

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara yang mempunyai penduduk muslim terbesar di dunia serta memiliki angka kemiskinan yang sangat tinggi. Kemiskinan ialah problematika klasik yang ada pada negeri yang belum mampu terselesaikan. Masih banyak ada rakyat yang hidup di bawah garis kemiskinan yang tinggal di desa atau pada perkotaan. Masalah ini terbungkus lama dalam bentuk kemiskinan.¹ Masalah kemiskinan adalah sebuah permasalahan ekonomi, karena faktor penting yang menjadi konsentrasi dunia adalah masalah ekonomi. Perekonomian merupakan salah satu dari tiga permasalahan yang akan ditanggulangi oleh pemerintah terhadap krisis pada yang ada masyarakat.²

Islam merupakan agama yang menggunakan ketegasan dalam mengajarkan umatnya buat mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah yang mana amaliyah tersebut berfungsi buat pemerataan kesejahteraan umat serta kemakmuran suatu negara. Zakat, infak, dan sedekah adalah suatu mekanik yang mengontrol keseimbangan sebuah dinamika masyarakat dengan harapan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.³

Zakat merupakan rukun islam yang menjadi salah satu unsur pokok bagi tegaknya syariat islam. Zakat juga merupakan konsep ajaran islam

¹ M. Zen, dkk, *Zakat dan Wirausaha* (Jakarta: Centre Entrepreneurship Development, 2015), 46.

² Yusuf Qardhawi, *Spektrum Zakat dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan* (Jakarta: Zikrul Halim, 2005), 22.

³ Nuruddin, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), 2.

untuk mengasihi kepada sesama, mendayakan masyarakat, dan mewujudkan keadilan sosial.⁴ Zakat adalah ibadah dalam bidang harta benda yang memiliki fungsi strategis dalam menentukan kesejahteraan masyarakat.⁵ Oleh karena itu, zakat merupakan kewajiban bagi setiap orang islam yang telah memenuhi syarat.⁶ Infak di definisikan sebagai mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan yang digunakan sebagai kepentingan untuk ajaran agama islam. Sedangkan sedekah adalah wujud syukur atas karunia Allah yang diberikan kepada hambanya. Ketika zakat harus diberikan kepada *mustahik* kalau infak dan sedekah diberikan kepada kedua orang tua atau anak yatim.⁷

Islam telah memberikan solusi sebagai upaya untuk melindungi dan mensejahterakan masyarakat miskin dengan aturan zakat, infaq, dan sedekah sebagai instrumen utama. Dengan memaksimalkan pengelolaan dan zakat, infak, dan sedekah permasalahan ekonomi seperti kemiskinan dapat ditanggulangi. Perlu adanya suatu badan atau organisasi yang bertugas untuk mengurus penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah agar dana tersebut dapat terorganisir dengan baik dan tepat sasaran. Dana zakat, infak, dan sedekah khususnya zakat harus dikelola oleh suatu lembaga yang dapat dipercaya, tanggung jawab, profesional, memahami tentang zakat serta pengelolaannya.

⁴ Gus Arifin, *Keutamaan Zakat Infak Sedekah Dilengkapi dengan Tinjauan dalam Fikih 4 Madzhab* (Bintaro Tangerang Selatan: Quanta,2011), 173.

⁵ Abdullah Nashih Ulwan, *Zakat Menurut Empat Madzhab* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2008),8.

⁶Didin Hafihuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat Infak dan sedekah* (Jakarta: Gea insani,2002),14.

⁷ Gustian Djuanda, dkk, *Pelaporan Zakat Pengurangan Pajak Penghasilan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 11.

Salah satu *sunnatullah* bahwasanya setiap manusia yang dilahirkan didunia akan memiliki kondisi yang berbeda dengan orang lain. Perbedaan ini mencakup semua aspek, mulai dari budaya, sosial, kultur, dan lain sebagainya. Salah satu perbedaan yang mudah diidentifikasi adalah perbedaan ekonomi. Sebagian manusia dititipi Allah harta sehingga menjadi kaya, dan sebagian lagi dicoba dengan kekurangan dan hidup miskin.⁸

Kotak amal Indonesia menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah yang kemudian disalurkan kepada delapan asnaf.⁹ Kini kantor kotak amal Indonesia sudah menetap yang beralamatkan di Jl. Baris Sawah Ds. Sekaran Kidul Ds. Sekaran Kec. Kayen Kidul. Kotak amal Indonesia merupakan lembaga nirlaba yang bergerak dan fokus pada sosial kemanusiaan dan pendidikan masyarakat.

