 persen. Kenaikan yang lebih tinggi terjadi pada tahun 2024, di mana jumlah dana yang terhimpun mencapai Rp3.152.739.059,00 atau meningkat sebesar 52,45 persen dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Pada tahun 2025 juga terjadi kenaikan sebesar Rp. 3.790.245.153,00 atau sebesar 20,22%.

Peningkatan nilai *fundraising* tersebut menunjukkan bahwa penerapan strategi *digital fundraising* di LMI Blitar memberikan dampak yang positif terhadap optimalisasi penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Pemanfaatan

beragam kanal digital, mulai dari media sosial, situs web resmi lembaga, layanan pembayaran digital, hingga platform crowdfunding, terbukti mampu mendorong peningkatan nominal donasi. Kondisi ini terjadi meskipun jumlah donatur secara kuantitatif mengalami penurunan, yang mengindikasikan adanya peningkatan rata-rata nilai donasi per donatur serta tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap akuntabilitas dan transparansi pengelolaan dana ZIS oleh LMI Blitar.

Strategi *digital fundraising* yang diterapkan oleh LAZNAS LMI . Melalui pendekatan ini, lembaga mampu menjangkau khalayak yang lebih luas, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berzakat secara digital, serta membangun kepercayaan donatur melalui komunikasi yang transparan dan interaktif.

Konteks lokal LAZNAS LMI Blitar sebagai lembaga amil zakat yang beroperasi di wilayah dengan tingkat literasi digital yang terus berkembang, menuntut penerapan strategi *digital fundraising* yang terintegrasi dan efektif. Dengan mayoritas donatur berasal dari kalangan usia produktif yang aktif di media sosial, potensi penghimpunan dana ZIS dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan platform digital yang tepat, didukung oleh pendekatan pemasaran syariah yang transparan dan akuntabel. Maka penulis merasa perlu mengkaji lebih dalam lagi melalui penelitian yang berjudul : “PERAN STRATEGI *DIGITAL FUNDRAISING* DALAM MENINGKATKAN PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ, DAN SHADAQAH (ZIS) (Studi di LAZNAS LMI Blitar)”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka diperlukan rumusan fokus penelitian sebagai batasan agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi *digital fundraising* di LAZNAS LMI Blitar?
2. Bagaimana peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) di LAZNAS LMI Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan penerapan strategi *digital fundraising* di LAZNAS LMI Blitar.
2. Untuk menjelaskan peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) di LAZNAS LMI Blitar.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang *digital marketing* dan manajemen

zakat di era digital. Memperkaya literatur akademik mengenai peran strategi *digital marketing* dalam penghimpunan dana ZIS di lembaga amil zakat, sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini menawarkan wawasan praktis dan pengalaman penerapan *digital marketing* di lembaga amil zakat, memperkaya pengetahuan strategi efektif untuk penghimpunan dana ZIS, serta membekali peneliti dengan kompetensi *digital marketing* dan manajemen zakat melalui data empiris untuk penelitian lanjutan. Bagi lembaga seperti LAZNAS LMI Blitar, ia berperan sebagai panduan strategis untuk mengoptimalkan platform digital, dengan rekomendasi pemilihan media sosial, konten, dan kampanye efisien guna meningkatkan donatur serta dana sambil menjaga transparansi dan kepercayaan. Sementara bagi masyarakat umum, penelitian ini memudahkan akses donasi zakat, infaq, dan shadaqah melalui kanal digital yang cepat, aman, dan transparan, memungkinkan generasi milenial serta pengguna media sosial aktif untuk memperoleh informasi dan berdonasi praktis.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut ini dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan judul penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. “Strategi Digitalisasi *Fundraising* dalam Meningkatkan Jumlah Donatur ZIS pada Lazis Al-Haromain Kota Kediri”, Oleh Nurul Afifah.¹

¹ Nurul Afifah, “Strategi Digitalisasi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur ZIS Pada Lazis Al-Haromain Kota Kediri,” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024, 45.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *digital fundraising* berperan signifikan dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Strategi yang dijalankan meliputi pemanfaatan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, sebagai media publikasi sekaligus sarana edukasi kepada masyarakat mengenai ZIS. Selain itu, WhatsApp digunakan sebagai media komunikasi lanjutan dengan donatur, serta didukung oleh penggunaan sistem pembayaran digital, seperti mobile banking dan QR code, yang mempermudah proses penyaluran ZIS. Kemudahan tersebut berdampak positif terhadap peningkatan jumlah dana ZIS yang berhasil dihimpun oleh lembaga. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada fokus kajian mengenai strategi *digital fundraising* ZIS. Adapun perbedaannya terletak pada arah analisis, di mana penelitian ini lebih menekankan pada peningkatan jumlah donatur, sedangkan penelitian penulis memusatkan perhatian pada peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan total dana ZIS yang terhimpun dan lokasi objek.

