

**FUNDRAISING DAN MARKETING ZISWAF (ZAKAT, INFAQ,
SHADAQAH, DAN WAQAF) DITINJAU DARI MARKETING
MIX SYARIAH**

(Studi Kasus : Laznas Yatim Mandiri Kota Kediri)

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar
Magister Ekonomi (M.E)



Oleh :

ALFIN NUGROHO

NIM 925.006.18.003

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2020**

PERSETUJUAN


Tesis ini telah disetujui untuk diajukan pada ujian tesis
Pascasarjana IAIN kediri

Dosen pembimbing

Dr. Jamaludin Acmad Kholik, MA
NIP.197509132008011014

1. 

Dr. A. Halil Thahir, M.HI
NIP.197111212005011006

2. 

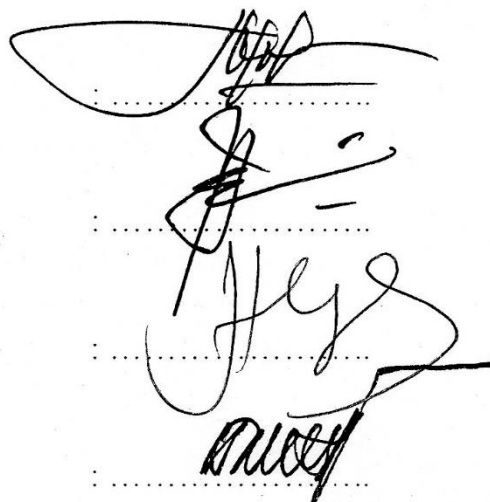
Kediri, 3 juli 2020

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis yang ditulis oleh Alfin nugroho dengan judul “Fundraising dan Marketing ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf) ditinjau dari Marketing MIX Syariah di Laznas Yatim Mandiri Kota Kediri” ini telah diuji dan setelah diperbaiki sebagaimana mestinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) Pascasarjana IAIN Kediri pada tanggal 20 juli 2020.

Tim Penguji :

1. Dr. Mukhammad Abdullah, M.Ag
NIP.196604051992031002
2. Dr. Hj. Nurul Hanani, M.HI
NIP.196203041998032001
3. Dr. Jamaludin Acmad Kholik, MA
NIP.197509132008011014
4. Dr. A. Halil Thahir, M.HI
NIP.197111212005011006



Kediri, 20 juli 2020
Mengetahui
Direktur,

Prof. Dr. H. Nur Ahid, M.Ag.
NIP.196202091996031001

MOTTO

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

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.”Qs.AT-Taubah ayat 103

ABSTRAK

ALFIN NUGROHO, 2020, Fundraising dan Marketing Ziswaf (zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf) di tinjau dari marketing mix syariah di Laznas yatim mandiri Kota Kediri, Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, Dosen Pembimbing Dr. Jamaludin Achmad Kholik, MA dan Dr. A. Halil Thahir, M.HI.

Kata kunci : Fundraising, Marketing, dan Marketing mix Syariah

Dalam Lembaga Amil Zakat maupun Badan Amil Zakat, donator menjadi salah satu pilar penting untuk keberlangsungan Lembaga. Untuk menarik minat donator agar berdonasi ke suatu Lembaga perlu adanya fundraising dan juga marketing dari Lembaga tersebut. fundraising atau penggalangan dana merupakan hal pokok dari suatu Lembaga pengelolaan zakat. Untuk menarik donator agar berminat mendonasikan dananya ke suatu Lembaga pengelolaan zakat perlu adanya marketing yang baik dari Lembaga tersebut. seiring berkembangnya zaman dalam memasarkan produk banyak mengalami perkembangan. bauran pemasaran merupakan salah satu perkembangan dari marketing. bauran pemasaran menjadi suatu cara yang bisa di gunakan untuk menguasai pasar dengan maksimal. Pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada praktek fundraising dan marketing ZISWAF ditinjau dari Marketing Mix Syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah pembaca bisa mengetahui tentang praktek fundraising dan marketing ZISWAF di tinjau dari marketing mix Syariah.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini dari data primer dan data sekunder. Data tersebut di olah untuk dijadikan sebuah landasan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang terkumpul melalui beberapa Teknik tersebut kemudian dikategorikan, dijelaskan hubungan-hubungannya melalui analisis dalam kasus guna menyusun konsep dan abstraksi temuan penelitian.