Donatur merupakan jantung dari adanya aktivitas dalam organisasi semacam ini, dan yang paling mendukung adanya keberlangsungan dan pengembangan lembaga adalah adanya loyalitas donatur itu sendiri. Loyalitas merupakan komitmen untuk tetap bertahan lama menggunakan layanan lembaga. Oleh karena itu, yang dimaksud dengan loyalitas donatur adalah orang atau pihak dalam hal ini yaitu donatur yang memberi sumbangan secara berkelanjutan kepada lembaga. Loyalitas donatur merupakan bukti keistiqomahan donatur dalam menjalankan syari'at Islam, hal ini perlu dijaga dan ditingkatkan mengingat Organisasi

⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 55.

⁹ Wawancara dengan Bapak Abdurrahman, tanggal 30 Mei 2022 di Kantor Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri

Pengelola Zakat (OPZ) juga mempunyai fungsi untuk menegakkan syari'at Islam dalam hal Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Berikut ini perbedaan antara Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan LAZ Yatim Mandiri Kediri

Tabel 1.1
Perbandingan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan LAZ
Yatim Mandiri

Perbandingan	Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri	LAZ Yatim Mandiri
Sistem pelayanan pada donatur	1. Menganut 5 S (Salam, Senyum, Sapa, Sopan, Santun). 2. Memberikan informasi secara keseluruhan tentang jalannya dana kepada donatur. 3. Membangun komunikasi secara rutin kepada donatur. 4. Memberikan penjelasan secara detail tentang program yang	1. Menganut 3 S (Senyum, Salam, Sapa). 2. Memberikan informasi yang hanya diperlukan oleh donatur. 3. Melakukan komunikasi kepada donatur dengan kualifikasi triwulan. 4. Memberikan penjelasan secara independensi agar tidak terjadi kesalahpahaman antara donatur dengan instansi.

	dijalankan serta memberikan manfaat dan keuntungannya.	
Lokasi	<p>1. Jl. Baris Sawahan Dsn. Sekaran Kidul Ds. Sekaran Kec. Kayen Kidul Kab. Kediri.</p> <p>2. Jam Operasional: Hari senin- Sabtu dari jam 08.00-16.00 WIB</p>	<p>1. Jl.Candra Kirana No. 4 Mojorota Kota Kediri</p> <p>2. Jam Operasional: Hari Senin- Jumat dari jam 08.00- 16.00 wib</p> <p>Hari Sabtu dari jam 08.00-12.00 WIB</p>
Promosi untuk meningkatkan jumlah donatur	<p>1. Publikasi</p> <p>2. Mengandalkan promosi melalui sosial media.</p> <p>3. Memasang iklan dalam bentuk digital marketing yang baik.</p> <p>4. Mempunyai tim kusus marketing yang melakukan promosi pada masyarakat.</p> <p>5. Menjalin hubungan yang baik dengan para donatur.</p>	<p>1. Mempublikasikan secara tatap muka.</p> <p>2. Melakukan promosi melalui media sosial.</p> <p>3. Melakukan digital marketing dengan baik.</p>

Strategi unggul	Strategi transparansi pelaporan kegiatan melalui media sosial, GeSber (Gerakan Semangat Berbagi) dan Sekolah Bakat.	<i>Door to Door</i> , pengadaan <i>event</i> tertentu.
-----------------	---	--

Sumber: Observasi Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan LAZ Yatim Mandiri

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa perbedaan antara Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan LAZ Yatim Mandiri terlihat dari sistem pelayanan kepada donatur. Pada Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri memiliki lebih banyak sistem untuk melayani dan menjalin hubungan yang erat dengan donatur. Perbedaan yang paling mencolok adalah terletak pada aktivitas promosi yang digunakan untuk mempertahankan jumlah donatur. Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dengan LAZ Yatim Mandiri sama-sama memiliki tempat yang sangat strategis yang berada di tengah- tengah kepadatan penduduk .