2. “Analisis Strategi *Digital fundraising* Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Studi pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta)”, Oleh Astuti Nur Rahmawati & Arif Sapta Yuniarto.²

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *digital fundraising* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan jumlah

²Astuti Nur Rahmawati and Arif Sapta Yuniarto, “Analisis Strategi *Digital fundraising* Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki: Studi Pada Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta,” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam* 7, no. 1 (2023): 1–18, <https://doi.org/10.31316/jk.v7i1.4979>.

muzakki. Strategi yang dijalankan mencakup pemanfaatan media sosial sebagai media edukasi dan sosialisasi zakat kepada masyarakat, penggunaan website resmi lembaga sebagai sarana penyediaan informasi sekaligus layanan zakat, serta penerapan sistem pembayaran zakat berbasis digital yang memudahkan muzakki dalam menunaikan kewajibannya. Penerapan strategi tersebut dinilai mampu meningkatkan kemudahan akses, membangun kepercayaan, serta mendorong minat masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga. Persamaan antara penelitian Astuti Nur Rahmawati dan Arif Sapta Yuniarto dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada kesamaan fokus kajian mengenai strategi *digital fundraising* zakat sebagai upaya peningkatan partisipasi masyarakat. Sementara itu, perbedaan penelitian terletak pada indikator serta objek yang diteliti. Penelitian tersebut lebih menekankan pada peningkatan jumlah muzakki di Lazismu Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan penelitian penulis berfokus pada peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS di LAZNAS LMI Blitar.

3. “Strategi *Fundraising* dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Jambi”, Oleh Amalia Miftahul Jannah.³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *fundraising* memiliki peran yang signifikan dalam mendorong peningkatan penghimpunan dana

³ Amalia Miftahul Jannah, “Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah Pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Jambi” (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021).

ZIS. Strategi yang diterapkan meliputi metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*), seperti kunjungan langsung kepada donatur serta pelaksanaan kegiatan sosial, dan metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) melalui kegiatan promosi, publikasi program, serta sosialisasi kepada masyarakat. Selain strategi tersebut, penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat kepercayaan donatur, transparansi dalam pengelolaan dana, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada donatur merupakan faktor pendukung utama dalam meningkatkan perolehan dana ZIS. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada kesamaan fokus kajian mengenai strategi *fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS. Adapun perbedaannya terletak pada pendekatan dan fokus strategi yang digunakan, di mana penelitian ini lebih menekankan pada strategi *fundraising* secara konvensional tanpa menyoroti pemanfaatan media digital, sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS di LAZNAS LMI Blitar.

4. “Strategi *Digital fundraising* dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat”, Oleh Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah & Ibdalsyah.⁴

⁴ Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, and Ibdalsyah, “Strategi *Digital fundraising* Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat,” *Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 37–50, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4346>.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *digital fundraising* berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat. Strategi yang digunakan mencakup pemanfaatan media digital organik (unpaid), seperti media sosial dan website resmi lembaga, serta media digital berbayar (paid) berupa iklan digital yang bertujuan untuk memperluas jangkauan calon muzakki. Di samping itu, penggunaan sistem donasi digital yang mudah diakses turut meningkatkan efektivitas proses penghimpunan dana zakat. Penerapan strategi tersebut dinilai mampu memperkuat visibilitas lembaga, meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat, serta memberikan kemudahan bagi muzakki dalam menunaikan kewajiban zakat. Persamaan antara penelitian Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, dan Ibdalsyah dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada kesamaan fokus kajian mengenai strategi *digital fundraising* dalam penghimpunan dana zakat. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan cakupan penelitian, di mana penelitian tersebut dilaksanakan pada LAZ Global Zakat, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS di LAZNAS LMI Blitar.

5. “Optimalisasi Penghimpunan Zakat Digital dalam Upaya Peningkatan Realisasi Dana Zakat”, Oleh Nurlaelah Zakiah.⁵

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem penghimpunan zakat berbasis digital mampu mendorong peningkatan realisasi dana zakat.

⁵ Nurlaelah Zakiah, “Optimalisasi Penghimpunan Zakat Digital Dalam Upaya Peningkatan Realisasi Dana Zakat,” *Jurnal Kajian Dan Pengembangan Zakat* 02 (2022): 02.

Pemanfaatan berbagai media digital serta penggunaan sistem pembayaran zakat yang didukung oleh teknologi memberikan kemudahan bagi muzakki dalam menunaikan kewajibannya, sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah dana zakat yang berhasil dihimpun. Selain itu, kesiapan lembaga dalam mengelola dan mengoperasikan sistem digital menjadi salah satu faktor pendukung utama dalam mengoptimalkan proses penghimpunan zakat. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada kesamaan fokus kajian mengenai penghimpunan zakat berbasis digital. Adapun perbedaannya terletak pada arah fokus dan objek penelitian, di mana penelitian ini lebih menekankan pada optimalisasi zakat digital secara umum, sedangkan penelitian ini memusatkan perhatian pada peran strategi *digital fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS di LAZNAS LMI Blitar.