Fundraising yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Kota Kediri menggunakan *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Sedangkan dalam marketing dalam Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Kota Kediri hanya terfokus pada program-program yang telah menjadi terget dari lembaga. Selain menggunakan program-program, Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri juga memakai brosur, majalah, dan juga pelayanan maksimal demi terciptanya kepuasan donator. Marketing mix Syariah merupakan bauran pemasaran yang sesuai dengan Syariah islam. Fundraising dan marketing ZISWAF yang dilakukan oleh Laznas yatim Mandiri dapat dikelompokkan dalam empat elemen marketing Mix Syariah meliputi : produk, harga, tempat dan promosi. ke empat elemen ini menjadi inti dari pemasaran yang ada di Lembaga tersebut. Dari ke empat elemen tersebut yang di aplikasikan oleh Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri sudah sesuai dengan Syariah Islam.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Rasulullah SAW, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan sehingga penulis bisa menyelesaikan Tesis dengan judul “fundraising dan marketing ziswaf (zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf) di tinjau dari marketing mix syariah” yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar magister ekonomi Syariah (M.E) Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi bahasa, sistematika penulisan maupun isi yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya dapat membangun demi kesempurnaan penulisan Tesis ini. Melalui kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak atas segala dukungan dan bantuan yang diberikan. Oleh karena itu, penulis menghaturkan banyak terimakasih dan rasa hormat yang tak terhingga kepada:

1. Rektor IAIN Kediri Dr. Nur Chamid, M.M., direktur pascasarjana IAIN Kediri Prof. Dr. H. Nur Ahid M.Ag, dan Pascasarjana IAIN Kediri beserta staff dan segala kebijaksanaan, perhatian dan dorongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
2. Dr. Jamaludin Achmad Kholik, MA selaku kaprodi sekaligus dosen pembimbing dan Dr. A. Halil Thahir, M.HI selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dorongan sehingga tesis ini bisa terselesaikan.

3. Segenap dosen pascasarjana IAIN Kediri, atas berbagai ilmu yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
4. Keluarga penulis Alm.bapak Juhari, ibu Aminah, dan adik-adik tercinta yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun Pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan pengembangan lanjut agar benar-benar bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang organisasi pengelolaan zakat.

PENULIS

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II : KAJIAN TEORI	
A. Fundraising	12
1. Pengertian Fundraising	12
2. Strategi Fundraising	13
3. Prinsip-prinsip Fundraising	15
4. Unsur-unsur fundraising	17
5. Metode fundraising	19
6. Tujuan fundraising	20
7. Manajemen fundraising dalam pengelolaan zakat.....	22

B. Marketing	25
1. Pengertian Marketing.....	25
2. Strategi marketing.....	26
3. Proses-proses strategi marketing	29
4. Konsep manajemen marketing	33
5. Konsep Marketing	35
6. Implementasi strategi marketing.....	35
C. Marketing Mix Syariah.....	36
1. Prinsip Marketing dalam islam	36
2. Konsep Marketing Mix syariah	38
3. Unsur-unsur Marketing Mix syariah	40
4. Pandangan Islam tentang marketing mix Syariah	43
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
B. Kehadiran Peneliti	47
C. Lokasi Penelitian	48
D. Sumber Data	48
E. Prosedur Pengumpulan Data	49
F. Teknik Pengumpulan Data	50
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52
 BAB IV : HASIL PENETITIAN	
A. Paparan Data.....	53
1. Sejarah Berdirinya Laznas Yatim Mandiri	53
2. Letak geografis Laznas Yatim Mandiri Kota Kediri	55
3. Visi, misi Laznas Yatim Mandiri.....	55

4. Struktur Laznas yatim Mandiri	55
5. Praktek fundraising Laznas Yatim Mandiri Kota Kediri	61
6. Praktek marketing di Laznas Yatim Mandiri Kota Kediri	79
B. Temuan Penelitian.....	91
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Fundraising Ziswaf Di Laznas yatim mandiri Kota Kediri	94
B. Marketing Ziswaf Di Laznas yatim Mandiri Kota Kediri	96
C. Fundraising dan Marketing Ziswaf di Tinjau dari Marketing Mix Syariah.....	99
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	115
B. Implikasi teoritis dan praktis.....	115
C. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
DAFTAR LAMPIRAN	121