Perbedaan lainnya juga terlihat dari strategi unggul yang dimiliki oleh masing-masing lembaga, dimana Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri melalui transparansi laporan melalui media sosial, GeSber dan sekolah bakat, sedangkan di LAZ Yatim Mandiri dengan cara *door to door* dan pengadaan *event*.

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri telah mengalami kemajuan, dengan semakin meningkatnya jumlah donatur dalam setiap tahunnya. Total donatur dari tahun 2019 sampai 2020 mencapai 16.570 donatur. Beberapa donatur juga seringkali ikut berperan aktif dalam program atau *event* yang diadakan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam pelaksanaan kegiatan atau programnya diterima oleh masyarakat. Agar donatur tertarik untuk berdonasi dan loyal terhadap lembaga, maka Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri perlu untuk meningkatkan kreatifitas dalam merancang dan memaksimalkan strategi pemasaran dan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah.

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri merasakan ketatnya persaingan di dunia lembaga amil zakat, terbukti banyaknya lembaga amil zakat yang berdiri dengan tujuan yang sama, hal ini menjadikan jumlah pendapatan yang masuk berbeda-beda setiap tahunnya. Jumlah pendapatan dapat dilihat dari banyaknya jumlah donatur pada setiap periode, sehingga peningkatan perolehan donasi juga ikut berubah.

Salah satunya adalah lembaga amil zakat yang memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk melakukan promosi melalui platform digital baik melalui website dan media sosial seperti instagram, facebook, digital digunakan untuk berpromosi. Pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan cara melakukan promosi melalui media sosial. Selain itu teknologi digital juga dimanfaatkan

lembaga zakat untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah.¹⁰

Salah satu bentuk dari mempertahankan jumlah donatur Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri selalu membangun hubungan yang baik dengan donatur. Keterbukaan yang dijalin antara lembaga dengan donatur merupakan nilai lebih bagi lembaga, menga-update segala sesuatu melalui grup *whatsapp* donatur seperti produk serta program yang direncanakan bahkan dilaksanakan dengan kegiatan dokumentasi tidak pernah terlewatkan, sebagai bentuk agar donatur yang mempercayakan harta akhiratnya mengetahui bahwa telah tersampaikan pada yang berhak menerimanya. Tak hanya itu, adanya buletin bulanan yang diberikan lembaga pada donatur tertera pula rincian donasi yang masuk secara nasional serta penyalurannya serta bukti legalitas tertulis menaruh keyakinan lebih donatur, konsistensi inilah membuat donatur mempercayakan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri sebagai tempat untuk menyimpan tabungan akhiratnya.

Dengan meningkatkan kepercayaan dan menjaga hubungan baik dengan donatur maka akan menciptakan loyalitas donatur. Menjaga loyalitas donatur merupakan komponen penting dalam menjaga keberlangsungan lembaga Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. dari jumlah donatur tetap dan insidental yang dimiliki oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri, untuk perolehan jumlah donasi mengalami

¹⁰ Juliana Nasution, Muhammad Idris, *Pemanfaatan Teknologi Fundraising Dalam Meningkatkan Penghimpunan Zakat Di Masa Pandemi Covid-19*, Al Urban (Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam), Vol. 5, No. 1, (April, 2021).

kenaikan setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya perkembangan donatur dalam mendonasikan dana mereka. Disini peneliti akan menghubungkan data kenaikan jumlah donasi dengan adanya loyalitas dalam diri donatur melalui peran teknologi yang diterapkan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

Mempertahankan donatur untuk tetap menjadi bagian dari suatu lembaga bukanlah suatu hal yang mudah, maka dari itu berbagai strategi terus dilakukan untuk tetap bisa mempertahankan loyalitas donatur. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri dalam mempertahankan donatur dengan cara melakukan pelaporan secara transparansi melalui video yang di *upload* di akun media sosial miliknya. Taktik ini digunakan sebagai bentuk strategi untuk mempertahankan loyalitas donatur, melalui promosi dan pengiklanan dengan tujuan untuk mendorong pemasukan donasi dan pelayanan prima sehingga akan tercipta kepuasan bagi donatur, selain itu juga digunakan untuk menarik perhatian para calon donatur. Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Peran Teknologi Digital Dalam Mempertahankan Donatur Pada Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada paparan konteks penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi dalam mempertahankan donatur pada kotak amal Indonesia cabang kediri?

2. Bagaimana peran teknologi digital dalam mempertahankan donatur pada kotak amal Indonesia cabang kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi dalam mempertahankan donatur pada kotak amal Indonesia cabang kediri.
2. Untuk mengetahui peran teknologi digital dalam mempertahankan donatur pada kotak amal Indonesia cabang kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dari penelitian ini, diharapkan untuk bisa mengungkap tentang bagaimana peran teknologi digital dalam mempertahankan donatur pada Kotak Amal Indonesia cabang Kediri, sehingga hasilnya mampu memberikan kontribusi pemikiran bagi peneliti secara pribadi dan akademik dalam menambah khasanah keilmuan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi pembaca

Harapan penelitian ini, bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menggunakan penelitian ini untuk acuan penelitiannya yang berkaitan dengan peran teknologi digital dalam meningkatkan donatur.

- b. Bagi lembaga Pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan menjadi sebuah karya tulis ilmiah yang bisa dijadikan pedoman untuk mengembangkan ilmu

pengetahuan khususnya mengenai tentang peran teknologi digital dalam mempertahankan donatur.

c. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman akan penelitian selanjutnya dengan memperkembangkan konsep yang berbeda terhadap pengaruh lain selain yang terdapat pada penelitian ini khususnya pada Lembaga Amil Zakat. Dan juga untuk meningkatkan pemahaman bagi peneliti dalam menjalankan dan menerapkan ilmu yang telah di dapat.

E. Telaah Pustaka

Penulis menggunakan penelitian terdahulu untuk perbandingan dan mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan:

1. Penelitian oleh Riza Sofiana Dewi dengan judul “*Efektivitas Program Rutinan Majelis Ta’lim LAZIS Al-Haromain Kota Kediri Dalam Meningkatkan Donatur Ziswaf*”.¹¹

Penelitian ini berfokus pada program rutin majelis ta’lim yang dijalankan oleh LAZIS Al-Haromain yang berupa kajian keislaman dapat dikatakan efektif karena dengan di adakannya program rutin tersebut jumlah donatur berhasil meningkat dalam setiap tahunnya. Sedangkan dalam memenuhi target pecarian 60 donatur baru untuk setiap tahunnya belum dapat dikatakan efektif karena hal tersebut

¹¹ Riza Sofiana Dewi, “ *Efektivitas Program Rutinan Majelis Ta’lim LAZIS Al-Haromain Kota Kediri Dalam Meningkatkan Donatur Ziswaf* ” (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri, 2020)

belum bisa dipenuhi. Persamaan penelitian ini dengan judul yang saya angkat adalah jenis pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu membahas tentang cara untuk meningkatkan donatur sedangkan penelitian ini membahas bagaimana cara mempertahankan donatur. Selain itu tempat penelitian juga berbeda penelitian terdahulu bertempat di LAZIS Al-Haromain sedangkan penelitian ini terletak di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

2. Penelitian oleh Riza Sofiana Dewi dengan judul “*Efektivitas Program Rutinan Majelis Ta’lim LAZIS Al-Haromain Kota Kediri Dalam Meningkatkan Donatur Ziswaf*”.¹²

Penelitian ini berfokus pada Strategi marketing public relations yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) LPI Kota Mojokerto berperan dalam mempertahankan loyalitas donatur. Hal tersebut terbukti dari data peningkatan jumlah donatur tetap setiap tahunnya. Selain itu, berbagai kegiatan yang termasuk dalam strategi marketing public relations yang memiliki fungsinya masing-masing juga berperan dalam mempertahankan loyalitas donatur. Loyalitas donatur terbukti dari adanya rasa kepuasan dalam diri donatur, kesetiaan donatur terhadap jasa yang diberikan, donatur yang melakukan donasi secara berulang, dan donatur yang merekomendasikan kepada calon donatur. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak

¹² Hendik Setiawan, “*Peran Strategi Marketing Public Relations Lembaga Amil Zakat Lembaga Pengembangan Infaq Kota Mojokerto dalam Mempertahankan Loyalitas Donatur*” (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri, 2021)

pada objek yang diteliti yaitu tentang cara untuk mempertahankan donatur. Sedangkan perbedaannya terletak pada strategi yang digunakan dan tempat penelitian. Penelitian terdahulu bertempat di LAZ LPI Kota Mojokerto sedangkan penelitian ini bertempat di Yayasan Kemanusiaan Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri.

3. Penelitian oleh Imbirul Pasha dengan judul “ *Strategi Fundraising LAZ Yatim Mandiri Jombang Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur Ditinjau Dari Manajemen Fundraising*”.¹³

Fokus penelitian ini adalah strategi *fundraising* LAZ Yatim Mandiri Jombang dalam meningkatkan jumlah donatur ditinjau dari manajemen *fundraising*. strategi *fundraising* yang dilakukan sudah cukup efektif dilakukan oleh lembaga Yatim Mandiri Jombang dalam meningkatkan jumlah donatur melalui manajemen *fundraising* yang dirumuskan kedalam POAC yaitu, perencanaan yang dilakukan dengan menetapkan program yang akan ditawarkan kepada donatur baik calon donatur maupun donatur lama, kemudian menentukan kurun waktu berapa minggu dapat terpenuhi, dan menentukan pangsa pasar yang akan dituju. Pengorganisasian dan pelaksanaan sudah dilakukan dengan baik, penetapan pengambilan, pelatihan dan pembinaan pada *fundraiser* baru dilakukan langsung oleh *Branch Manager*. Pengontrolan yang dikelola secara baik mulai dari standar metode untuk mengukur prestasi kinerja, menganalisis, dan mengambil sebuah tindakan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah

¹³ Imbirul Pasha, “ *Strategi Fundraising LAZ Yatim Mandiri Jombang Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur Ditinjau Dari Manajemen Fundraising*” (Skripsi: Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri, 2022)

terletak pada strategi yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan strategi berupa strategi *fundraising* yang ditinjau dari manajemen *fundraising*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknologi digital yang digunakan untuk berpromosi dengan tujuan untuk mempertahankan donatur. Sedangkan persamaanya terletak pada Objek yang dibahas dan jenis pendekatan penelitian yang digunakan.

4. Penelitian oleh Nuryasin dengan judul “*Peran Strategi NU Care-Lazisnu Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menjadi Donatur (Studi Kasus Upzis Nu Care LAZISNU Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri)*”.¹⁴

Fokus penelitian ini adalah strategi yang digunakan dalam upaya untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi donatur dengan cara menjalin hubungan baik dengan kelompok-kelompok masyarakat seperti ibu-ibu muslimat, jamaah kajian, jamaah tahlil dan sebagainya, memberikan pelayanan yang terbaik serta kemudahan kepada para donatur maupun calon donatur baik di kantor maupun di lapangan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia atau pengurus dengan aktif mengikuti serangkaian kegiatan seminar, *event*, dan pelatihan yang diadakan oleh PW NU Jawa Timur dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para amil, serta dengan melakukan promosi via *offline* dengan terjun langsung ke lapangan, ke rumah-rumah warga maupun mengisi kajian-kajian rutin dan via *online* melalui akun-akun media sosial seperti instagram, facebook, twitter,

¹⁴ Nuryasin, “*Peran Strategi NU Care-Lazisnu Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menjadi Donatur (Studi Kasus Upzis Nu Care LAZISNU Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri)*” (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri, 2020)

dan watshapp. Persamaan penelitian ini dengan judul yang saya ngakat adalah terletak pada strategi yang digunakan yaitu memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi dengan tujuan untuk mempertahankan jumlah donatur dan mencari donatur baru. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan pembahasannya. Pada penelitian terdahulu membahas tentang bagaimana cara meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur sedangkan penelitian ini membahas bagaimana cara mempertahankan donatur.

5. Penelitian oleh Widya Ningsih dengan judul “ *Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzaaki Di Lazismu Kota Medan*”.¹⁵

Fokus penelitian ini adalah penggunaan media sosial yang digunakan untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi donatur di Lazismu Medan, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah donatur dalam setiap tahunnya. Lazismu Medan melakukan promosi melalui media sosial, dengan demikian para donatur dan calon donatur baru mendapatkan informasi mengenai program yang dimiliki oleh Lazismu Medan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi dengan objek yang diteliti. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan jenis pendekatan. Pada penelitian terdahulu bertempat di Lazismu Medan sedangkan penelitian ini terletak di

¹⁵ Widya Ningsih, “ *Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzaaki Di Lazismu Kota Medan*” (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah UMSU, 2021)

Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri. Untuk jenis penelitian pada penelitian terdahulu menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif.