

**STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZIS DI LAZISNU KOTA
MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Hamidatul Marchamah

NIM 403190010

**JURUSAN MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Marchamah, Hamidatul. Strategi penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun. *Skripsi*. 2023. Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, Pembimbing: Ruliq Suryaningsih, M.Pd.

Kata Kunci: Strategi Penghimpunan Dana ZIS

Strategi penghimpunan dana adalah proses atau cara mengumpulkan dana. Menurut teori penghimpunan dana ZIS merupakan proses mempengaruhi masyarakat agar menyalurkan dana atau sumber daya kepada lembaga atau organisasi. LAZISNU Kota Madiun merupakan lembaga amil zakat yang berada dalam naungan Nahdlatul Ulama yang bertujuan untuk mensejahterakan umat dengan mendayagunakan dana Zakat, Infaq dan sedekah. LAZISNU Kota Madiun sudah melakukan penghimpunan dana melalui berbagai macam cara namun belum membuahkan hasil yang optimal.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan data terdiri dari reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Dalam melakukan strategi penghimpunan dana ZIS pengurus LAZISNU Kota Madiun telah menerapkan di antaranya yaitu *direct mail*, *telefundraising*, presentasi langsung, *image campaign*, penyelenggaraan event, menjalin relasi dan mediasi para tokoh. Adapun faktor pendukung dan penghambatnya dalam proses penghimpunan dana ZIS yaitu adanya tim yang solid, jaringan struktural, dan mediasi para tokoh. Sedangkan untuk faktor penghambatnya kurangnya SDM, kurangnya pemahaman sebagian pengurus LAZISNU Kota Madiun mengenai dunia ZIS, serta adanya kompotitor dari lembaga sosial lainnya.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PESETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Hamidatul Marchamah	403190010	Manajemen Zakat dan Wakaf	Strategi Penghimpunan Dana ZIS Pada Program NU Smart Di LAZISNU Kota Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf



Roykhul Jannah, M.Ag.
NIDN 162005012004

Ponorogo, 02 Mei 2023

Menyetujui

Ruliq Suryaningsih, M.Pd
NIDN 2020068801



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Strategi Penghimpunan Dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun
Nama : Hamidatul Marchamah
NIM : 403190010
Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Manajemen Zakat dan Wakaf

DEWAN PENGUJI:

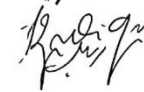
Ketua Sidang :
Unun Roudlotul Jannah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004

()

Penguji I :
Ridho Rokhmah, M.SI.
NIP. 197412111999032002

()

Penguji II :
Ruliq Suryaningsih, M.Pd.
NIDN. 2020068001

()

Ponorogo, 23 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEB IAIN Ponorogo



Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197407142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hamidatul Marchamah
NIM : 403190010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf
Judul Skripsi : Strategi Penghimpunan Dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 26 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Hamidatul Marchamah

NIM 403190010

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hamidatul Marchamah

NIM : 403190010

Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZIS DI LAZISNU KOTA MADIUN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Madiun, 22 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Hamidatul Marchamah

NIM 403190010

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
TRANSLITERASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Studi Penelitian Terdahulu	6
F. Metode Penelitian.....	18
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	18
2. Kehadiran Peneliti.....	19
3. Lokasi/Tempat Penelitian	20
4. Data dan Sumber Data	21
5. Teknik Pengumpulan Data.....	23
6. Teknik Pengolahan Data	24
7. Teknik Analisis Data.....	26
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	26

G. Sistematika Pembahasan	26
BAB II STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA.....	29
A. Konsep Strategi Penghimpunan Dana.....	29
B. Metode Penghimpunan Dana	30
C. Tujuan Penghimpunan Dana	42
BAB III Pelaksanaan Strategi Penghimpunan Dana.....	45
A. Profil LAZISNU Kota Madiun	45
B. Pelaksanaan <i>Direct Fundraising</i> yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun.....	52
C. Pelaksanaan <i>Indirect Fundraisng</i> yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun.....	55
D. Faktor Pendukung dan Penghambat strategi penghimpunan dana yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun	58
BAB IV ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZIS DI LAZISNU KOTA MADIUN	65
A. Analisis pelaksanaan <i>Direct Fundraising</i> yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun	65
B. Analisis pelaksanaan <i>Indirect Fundraising</i> yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun.....	67
C. Analisis faktor pendukung dan penghambat strategi penghimpunan dana yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun	69
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	78
RIWAYAT HIDUP	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat, Infaq, Sedekah merupakan sumber dana potensial program pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat level bawah. Potensi zakat berkembang ketika di sahkannya UU RI No, 38 Tahun 1999 mengenai pengelolaan zakat dan ini merupakan wujud kepedulian pemerintah untuk mengupayakan kelembagaan pengelolaan zakat dengan manajemen moderen. Bangsa Indonesia khususnya masyarakat Indonesia, sebenarnya memiliki potensi strategi yang besar, salah satunya mengenai instrument pemerataan pendapatan, yaitu institusi zakat, infaq, shodaqoh karena secara demografik mayoritas penduduk indonesia adalah agama Islam. Pusat Kajian Strategis BAZNAS tahun 2021 yang menunjukkan angka perkiraan perolehan dana ZIS yang dikelola secara tradisional di masyarakat (non OPZ) pada tahun 2019-2020 mencapai Rp61,26 triliun.¹

Pada Kenyataanya perekonomian Indonesia saat ini, menyebabkan banyak di antara masyarakat Indonesia hidup di bawah garis kemiskinan. Grafik kemiskinan di negara ini masih menampilkan angka yang mengkhawatirkan. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Imron Zawawi pada Ageng Mei Dianto bahwa fenomena tersebut diperoleh data resmi yang dikumpulkan berasal 34 kantor Komnas perlindungan Anak di 33

¹ Ade Badru Tamam, “Strategi Fundraising dana ZIS pada LAZISNU Kota Bogor”, Skripsi (Bogor: UIN Syarif Hidayatullah, 2017), 2.

Provinsi, 10,2 juta peserta didik wajib belajar (Sekolah Dasar serta SMP) tak sanggup menyelesaikan wajib belajar sembilan tahun. Sebaliknya sebesar 3,8 juta tidak bisa melanjutkan kejenjang SMA. Menurut Sekjen komnas perlindungan anak, Rawan putus sekolah yang sangat menonjol terjadi di jenjang SMP sebesar 48%. Terdapat juga di jenjang SD tercatat 23%. Sedangkan persentase jumlah yang putus sekolah di jenjang SMA ialah 29%. Bila digabungkan grup usia pubertas, yaitu anak sekolah menengah pertama dan SMA, jumlahnya mencapai 77%.²

Dalam pengelolaan zakat, infak maupun sedekah, kegiatan penghimpunan merupakan kegiatan yang penting untuk diperhatikan. Dimana penghimpunan merupakan suatu proses dalam mempengaruhi masyarakat agar dapat melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber lainnya yang bernilai untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Penghimpunan dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau pun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan.³

Salah satu LAZ yang menghimpun dana ZIS adalah LAZISNU.NU CARE - LAZISNU merupakan rebranding dari Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) yang didirikan pada tahun 2004

²Septia Sakinah Rizki Utama, “Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Pada Lembaga Amil Zakat Al Washliyah Beramal Sumatera Utara”, *Praja Observar: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, Vol. 2 No. 3 (2022), 47- 48.

³Salma Ainun Nisa, “Analisis Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah Melalui Strategi Jemput Zakat”, *Skripsi* (Purwokerto: UIN SAIZU, 2022), 4.

sesuai dengan amanah Mukhtamar NU ke-31 yang digelar di Asrama Haji Donohudan, Boyolali, Jawa Tengah. Sebagaimana cita-cita awal berdirinya NU CARE LAZISNU sebagai lembaga nirlaba milik perkumpulan Nahdlatul Ulama (NU) senantiasa berkhidmat untuk membantu kesejahteraan umat serta mengangkat harkat sosial melalui pendayagunaan dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) dan dana-dana Corporate Social Responsibility (CSR).⁴ Selain itu LAZISNU merupakan lembaga yang ikut andil mencerdaskan dan membantu perekonomian masyarakat kurang mampu dengan membentuk program NU *Preneur*, NU *Skill*, NU *Smart*, NU *Care* dan NU *Family*.

LAZISNU Kota Madiun didirikan pada tahun 2004, setelah terbitnya UU No. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat. Perolehan ZIS pada awal berdirinya LAZISNU Kota Madiun kurang lebih sekitar Rp. 5.000.000,00 perbulan. Sedangkan jumlah muzakki kurang lebih 500 orang. Selanjutnya dengan di terbitkannya Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolan Zakat, LAZIS NU diberikan ruang yang cukup untuk melakukan pengelolaan zakat dan menerapkannya pada tahun 2016, yang mana perolehan data muzakki meningkat berjumlah kurang lebih 1000 orang. Berikut tabel perolehan ZIS LAZISNU Kota Madiun periode 2017-2021.

⁴NU CARE- LAZISNU Banglarangan, “Sejarah NU CARE – LAZISNU Balarangan”, <http://www.lazisnubanglarangan.or.id/p/sejarah-visi.html>, (di Akses 11 Desember 2022, 13.16).

Tabel 1.1
Perolehan Dana ZIS LAZISNU Kota Madiun Periode 2017-2021

No	Tahun	Perolehan ZIS
1.	2017	30.960.300.655
2.	2018	30.900.100.784
3.	2019	30.700.004.297
4.	2020	20.760.397.087
5.	2021	20.550.003.204

(Sumber data: Rekap ZIS LAZISNU Kota Madiun)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa perolehan dana ZIS di alokasikan ke beberapa program yang mana 50% untuk NU *Smart*, 20% untuk NU *Preneur*, 10% untuk NU *Skill*, 10% NU *Care* dan 10% untuk NU *Family*.

Menurut Saidi pada dasarnya strategi *fundraising* ada dua yaitu: secara langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*). *Direct fundraising* yaitu cara pembiayaanya dengan keterlibatan langsung para donatur atau Muzakki. *Indirect fundaraising* yaitu merupakan cara pembiayaan tanpa melibatkan langsung para donatur atau muzakki.⁵ Dari tabel sebelumnya dapat dilihat bahwa penghimpunan dana ZIS dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Hal ini menyebabkan alokasi penyaluran dananya akan sedikit. LAZISNU Kota Madiun sudah melakukan penghimpunan dana melalui berbagai macam cara seperti memanfaatkan jaringan dari pengurus, teman-teman yang bagroundnya

⁵ Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam perspektif fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 37.

pengurus pondok dan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Namun cara tersebut belum membuahkan hasil yang optimal.

Dari permasalahan di atas, maka penulis tertarik meneliti dengan judul “**Strategi Penghimpunan Dana di LAZISNU Kota Madiun**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan masalah yaitu:

- a. Bagaimana pelaksanaan *direct fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun?
- b. Bagaimana pelaksanaan *indirect fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan *direct fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan *indirect fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait antara lain:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi pembaca dan bahan rujukan penelitian lainnya serta sebagai pengembangan ilmu dibidang penghimpunan dana ZIS.

b. Secara Akademisi

Penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi tambahan rujukan buku dipergustakaan IAIN Ponorogo pada umumnya dan khususnya untuk mahasiswa Manajemen Zakat Wakaf. Serta dapat berguna bagi banyak pihak terutama sebagai tambahan referensi atau perbandingan bagi studi yang akan datang.

c. Lembaga terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi LAZISNU Kota Madiun agar mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja yang sudah baik agar menjadi lebih baik lagi dan memaksimalkan kinerja yang belum optimal.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Untuk memperdalam wawasan dan mendukung pembahasan secara mendalam mengenai masalah diatas, penulis berusaha melakukan kajian pustaka yang berkaitan dengan judul atau permasalahan yang di ambil. Beberapa judul yang ditemukan peneliti di antaranya:

Skripsi Usnul Khotimah pada tahun 2022 dengan judul “Strategi Penghimpunan Zakat melalui Telemarketing pada Lembaga Amil Zakat Indonesia Kantor Perwakilan Riau”. Berdasarkan hasil penelitian tentang

strategi penghimpunan sebagai berikut: pertama adalah perkantoran seperti karyawan BUMN, BUMD, Bisnis Migas, Telekomunikasi, PNS Kedinasan, TNI-POLRI, Karyawan Bank. Kedua adalah kalangan profesional seperti dokter, dosen dan guru. Ketiga adalah kalangan pengusaha seperti pengusaha menengah keatas, properti, kendaraan, barang dagang. Keempat adalah kalangan sosialita seperti sosialita muslim (Majelis Taklim), sosialita umum (Darma wanita, Arisan, Komunitas Hobby). Kelima adalah platinum seperti lintas profesi, donasi min 25juta/tahun, jabatan manager keatas.⁶ Persamaan penelitian ini merupakan sama-sama meneliti tentang strategi penghimpunan dana sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu mengenai penghimpunan dana pada telemarketing sedangkan penelitian ini mengenai penghimpunan dana ZIS.

Fatimatuz Zahroh dengan Judul Tesis “Analisis Efisiensi pada Implementasi Finantech dalam E-Zakat sebagai Strategi Penghimpunan Dana oleh LAZISMU dan Nurul Hayat”. Hasil penelitian yaitu Sistem E-Zakat di Lembaga Amil Zakat baik LAZISMU maupun Nurul Hayat menggunakan beberapa media dalam menjalankan sistem e-zakat. Peran e-zakat sebagai strategi penghimpun dana zakat oleh lembaga amil zakat di Surabaya adalah memberikan kemudahan, memperluas pasar, memberikan dampak peningkat baik secara nominal pendapatan dana zakat maupun non-material. Faktor pendukung dan faktor penghalang di LAZISMU dan

⁶Usnul Khotimah, “Strategi Penghimpunan Zakat melalui Telemarketing pada Lembaga Amil Zakat Indonesia Kantor Perwakilan Riau,” *Skripsi* (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2022), 22

Nurul Hayat mencakup beberapa hal diantaranya kesadaran masyarakat akan teknologi serta jaringan dan server yang memadai, sedangkan faktor pendukung meliputi beberapa hal diantara salah satunya adalah gangguan teknis pada nomor virtual maupun layanan pada website maupun aplikasi yang tersedia.⁷ Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti strategi penghimpunan dana. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menganalisis efisiensi pada Implementasi Finantech dalam E-Zakat sedangkan penelitian ini mengenai penghimpunan dana ZIS.

Ana Rizki Fauziah dengan judul skripsinya “Strategi Penghimpunan Zakat Pegawai Negeri Sipil di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)”. Hasil Penelitiannya strategi BAZNAS Kabupaten Lumajang dalam penghimpunan dana zakat PNS menggunakan dua metode yaitu: pertama, metode langsung (*direct fundraising*). Kedua, metode tidak langsung (*indirect fundraising*). Faktor pendukung dalam penghimpunan dana zakat PNS yaitu dengan adanya landasan Al-Qur’an dan Hadits Nabi SAW, adanya peraturan pemerintah tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, adanya surat edaran instruksi Bupati Kabupaten Lumajang Nomor 3 tahun 2019 tentang optimalisasi pengumpulan zakat, infaq, dan shadaqah, adanya Unit Pengumpul Zakat (UPZ). Sedangkan faktor penghambat dalam penghimpunan dana zakat PNS yaitu kurangnya tingkat kesadaran masyarakat dan pembayaran dana zakat dilakukan secara mandiri oleh

⁷Fatimatuz Zahroh, “Analisis Efisiensi pada Implementasi Finantech dalam E-Zakat sebagai Strategi Penghimpunan Dana oleh LAZISMU dan Nurul Hayat,” *Tesis* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), 56

muzakki tanpa melalui lembaga amil zakat.⁸ Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti strategi penghimpunan dana. Perbedaannya, penelitian terdahulu mengenai penghimpunan zakat Pegawai Negeri Sipil (PNS), sedangkan penelitian ini mengenai penghimpunan dana ZIS.

Skripsi Anastasia Shafira pada tahun 2021 dengan judul “Analisis Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZIS dalam Masa Pandemi *Covid-19* pada Yayasan LAGZIS Peduli Surabaya. Berdasarkan hasil penelitiannya adalah strategi *fundraising* pada Yayasan LAGZIS Peduli berisi *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. *Direct fundraising* merupakan metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. *Indirect fundraising* adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung. Faktor pendukung dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS yaitu fasilitas, alat, prosedur, beralihkan ke sistem transfer, desain program, dan tim yang solid. Sedangkan faktor penghambat dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS yaitu sumber daya manusia, keterbatasan anggaran dana, gaptek, adanya sistem WFH (Work From Home), adanya sistem *lockdown*, pihak instansi, pihak donatur, kurangnya publikasi.⁹ Persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang sama-sama membahas

⁸Ana Rizki Fauziyah, “Strategi Penghimpunan Zakat Pegawai Negeri Sipil Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS),” *Skripsi* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022), 45

⁹Anastasia Shafira, “Analisis Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Zis dalam Masa Pandemi Covid-19,” *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021), 68.

tentang strategi penghimpunan dana ZIS sedangkan perbedaannya hanya pada lokasi penelitian.

Skripsi Ade Badru Tamam pada tahun 2018 dengan judul “Strategi *fundraising* dana ZIS pada LAZISNU Kota Bogor” pada hasil penelitiannya ada 3 strategi yaitu: pertama, membuat program. Kedua, menyentuh hati donatur. Ketiga, memitrai perusahaan, dengan melakukan strategi tersebut sangat mempunyai pengaruh untuk jumlah dana yang terkumpul di tambah dengan kinerja para SDM yang amat kompeten, sehingga peningkatan jumlah dana yang terkumpul oleh LAZISNU Kota Bogor dikarenakan strategi *fundraising* yang mempunyai keunikan atau keberagaman yang menarik bagi para calon muzakki dan mustahiq sangat signifikan dilihat dari peningkatan jumlah dana yang di dapat oleh LAZISNU Kota Bogor setiap tahunnya.¹⁰ Persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang sama-sama membahas strategi penghimpunan dan untuk perbedaannya hanya tempat lokasi penelitian.

Ulul Azmi dalam skripsinya yang berjudul “Strategi *Fundraising* ZIS Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Baznas Kabupaten Bungo Provinsi Jambi”. Pada hasil penelitiannya, bahwasanya strategi penggalangan dana zakat, infaq dan sedekah di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Bungo dalam menghimpun dana dengan cara mengadakan sosialisasi umum kepada masyarakat dengan cara menyampaikan materi tentang zakat infaq shadaqah dan berusaha

¹⁰ Ade Badru Tamam, “Strategi *fundraising* dana ZIS pada LAZIS NU Kota Bogor”, *Skripsi* (Bogor: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), 4.

menyadarkan masyarakat untuk mampu membayarkan zakatnya dan mengenai keberadaan lembaga amil zakat seperti BAZNAS Kabupaten Bungo sebagai pengelola zakat.¹¹ Persamaan penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang strategi *fundraising* dana ZIS dan untuk perbedaannya penelitian terdahulu membahas mengenai meningkatkan jumlah muzakki sedangkan penelitian ini mengenai dana ZIS.

Ahmad Rudi Setiawan dalam skripsinya yang berjudul “Studi Analisis terhadap Strategi Penghimpunan Zakat di Rumah Zakat”. Pada hasil penelitiannya bahwa *Pertama*, dalam upaya mengajak dan mempengaruhi muzakki untuk membayarkan zakatnya serta supaya tujuan dari penghimpunan zakat dapat terwujud, Rumah zakat melakukan tahapan-tahapan penghimpunan zakat yakni menentukan segmen dan target muzakki, menyiapkan sumber daya dan sistem operasi, membangun sistem komunikasi, menyusun dan melakukan sistem pelayanan, dan menggunakan metode penghimpunan. Rumah zakat memiliki beberapa cara dalam melakukan metode penghimpunan langsung (*direct fundraising*) yaitu: pertama, layanan langsung. Kedua, *direct mail*. Ketiga, *telemarketing* dan keempat, media sosial. Dalam metode penghimpunan tidak langsung (*indirect fundraising*), Rumah zakat melakukan beberapa cara yaitu: pertama, event. Kedua, iklan. Ketiga, kolaborasi/kerjasama dan keempat, media sosial. Dalam upaya memanfaatkan teknologi informasi dalam strategi penghimpunan zakat, Rumah zakat membuat website resmi

¹¹Ulul Azmi, “Strategi Fundraising Zis Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Baznas Kabupaten Bungo Provinsi Jambi”, *Skripsi* (Jambi: UIN Syarif Hidayatullah, 2022), 77.

dan akun resmi media sosial dan menerapkan metode penghimpunan baik yang langsung maupun tidak langsung. *Kedua*, berkaitan dengan pengaruh implementasi terhadap penghimpunan zakat di rumah zakat, hasil implementasi strategi menunjukkan signifikansi peningkatan yang cukup baik dan positif.¹² Persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang sama-sama membahas strategi penghimpunan dan untuk perbedaannya penelitian terdahulu membahas dana zakat dan lokasinya berada di rumah zakat sedangkan penelitian sekarang tentang dana ZIS dan lokasinya berada di LAZISNU Kota Madiun.

Skripsi Mega Febriani pada tahun 2022 dengan judul “Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Dana Zakat pada program Pendidikan Etos ID di LPI Dompot Dhuafa Bogor”. Hasil penelitiannya, bahwa strategi yang kreatif dalam penghimpunan dana khususnya di masa pandemi dan penyaluran dana yang memberikan *outcome* SDM yang kompetitif dibutuhkan pada masyarakat abad-21, hal ini dibuktikan dengan perkembangan inovasi penghimpunan, data penerima manfaat yang sukses mendekati 100% mandiri secara finansial dan memiliki prestasi serta pendapat etoser yang sangat baik perihal pengalamannya selama menjadi penerima manfaat Etos ID.¹³ Persamaan penelitian sama-sama meneliti tentang strategi penghimpunan dana zakat. Perbedaannya, penelitian terdahulu meneliti tentang program pendidikan etos ID di LPI

¹² Ahmad Rudi Setiawan. “Studi Analisis terhadap Strategi Penghimpunan Zakat di Rumah Zakat”, *Skripsi*, (Semarang: UIN Wali Songo, 2019), 94.

¹³ Mega Febriani. “Strategi Penghimpunan dan Penyaluran Dana Zakat pada Program Pendidikan Etos ID di LPI Dompot Dhuafa Bogor”, *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022), 71.

Dompot Dhuafa Bogor sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang dana ZIS.

Mohammad Latifaturrahman dalam Skripsinya yang berjudul “Analisis Strategi Penghimpunan dan Distribusi Dana Zakat di Azka Baitul Amin Jember”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Penghimpunan dana zakat pada azka baitul amin selalu mengedepankan rasa sosial baik dilakukan oleh muzakki langsung dengan teknik langsung dan teknik *backhand* artinya saling kerjasama guna memberikan kenyamanan serta kesadaran. Misalnya melalui surat pos biasa, promosi langsung, penggalangan dana melalui telepon, dan perkenalan langsung. Sedangkan distribusi dana zakat pada Azka Baitul Amin selalu mengedepankan aspek kebutuhan masyarakat jember, upaya tersebut terus dilakukan dengan transparan, profesional, dan amanah sehingga pendistribusiannya tepat sasaran dengan baik.¹⁴ Persamaan penelitian sama-sama meneliti strategi penghimpunan dana zakat. Perbedaannya penelitian terdahulu tidak hanya meneliti strategi penghimpunan saja akan tetapi strategi distribusi dana zakat juga. Sedangkan penelitian sekarang hanya meneliti tentang strategi penghimpunan dana.

Salma Ainun Nisa dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat Infak dan Sedekah melalui Strategi Jemput Zakat”. Hasil penelitiannya mengenai bahwa BAZNAS Kabupaten Banyumas menerapkan strategi jemput zakat untuk menghimpun dana

¹⁴ Mohammad Latifaturrahman, “Analisis Strategi Penghimpunan dan Distribusi Dana Zakat di Azka Baitul Amin Jember”, *Skripsi* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022), 81.

ZIS. Strategi jemput zakat dilakukan dengan cara amil melakukan penjemputan kemuzakki jika ingin membayarkan dana ZIS. Penghimpunan dana melalui layanan jemput zakat cukup memberikan dampak positif terhadap penghimpunan dana. Namun, dampak positif dari strategi jemput zakat tersebut hanya sebagian kecil dari seluruh strategi yang ada. Sehingga strategi jemput zakat belum dinilai efektif dibandingkan dengan strategi penghimpunan yang lain. Jadi, secara umum strategi jemput zakat pada BAZNAS Kabupaten Banyumas bisa dikatakan belum efektif dalam meningkatkan penghimpunan dana dan juga muzakki.¹⁵ Persamaan penelitiannya sama-sama meneliti tentang penghimpunan dana. Perbedaan penelitian terdahulu meneliti penghimpunan dana ZIS melalui strategi jemput zakat sedangkan untuk penelitian sekarang meneliti Penghimpunan dana ZIS.

Muhammad Ronald Reagan dalam skripsinya yang berjudul “Dampak Penerapan Strategi *Fundraising* terhadap peningkatan Pengelolaan Dana Zakat (Studi pada Dompot Dhuafa cabang Yogyakarta)”. Hasil Penelitiannya adalah strategi *fundraising* sangat perlu dilaksanakan karena terkait bertahannya sebuah lembaga zakat, menghimpun dana, langkah perluasan/pengembangan, dukungan moral legal serta keberlanjutan eksistensi muzakki itu sendiri. Penerapan strategi yang dilakukan secara *direct* dan *indirect* berdampak pada peningkatan pengetahuan masyarakat dalam berzakat, tersedianya para muzakki untuk

¹⁵ Salma Ainun Nisa, “Analisis Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat Infak dan Sedekah melalui Strategi Jemput Zakat”, *Skripsi* (Purwokerto: UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2022), 67.

memberi tanggapan secara langsung, peningkatan kepercayaan masyarakat, terciptanya kedekatan personal serta interaktif, terciptanya komunikasi dua arah, terjangkaunya wilayah tertentu, peningkatan kesadaran, peningkatan motivasi, meningkatkan citra lembaga dan meningkatkan kepuasan muzakki.¹⁶ Persamaan penelitian ini dengan terdahulu sama-sama membahas tentang strategi *fundraising* dana zakat sedangkan untuk perbedaannya, penelitian terdahulu membahas tentang peningkatan pengelolaan dana zakat dan untuk penelitian sekarang membahas dana ZIS.

Defi Riana dalam skripsinya yang berjudul “Metode Strategi Fundraising untuk Pembangunan Madrasah Ibtidaiyah An-Nafis Desa Bungu Kecamatan Bungkal Ponorogo”. Hasil penelitiannya adalah dalam melakukan strategi *fundraising* panitia pembangunan Marasah Ibtidaiyah An-Nafis Ponorogo telah menerapkan dan melakukan bentuk-bentuk strategi *fundraising* yaitu turun kejalan umum untuk mendekati orang yang lewat di sekitar jalanan tersebut, melibatkan masyarakat melalui komunikasi langsung dan interaksi percakapan, dan promosi. Meskipun panitia pembangunan Madrasah Ibtidaiyah An-Nafis Ponorogo telah menerapkan bentuk bentuk strategi seperti *dialogaue fundraising*. Akan tetapi belum maksimal dan belum menerapkan keseluruhan dari bentuk bentuk strategi *fundraising* seperti, *corporate fundraising*, *multichannel fundraising*, *retention and development donor*. Adapun faktor pendukung

¹⁶ Muhammad Ronald Reagan, “Dampak Penerapan Strategi Fundraising terhadap peningkatan pengelolaan Dana Zakat”, *Skripsi* (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2018), 67.

dan penghambatnya dalam proses pembangunan gedung madrasah yaitufaktor internal dan eksternal.¹⁷ Persamaan penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi penghimpunan sedangkan untuk perbedaannya, penelitian terdahulu membahas tentang pembangunan Madrasah Ibtidaiyah An-Nafis dan untuk penelitian sekarang membahas tentang strategi penghimpunan dana di LAZISNU Kota Madiun.

Skripsi Ali Yafie yang berjudul “Strategi Penghimpunan Zakat melalui layanan jemput dalam rangka meningkatkan kepatuhan muzaki di LAZDA Rizki Jember”. Hasil penelitian dalam skripsi ini antara lain: pertama, strategi penghimpunan dana zakat melalui layanan jemput zakat pada LAZDA Rizki Jember menggunakan tahap-tahap strategi yang meliputi: pertama, perumusan strategi, penerapan strategi dan evaluasi strategi. Kedua, bagaimana strategi LAZDA Rizki Jember dalam meningkatkan kepatuhan muzaki dalam membayar zakat juga menggunakan tahapan-tahapan strategi, yang meliputi: perumusan strategi, penerapan strategi dan evaluasi strategi.¹⁸ Persamaan penelitian sama-sama membahas strategi penghimpunan zakat dan untuk perbedaannya, penelitian terdahulu meneliti layanan jemput dalam meningkatkan kepatuhan muzaki sedangkan penelitian sekarang meneliti dana ZIS.

Skripsi Isnaini Fitrianti dalam skripsinya yang berjudul “Efektivitas Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penghimpunan

¹⁷ Defi Riana, “Metode Strategi Fundraising pada Pembangunan Madrasah Ibtidaiyah An-Nafis Kecamatan Bungkal Kabupaten Ponorogo”, *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 93.

¹⁸ Ali Yafie, “Strategi Penghimpunan Zakat melalui Layanan Jemput dalam Meningkatkan Kepatuhan Muzaki di LAZDA Rizki Jember”, *Skripsi* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2023), 88.

Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (ZIS)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi *fundraising* Dalam Memaksimalkan penghimpunan dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (ZIS) Di BAZNAS Kota Kediri yang meliputi: pertama, *fundraising* langsung (*direct fundraising*) yakni dalam metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) cara yang dipergunakan yaitu dengan melibatkan secara aktif partisipasi muzakki. Kedua, tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah metode yang dilakukan tanpa melibatkan partisipasi muzakki secara aktif. Efektivitas *fundraising* dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) Di BAZNAS Kota Kediri yakni Pelaksanaan *fundraising* BAZNAS Kota Kediri terbilang efektif dalam penggalangan dana zakat, infak dan sedekah sektor profesi ASN (Aparatur Sipil Negara), hal ini didorong dengan semangat para amil dan peraturan pemerintah kota yang telah diterbitkan. Dibuktikan dengan peningkatan jumlah muzakki, munfik dan dana ZIS yang masuk ke BAZNAS Kota Kediri.¹⁹ Persamaan penelitian ini dengan terdahulu sama-sama meneliti penghimpunan dana ZIS. Perbedaannya, penelitian terdahulu hanya meneliti tentang efektivitas strategi *fundraising* sedangkan untuk penelitian sekarang lebih meneliti ke dana ZIS.

Ruri Rahmadani dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Penghimpunan Dana dalam Meningkatkan Penerimaan Dana ZIS di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penghimpunan yang digunakan oleh

¹⁹ Isnaini Fitrianti, “Efektivitas Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (Zis) di Baznas Kota Kediri”, *Skripsi* (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 81.

BAZNAS Provinsi Jawa Timur ialah *direct* dan *indirect* yang mana pada pelaksanaannya telah menerapkan fungsi manajemen POAC. Dengan menggunakan kedua strategi fundraising tersebut, BAZNAS Jawa Timur mengalami perkembangan dengan rasio penerimaan *direct* lebih banyak dibandingkan dengan penerimaan *indirect*. Pada penerimaan dana zakat selama periode 2015-2019 terjadi peningkatan yakni sebesar 26.47% sedangkan pada penerimaan dana infak/sedekah mengalami penurunan sebesar 0.73% disebabkan karena donatur yang berpindah untuk menunaikan zakat. Kendala penghimpunan dana di BAZNAS Jawa Timur berasal SDM serta kurangnya kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat dan mengeluarkan infak/sedekah, kurangnya informasi serta kurangnya kepercayaan terhadap lembaga pengelola ZIS.²⁰ Persamaan penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi penghimpunan dana ZIS. Perbedaannya, penelitian terdahulu lebih meneliti tentang meningkatkan penerimaan dana ZIS, sedangkan penelitian sekarang meneliti ke dana ZIS

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif Merupakan pendekatan yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena yang bersifat alami dan holistik.

²⁰ Ruri Rahmadani, "Strategi Penghimpunan Dana dalam Meningkatkan Penerimaan Dana ZIS di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Timur", *Skripsi* (Surabaya:UIN Sunan Ampel, 2020), 83.

Menggunakan beberapa cara, serta di sajikan secara naratif.²¹ Para peneliti ketika sudah memasuki lapangan penelitian ataupun sudah selesai akan mendapatkan sesuatu yang baru sehingga teori yang sudah tertulis dapat berubah sewaktu-waktu. Selain itu peneliti bukan mengumpulkan data sekali jadi dan kemudian mengolahnya, melainkan tahap demi tahap dan makna di simpulkan selama proses berlangsung dari awal sampai akhir kegiatan.

Adapun peneliti mengambil pendekatan kualitatif bertujuan untuk mengetahui bagaimana penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun serta faktor apa saja yang mendukung dan menghambat proses penghimpunan dana ZIS (Zakat, Infak, dan Shodaqoh) tersebut.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya secara alamiah. Adapun dipilihnya jenis penelitian adalah karena penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti sebuah kasus ataupun fenomena untuk mendapatkan data yang faktual dan akurat.²²

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti berfungsi sebagai pedoman peneliti untuk memudahkan dalam memperoleh data-data yang akurat dan secara detail. Alat yang perlu di persiapkan oleh peneliti yaitu pemantauan, pedoman studi, serta bermacam catatan persoalan yang hendak di

²¹Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2015), 329.

²² Ibid, 299.

informasikan pada informan. Ini berguna selaku penunjang peneliti dalam melaksanakan tanya jawab serta pemilihan alhasil bisa menghasilkan informasi secara detail. Sehingga untuk menjamin keaslian data, peneliti menggunakan catatan dan rekaman untuk mendapatkan informasi penting yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Peneliti sebagai pewawancara yang akan mewawancarai pengelola dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berada di Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shodaqoh NU (Nahdhatul Ulama') Kota Madiun. Lokasi penelitian ini bertempat di Jl. Tuntang No. 21A. Lembaga tersebut berdiri pada tahun 2005. Tujuan Lembaga ini yaitu memberdayakan masyarakat khususnya generasi muda. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, juga dengan melayani donasi dari masyarakat, khususnya umat Islam melalui Zakat, Infaq, dan Sedekah.

Alasan akademik pemilihan lokasi penelitian ini karena pengumpulan dana ZIS sudah mendapatkan apresiasi dari masyarakat setempat dengan baik maupun para donatur dan alasan lain dari penelitian ini adalah dengan adanya penelitian dapat memberikan manfaat bagi para lembaga khususnya di LAZISNU Kota Madiun sebagai solusi pembelajaran mengenai strategi *fundraising* dana ZIS guna mewujudkan siswa siswi untuk semangat mencari ilmu

tanpa terbebani perihal ekonomi dan meningkatkan kesadaran umat untuk berinfaq dan sedekah.

4. Data dan Sumber Data

a. Sumber data

Sumber data merupakan subyek dari mana data dapat di perolehan. Selain itu sumber data dapat di artikan juga sebagai bahan sumber untuk menyusun suatu pendapat atau bahan yang di pakai untuk penalaran dan penyelidikan. Sumber data dalam penelitian dibedakan menjadi dua jenis:

1) Narasumber

Dalam penelitian ini disebut “Responden” yaitu orang yang memberikan respon atau tanggapan terhadap apa yang diminta atau ditentukan oleh peneliti. Penelitian yang akan menjadi responden adalah pengurus LAZISNU Kota Madiun.

2) Dokumen atau Arsip

Dokumen adalah bahan tertulis yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Dokumen dapat berupa rekaman atau dokumen tertulis seperti arsip data base yang berkaitan dengan suatu peristiwa.²³ Adapun penelitian ini akan menggunakan dokumen juga rekaman dari hasil wawancara.

²³ Uma Sekaran, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 200.

b. Data

Data merupakan sekumpulan informasi yang akan digunakan dan dilakukan analisa agar tercapai tujuan penelitian. Data dalam penelitian dibedakan menjadi dua jenis:

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dengan sumber yang secara langsung bisa didapatkan oleh peneliti yang bisa diperoleh dari subjek dan informan yang mengetahui secara jelas dan rinci mengenai masalah yang sedang diteliti.²⁴ Maka dari itu, peneliti menggunakan teknik wawancara dengan narasumber. Sasaran yang akan menjadi narasumber ialah pengurus LAZISNU Kota Madiun. Dalam penelitian ini peneliti menggali data tentang *direct fundraising*, *indirect fundraising* dan faktor penghambat dan pendukung strategi penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.²⁵ Penelitian ini akan menggunakan teknik dokumentasi yang mana Dokumentasi adalah catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 296.

²⁵ Ibid., 296.

sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.

Dokumentasi itu dapat berupa sumber informasi, bentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar maupun foto. Dokumen tertulis dapat berupa sejarah kehidupan, biografi, karya tulis dan cerita.²⁶ Dalam penelitian ini, dokumen yang digunakan adalah data kantor yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu tentang strategi penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah metode untuk mendapatkan data atau informasi dengan cara tanya jawab langsung atau melalui pertanyaan yang disusun secara terstruktur yang diajukan kepada informan atau responden.²⁷ Peneliti akan mewawancarai narasumber dari pengurus LAZISNU Kota Madiun yang bertugas menghimpun dana ZIS.

b. Observasi

Menurut Nawawi & Martini sebagaimana dikutip Afifudin menyatakan observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara

²⁶ A. Muri Yusuf, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 391.

²⁷ Afifudin dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), 131.

sistematik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.²⁸ Pengamatan terhadap gejala-gejala subyek yang diteliti ini dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung, sedangkan yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi secara langsung dan bersifat non partisipatif dalam situasi yang sebenarnya. Metode ini digunakan dalam mengamati kegiatan penghimpunan dana ZIS.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan peristiwa yang sudah berlalu yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berupa tulisan, misalnya catatan harian, cerita, biografi, peraturan kebijakan atau sejenisnya. Sedangkan dokumen yang berupa karya, contohnya karya seni, gambar, lukisan, film, patung dan lain sebagainya.²⁹ Penelitian ini mengambil teknik dokumen yang berupa foto dan dokumen milik LAZISNU Kota Madiun yang berkaitan dengan strategi *fundraising*, faktor pendukung serta faktor penghambat pada *fundraising* dana ZIS.

6. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses mencari, mencatat dan menyusun data secara sistematis. Menurut *Miles* dan *Huberman*, analisis data adalah aktifitas pengumpulan data yang dilakukan secara

²⁸Ibid, 134..

²⁹ Ibid, 117.

terus menerus sampai tuntas atau sampai datanya jenuh.³⁰ Adapun dalam pengolahan data ada beberapa tahapan berikut ini:

- a. *Reduction* atau reduksi data tahapan pertama dalam pengolahan data. Reduksi data merupakan suatu analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam satu cara dimana kesimpulan akhir dapat di gambarkan dan di verifikasi.
- b. *Data Display* atau penyajian data, kegiatan kedua dalam pengolahan data. Penyajian data merupakan kegiatan analisis ketika kumpulan informasi yang telah tersusun dan membolehkan penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Menurut *Miles* dan *Hurbeman* bahwa bentuk penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa teks naratif akan tetapi dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *phie card*, *pictogram*, dan sejenisnya.
- c. Kesimpulan, kegiatan ketiga ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Dengan demikian dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang sudah di rumuskan sejak awal, akan tetapi bisa juga tidak ada, karena dari awal rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berkembang setelah di lakukannya penelitian.³¹

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 321.

³¹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2015), 409.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah cara menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna. Pada penelitian menggunakan teknik analisis naratif. Analisis naratif adalah metode untuk menyampaikan data dengan narasi atau cerita. Tentunya memuat seluruh bagian penelitian terutama data yang terkait. Selain itu untuk membuat data atau hasil penelitiannya mudah dipahami.³²

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Setelah penelitian, dilakukan validitas data atau menguji keabsahan data yang mana meliputi uji, validitas internal, validitas eksternal, reliabilitas, dan obyektivitas. Menurut Sugiyono teknik dalam pengecekan keabsahan data penulis menggunakan teknik triangulasi, yaitu meliputi: triangulasi sumber, teknik, dan waktu.³³ Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber guna memastikan bahwa data yang di dapatkan sudah memenuhi syarat yang mana akan di paparkan di bab II. Triangulasi sumber misalnya dengan observasi dan wawancara agar data lebih akurat dan sesuai dengan informasi yang di dapat penulis.

G. Sistematika Pembahasan

Suatu cara untuk mempermudah perubahan serta pemahaman dalam Skripsi, penelitian ini akan dikelompokkan menjadi lima bab.

³² Ibid, 420.

³³ Afifudin dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018),155.

Hubungan bab satu dengan bab yang lainnya saling terikat, dan merupakan suatu pembahasan yang utuh. Adapun sistematika pembahasan Skripsi penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan umum dan gambaran tentang isi skripsi penelitian. Dimana bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA

Bab ini membahas mengenai penjabaran dasar teori yang digunakan dalam penelitian. Pembahasan ini meliputi teori strategi penghimpunan dana.

BAB III : PELAKSANAAN STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA

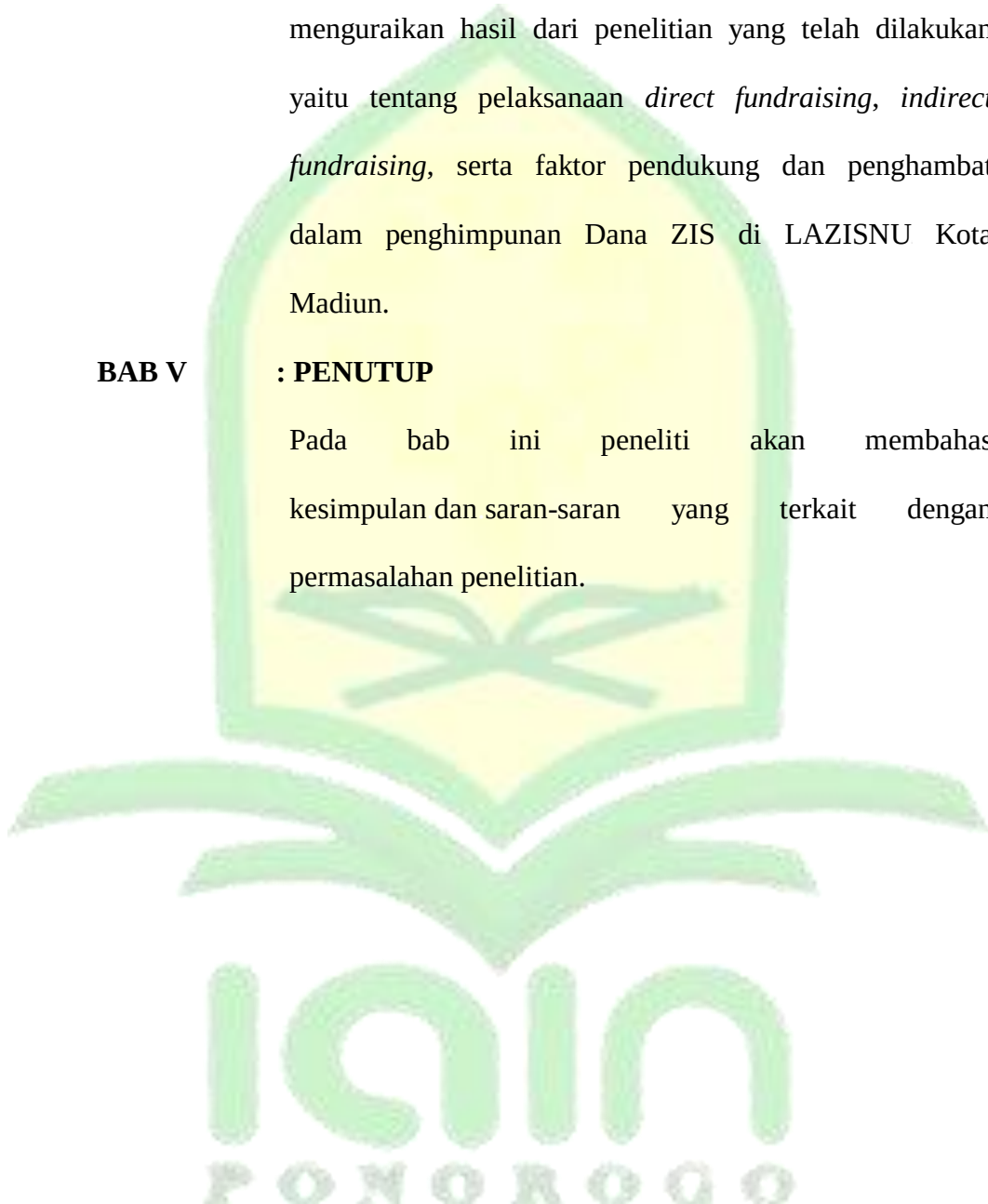
Pada bab ini, menguraikan rumusan masalah pertama, kedua, dan ketiga. Data tentang profil lembaga, pelaksanaan *direct fundraising*, *indirect fundraising* dan faktor pendukung dan penghambat penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun.

BAB IV : ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZIS

Pada bab ini penelitian akan menjelaskan dan menguraikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu tentang pelaksanaan *direct fundraising*, *indirect fundraising*, serta faktor pendukung dan penghambat dalam penghimpunan Dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan membahas kesimpulan dan saran-saran yang terkait dengan permasalahan penelitian.



BAB II

STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA

A. Konsep Strategi Penghimpunan Dana

Strategi menurut KBBI adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan menurut Malayu S.P Hasibun strategi pada dasarnya adalah penentuan cara yang harus dilakukan memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.¹

Dalam kamus Inggris-Indonesia *fundraising* diartikan sebagai pengumpulan dana atau penghimpunan dana. *Fundraising* menurut Juwaini dan Klien merupakan suatu kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan.²

Strategi Penghimpunan dana adalah proses, cara, atau perbuatan mengumpulkan dana. Menurut Huda penghimpunan dana (*fundraising*) dapat pula diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun

¹ Mohammad Latifurrahman, "Analisis Strategi Penghimpunan Dan Distribusi Dana Zakat Di Azka Baitul Amin", *Skripsi* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022), 23-24.

² Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam perspektif fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 27.

lembaga agar menyalurkan dana atau sumber dayanya kepada sebuah organisasi atau lembaga.³

Dalam kegiatan *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari penghimpunan dana (*fundraising*) di suatu lembaga, maka dibutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.⁴

B. Metode Penghimpunan Dana

Menurut Saidi metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis yaitu: *Direct fundraising* (secara langsung) dan *indirect fundraising* (secara tidak langsung).⁵

1. Direct Fundraising (secara langsung)

Metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.

³Royyan Ramdhani Djayusman, "Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah", *Academia: Islamic Economics Journal*, Vol. 3, No. 1 (2017), 57.

⁴Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal Imara*, Volume 1, Nomor 1 (2017), 60.

⁵Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam perspektif fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 36-37.

a. *Direct mail*

Sebuah bentuk iklan pemasaran langsung dimana materi pemasaran fisik diberikan kepada konsumen untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk atau layanan. Pemasaran langsung tidak melibatkan iklan yang di tempatkan di internet, televisi, atau radio. Jenis bahan pemasaran langsung meliputi katalog, surat dan selebaran atau brosur.⁶

Direct mail dapat di artikan suatu pendekatan yang dilakukan dengan cara penyebaran atau menyampaikan brosur langsung ke calon konsumen. Brosur biasanya disebar pada saat acara atau pameran. Brosur biasanya berisi informasi-informasi mengenai jenis dan tipe produk, harga jual, uang muka, jumlah dan besar angsuran, nama perusahaan *leasing* atau bahkan juga ada yang berisi informasi dan data-data mengenai spesifikasi produk.⁷ Dapat diartikan sebagai kegiatan penyampaian pesan dari lembaga kepada calon doantur atau donatur, melalui surat yang langsung diterima secara personal, sehingga donatur mau mendonasikan dana atau sumber daya material lainnya kepada lembaga.

Sebelum melakukan kegiatan penyebaran brosur, kita perlu memperhatikan beberapa hal, misalnya:

⁶ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran(teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global)*, (bandung: Alfabeta, 2017), 99.

⁷ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 113.

- 1) Pengumpulan database pelanggan. Misalnya data penghuni perumahan, perkantoran, dan lain-lain.
- 2) Pembuatan material (isi dan bentuk) brosur yang menarik.
- 3) Penawaran yang menarik. Misalnya kemudahan dalam pembelian.
- 4) Pengaturan pengiriman dan penyebaran.⁸

Keuntungan *direct mail* adalah selektivitas tinggi terhadap penonton, sehingga dapat informasi yang kompleks dan pesan pribadi, grafis berkualitas tinggi adapun kerugiannya adalah biaya tinggi perkontrak, citra buruk (*junk email*).⁹

b. *Direct advertising*

Advertising atau iklan dalam sebuah bisnis atau perusahaan memang diperlukan. Iklan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang sebuah produk atau seketika dapat mendorong terjadinya penjualan atau promosi dan lebih cepat mempengaruhi khalayak. Secara efisien, iklan mampu menjangkau calon pembeli atau calon donatur meskipun letaknya berjauhan.¹⁰ Teknik ini dilakukan dengan cara iklan secara langsung. Maksudnya menawarkan suatu brand kepada para

⁸Ibid, 113.

⁹Ibid, 114.

¹⁰Annarizki dkk, “Integrated Marketing Communication Pt Indosat Dalam Mensosialisasikan Perubahan Corporate Identity Kepada Publik”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 9, Nomor 3 (2020), 339.

donatur berdasarkan pada pemahaman brand itu sendiri tentang kesediaan donatur untuk bergabung.

Agar iklan yang di jalankan dapat efektif dan efisien maka perlu program pemasaran yang tepat. Langkah-langkah dalam periklanan adalah:

- 1) Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang di tawarkan oleh perusahaan.
- 2) Menentukan misi, tujuan atau sasaran periklanan yang terkait dengan sasaran penjualan dari suatu produk (*mission*).
- 3) Menetapkan anggaran periklanan (*money*).
- 4) Merancang, menyusun serta menetapkan pesan yang akan disampaikan kepada pasar sasaran (*message*).
- 5) Menetapkan media yang harus digunakan yang sesuai dengan pasar sasaran yang dituju oleh perusahaan (*media*).
- 6) Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasangan suatu iklan (*measurement*).¹¹

Ciri-ciri yang terdapat di periklanan adalah:

- 1) *Public Presentaiion* (penyajian di muka umum).

Iklan merupakan suatu sarana komunikasi yang sangat bersifat umum dan menawarkan pesan yang sama kepada banyak orang.

¹¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran BankSyariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 174.

2) *Pervasiveness* (penyerahan menyeluruh).

Iklan merupakan medium yang diserap secara menyeluruh dan memungkinkan pihak perusahaan untuk mengulangi pesannya itu berulang-ulang. Diharapkan dengan pengulangan pesan tersebut akan memberikan pengaruh signifikan terhadap konsumen.

3) *Expresiveness* (daya tangkap yang kuat)

Periklanan memberikan peluang untuk menampilkan perusahaan serta produknya dengan cara yang amat mengesankan dengan penggunaan cetakan, bunyi dan warna secara pandai.

4) *Impresonality* (kurang kepribadian).

Periklanan senantiasa bersifat umum, sehingga daya meyakinkan dan mengungkapkan tentang produk tersebut secara rinci masih dirasakan kurang. Oleh karenanya iklan masih kurang mampu menyentuh konsumen secara personal.¹²

Jenis periklanan berdasarkan manfaat:

- 1) *Institutional advertising*. Periklanan untuk pembentukan citra organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang.
- 2) *Brand advertising*. Periklanan untuk memantapkan pada merek tertentu dalam jangka panjang.

¹²Ibid, 174-175.

- 3) *Classified advertising*. Periklanan untuk penyebaran informasi tentang penjualan, jasa, dan peristiwa.
- 4) *Sales advertising*. Periklanan untuk pengumuman penjualan khusus.¹³

Jenis-jenis media yang dapat dipergunakan sebagai sarana iklan suatu perusahaan:

- 1) Surat kabar dan majalah.
- 2) Surat pos langsung.
- 3) Radio.
- 4) Televisi.
- 5) Papan reklame.
- 6) Spanduk.
- 7) Penyebaran brosur di tempat-tempat umum.

c. *Telefundraising*

Teknik ini dilakukan dengan meminta dukungan kepada para pendukung atau donor lama, mencari donor baru. Biasanya via telephone, berbagai dukungan dalam bentuk dana, ke relawan atau penjual barang untuk sosial tersebut digalang.

d. *Presentasi Langsung*

Teknik ini dilakukan agar para calon donatur lebih mengetahui mengenai profil, program serta kegiatan OPZ.

¹³Ibid, 176-177.

2. *Indirect Fundraising* (secara tidak langsung)

Metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti contohnya: *advertorial*, *image campaign*, penyelenggara event, menjalin relasi, mediasi para tokoh, dan lain-lain.¹⁴

a. *Advertorial*

Advertorial merupakan bentuk periklanan yang disajikan dengan gaya jurnalistik. *Advertorial* berasal dari dua kata dalam bahasa Inggris, yaitu *advertising* dan *editorial*. *Advertising* merupakan penyajian materi secara persuasif kepada publik melalui media massa dengan tujuan untuk mempromosikan barang atau jasa. Sementara *editorial* merupakan pernyataan tentang opini yang merupakan sikap resmi dari redaksi.¹⁵

John E. Kennedy dan R. Dermawan Soemanagara menegaskan, bahwa berbeda dengan iklan, *advertorial* merupakan iklan yang terlihat seperti berita, dibaca seperti berita, tetapi sering dibeli dan dikendalikan oleh pengiklan. Salah satu tujuan dari *advertorial* adalah menjadikan berita dengan pesan komersil (berbau publikasi) menjadi satu sehingga menjadikan alat pemasaran ini menjadi “kendaraan pemasaran” yang bersifat lebih kredibel dan efektif. *Advertorial* telah mengambil fungsi dari

¹⁴ Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam perspektif fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 37.

¹⁵ Ratna Kartika Sari dkk, “Strategi Kreatif Menulis Advertorial Menggunakan Microsoft Word”, *Jurnal Abdimas Bsi*, Volume 2 No 2 (2019), 307.

iklan dan peran dari berita yang kemudian dileburkan dan diolah menjadi bentuk penulisan padat, mengandung informasi 5W+1H.¹⁶

Dalam proses pembuatannya, penulis *advertorial* dituntut untuk tidak hanya memiliki bekal ketrampilan atau tehnik menulis yang baik, namun juga harus memiliki kreatifitas yang tinggi agar tulisan yang dibuat terasa hidup, menarik perhatian dan mampu diterima secara logika, serta membangkitkan kebutuhan untuk membeli produk yang ditawarkan. Strategi kreatif dalam menulis dan menyampaikan isi pesan perlu dirumuskan dan diterapkan.

Graham Wallas, seorang Sosiolog Inggris yang menyatakan bahwa, proses kreatif itu akan melalui tahapan sebagai berikut :

- 1) Persiapan, yaitu kegiatan mengumpulkan informasi latar belakang yang diperlukan untuk memecahkan masalah melalui riset dan studi.
- 2) Inkubasi, yaitu proses mengembangkan ide atau gagasan.
- 3) Iluminasi, yaitu upaya mencari pemecahan masalah.
- 4) Verifikasi, yaitu upaya memperbaiki ide atau gagasan dan menentukan jika ide atau gagasan tersebut merupakan solusi yang tepat.¹⁷

¹⁶ Ibid, 307-308.

¹⁷ Ibid, 308-309.

b. *Image campaign*

Dalam Bahasa Indonesia, *image* artinya *gambar*. arti *campaign* adalah kampanye atau kegiatan pemasaran untuk mempromosikan barang atau jasa melalui berbagai jenis media, baik secara *online* maupun *offline*.

Campaign adalah komponen penting yang memengaruhi pertumbuhan perusahaan, mulai dari membangun *brand awareness* hingga meningkatkan penjualan dengan menarik konsumen baru. *Image campaign* merupakan kampanye gambar. Proses ini dilakukan dengan menyebarkan brosur, pamflet dll kemudian di pasang di tembok atau tempat pengumuman lainnya.¹⁸

Jenis-jenis *Campaign* yaitu:

1) *Social Media Campaign*

Campaign yang dilakukan melalui media sosial bisa menjangkau lebih banyak pengguna. Terlebih jika Anda merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten dengan baik. Konten tersebut bisa memengaruhi mereka, sehingga tertarik untuk mengenal produk dan terdorong menjadi konsumen.

¹⁸Populix, "Campaign adalah: Pengertian, contoh, manfaat & cara membuat" <https://info.populix.co/articles/campaign-adalah/> (di akses 16 Januari 2022, 01.33).

2) *Seo Campaign.*

Search Engine Optimization atau strategi untuk meningkatkan pengunjung suatu website. Untuk mengoptimalkan upaya tersebut, anda perlu memperhatikan beberapa hal, seperti pengguna *keyword*, *backlink*, judul, dan sebagainya.

3) *Rebranding Campaign.*

Rebranding campaign untuk memperkenalkannya kembali kepada masyarakat. Jenis *campaign* ini bisa dilakukan saat perusahaan melakukan perubahan nama, logo, atau telah bergabung dengan *brand* lain.

4) *Brand Awareness Campaign.*

Brand awareness campaign adalah untuk memperoleh atau mempertahankan popularitas *brand* kepada masyarakat. Biasanya strategi *campaign* ini dilakukan dengan memperkenalkan produk, menjelaskan visi dan misi, serta *brand image* perusahaan.

5) *Email Marketing Campaign.*

Email marketing campaign adalah strategi yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen. Hal ini bisa dijalankan dengan mengirimkan pemberitahuan tentang produk baru, promo,

atau *event* melalui *email* konsumen yang sudah di daftarkan.¹⁹

c. Penyelenggara Event

Teknik ini dapat di lakukan dengan mengadakan event seperti sosialisasi, diskusi, ataupun seminar. Proses sosialisasi ini dilakukan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya bahasan pada tema sosialisasi tersebut. Pada proses ini lembaga dapat melakukannya melalui:

- 1) Media Massa.
- 2) Film dan Video.
- 3) Leaflet/brosur/booklet.
- 4) Website.
- 5) Billboard/banner/spanduk/baliho.
- 6) Khotbah.
- 7) Orientasi Pengurus.
- 8) Membuat organisasi yang peduli akan tema yang di sosialisasikan.²⁰

d. Menjalin Relasi

Menjalin hubungan dengan pihak lain. Proses ini dapat dilakukan dengan menjalin hubungan antar lembaga atau perusahaan.²¹

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ruri Rahmadani, “Strategi Penghimpunan Dana Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zis Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Provinsi Jawa Timur”, *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020), 27.

e. Mediasi Para Tokoh

Secara etimologi berasal dari bahasa latin, *mediare* yang berarti berada ditengah. Dalam kamus besar bahasa indonesia mediasi adalah proses pengikutsertaan pihak ketiga dalam penyelesaian suatu perselisihan sebagai penasihat. Penjelasan mediasi dari sisi kebahasaan lebih menekankan pada keberadaan pihak ketiga yang menjembatani para pihak bersengketa untuk menyelesaikan perselisihannya.²² Tujuan dilakukan mediasi adalah menyelesaikan sengketa antara para pihak dengan melibatkan dengan melibatkan pihak ketiga yang netral dan *imparsial*.²³

Pada umumnya, sebuah lembaga melakukan kedua metode ini baik langsung atau tidak langsung. Hal ini di sebabkan keduanya memiliki kelebihan kekurangan dan tujuan masing-masing. Metode langsung diperlukan karena tanpa metode langsung, donatur akan kesulitan untuk mendonasikan dananya. Padahal, jika semua bentuk metode dilakukan secara langsung tampak akan menjadi kaku, terbatas daya tembus, lingkungan calon donatur dan berpotensi menciptakan kejenuhan. Selain itu, metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua

²¹ Ibid, 28.

²² Syahrizal Abbas, *Mediasi dalam Hukum Syariah, Hukum Adat & Hukum Nasional*, (Jakarta: Kencana, 2011), 25.

²³ Ibid, 24.

lembaga harus pandai mengkombinasikan kedua metode tersebut.²⁴

Dari strategi penghimpunan dana *fundraising* langsung (*direct*) atau tidak langsung (*indirect*) dalam pengaplikasiannya maka harus memperhatikan beberapa faktor berikut:

- 1) Daya jangkauan alat promosi.
- 2) Sasaran calon muzakki.
- 3) Ketepatan penggunaan waktu
- 4) Daya pengaruh atau respon yang diharapkan.²⁵

C. Tujuan Penghimpunan Dana

Ada beberapa tujuan dalam penghimpunan zakat, infak, dan shodaqoh yaitu sebagai berikut:

1. Menghimpun dana

Menghimpun dana merupakan tujuan penghimpunan zakat yang paling mendasar. Dana yang dimaksud adalah dana zakat maupun dana operasi pengelolaan zakat, infak, dan shodaqoh.

2. Menghimpun muzakki atau menambah calon muzakki

Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap muzakki atau menambah jumlah muzakki baru.

²⁴ Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam perspektif fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 37.

²⁵ Mudzakir Ilyas, "Strategi dalam Menghimpun Dana Zakat, Infak dan Shodaqoh, *Jurnal Adl Islamic Economic*, Volume 2 Nomor 1 (2021), 81.

3. Menghimpun relasi dan pendukung

Kadang kala ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Mereka punya kesan positif dan bersimpati terhadap lembaga tersebut. Akan tetapi, pada saat itu mereka tidak mempunyai kemampuan untuk memberikan sesuatu kepada lembaga tersebut karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini harus diperhitungkan dalam aktifitas *fundraising*, meskipun mereka tidak mempunyai donasi, mereka akan berusaha melakukan dan berbuat apa saja untuk mendukung lembaga dan akan fanatik terhadap lembaga. Dengan adanya kelompok ini, sebuah lembaga telah memiliki jaringan informal yang sangat menguntungkan dalam aktifitas *fundraising*.

4. Meningkatkan atau membangun citra lembaga.

Citra ini dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memberikan dampak positif. Dengan citra ini setiap orang akan menilai lembaga. Jika yang ditunjukkan adalah citra yang positif, maka dukungan dan simpati akan mengalir dengan sendirinya terhadap lembaga.

5. Memuaskan Donatur

Tujuan ini begitu penting karena akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diberikan kepada lembaga. Mereka akan mendonasikan dananya kepada lembaga secara berulang-ulang,

bahkan menginformasikan kepuasannya terhadap lembaga secara positif kepada orang lain.²⁶



²⁶Ahmad Rudi Setiawan, “Studi Analisis terhadap Strategi Penghimpunan Zakat di Rumah Zakat”, *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo, 2019), 22-23.

BAB III

PELAKSANAAN STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZIS

A. Profil LAZISNU Kota Madiun

LAZISNU (Lembaga Amil Zakat Infak Dan Sedekah Nahdlatul Ulama) Cabang Kota Madiun adalah lembaga pelaksana program Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) Kota Madiun yang bergerak pada bidang pengelolaan zakat, infak, dan sedekah. Mandat pengelolaan zakat, infak, dan sedekah yang diberikan kepada LAZISNU Cabang Kota Madiun adalah segala hal upaya mengumpulkan zakat, infak, dan sedekah kemudian menyalurkan kepada yang berhak menerimanya (mustahik). Sebelum tahun 2014, kepengurusan di LAZISNU cabang Kota Madiun sebenarnya sudah terbentuk akan tetapi belum terstruktur, sehingga kegiatan yang diadakan belum maksimal. Selain itu keberadaan LAZISNU sendiri juga belum begitu dikenal oleh masyarakat luas. Namun demikian, setiap tahunnya LAZISNU Kota Madiun selalu mengadakan kegiatan. Kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan adalah pada bulan ramadhan yang selalu aktif dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah dari para jamaah nahdliyin.¹

Kemudian pada periode tahun 2014-2019, pengurus dan amil LAZISNU Cabang Kota Madiun dikukuhkan secara resmi. Dengan tujuan agar kedepannya LAZISNU Cabang Kota Madiun semakin dikenal ditengah tengah masyarakat. Langkah-langkah yang kongkrit kian terus dilakukan untuk mengembangkan LAZISNU. Salah satu tujuan dibentuknya pengurus

¹ LAZISNU Cabang Kota Madiun, edisi 1, 2015, 6.

yang baru adalah agar menciptakan langkah-langkah yang baru dan keberadaan LAZISNU semakin eksis bergerak membantu meringankan beban umst yang sampai saat ini masih membutuhkan pertolongan. Selain itu juga menciptakan program-program pemberdayaan yang tujuannya adalah untuk kemajuan ekonomi masyarakat lemah.²

Setelah resmi dilantik, LAZISNU Cabang Kota Madiun juga resmi menempati kantor sekretariatan di Jalan Tuntang No 21A dulunya memang belum ada kantor yang resmi, oleh karena itu banyak jamaah nahdliyin yang belum mengetahui keberadaan LAZISNU. Harapannya dengan adanya kantor kesekretariatan, keberadaan LAZISNU ini senantiasa menggerakkan jamaah dalam bidang mobilisasi pendanaan yang didapat dari dana zakat, infak dan sedekah. Keberperanan ini tidak hanya satu tahun sekali, yakni pada bulan Ramadan. Akan tetapi LAZISNU semakin tahun semakin berkembang lebih besar dengan dukungan dari berbagai pihak utamanya adalah para muzaki dan para jamaah nahdliyin.³

Program-program yang ada di LAZISNU pun juga diharapkan kian hari kian meringankan beban para mustahik. selain itu kesadaran para muzaki untuk berzakat juga semakin tinggi dengan adanya LAZISNU, sebagaimana moto LAZISNU cabang Kota Madiun adalah “zakat untuk kesejahteraan umat”. Banyak cara yang dilakukan oleh para amil dan pengurus LAZISNU, agar kesadaran muzaki untuk berzakat, salah satunya adalah meningkatkan pemanfaatan teknologi berupa sosial media seperti

² Ibid.

³ Ibid.

facebook dan instagam. Dengan facebook dan instagam maka keberadaan LAZISNU Cabang Kota Madiun akan semakin dikenal di kalangan mereka yang suka dengan dunia maya. Selain itu juga pemanfaatan majalah dan lembaran brosur untuk mempromosikan kepada para calon muzaki di LAZISNU.

LAZISNU Kota Madiun akan berupaya menghimpun dana zakat, infaq, dan shodaqoh seoptimal mungkin. Untuk pembayaran ZIS bisa mentransfer ke No. Rekening BRI (0045 01 001723 569), BNI (0830 323 415), BCA (1777022555), MANDIRI (171 00 0609820 9), MANDIRI SYARIAH (1818 999 999) dengan A/N LAZISNU Kota Madiun atau bisa mengantar langsung ke sekretariat atau mungkin dapat menghubungi (0812-3080-0027/0853-3644-4567) untuk bisa di jemput.

Adapun sejarah berdirinya LAZISNU adalah bermula pada tahun 2004 (1425 Hijriyah). Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) lahir dan berdiri sebagai amanat dari Mukhtamar Nahdlatul Ulama (NU) yang ke-31, di Asrama Haji Donohudan, Boyolali, Jawa Tengah. Ketua Pengurus Pusat (PP) LAZISNU yang pertama adalah Prof. Dr. H. Fathurrahman Rauf, M.A., seorang akademisi dari Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, Jakarta.⁴

Tahun 2005 (1426 Hijriyah), secara yuridis formal LAZISNU diakui oleh dunia perbankan dan dikukuhkan oleh Surat Keputusan (SK) Menteri Agama No.65/2005. Pada tahun 2010 (1431 Hijriyah), melalui Mukhtamar

⁴ Ibid.

Nahdlatul Ulama (NU) ke-32, di Makassar, Sulawesi Selatan, memberi amanah kepada KH. Masyhuri Malik sebagai Ketua PP LAZISNU menggantikan Prof. Dr. H. Faturrahman Rauf, MA. KH. Masyhuri dipercaya memimpin PP LAZISNU untuk masa kepengurusan 2010-2015. Hal itu telah diperkuat oleh SK Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) No.14/A.II.04/6/2010 tentang Susunan Pengurus LAZISNU periode 2010-2015. Tahun 2015 (1436 H), berdasarkan surat keputusan Nomor: 15/A.II.04/09/2015, Pengurus Pusat LAZISNU masa khidmat 2015-2020 dibentuk dan diketuai oleh Syamsul Huda, SH. Untuk meningkatkan kinerja dan meraih kepercayaan masyarakat, NU CARE-LAZISNU menerapkan sistem manajemen ISO 9001:2015, yang dikeluarkan oleh badan sertifikasi NQA dan UKAS Management System dengan nomor sertifikat: 49224 yang telah diterbitkan pada tanggal 21 Oktober 2016. Dengan komitmen MANTAP (Modern, Akuntabel, Transparan, Amanah dan Profesional).⁵

1. Visi dan Misi LAZISNU

a. Visi

Bertekad menjadi lembaga pengelola dana masyarakat (zakat, infaq, shodaqoh, CSR dan lain-lain) yang didayagunakan secara amanah dan profesional untuk kemandirian umat.

⁵ NU CARE- LAZISNU Banglarangan, “Sejarah NU CARE – LAZISNU Balarangan”, <http://www.lazisnubanglarangan.or.id/p/sejarah-visi.html>, (di Akses 11 Desember 2022, 13.16).

b. Misi

- 1) Mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, infaq, dan shodaqoh dengan rutin dan tepat sasaran.
- 2) Mengumpulkan/menghimpun dan mendayagunakan dana zakat, infaq, dan shodaqoh secara profesional transparan tepat guna dan tepat sasaran.
- 3) Mentasarufkan dana zakat, infaq, sedekah secara profesional, transparan, tepat guna, dan tepat sasaran.
- 4) Membantu memenuhi hak-hak mustahik sehingga bisa lebih mandiri dan sejahtera.
- 5) Menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat guna mengatasi problem kemiskinan, pengangguran dan minimnya akses pendidikan yang layak.⁶

2. Program LAZISNU Kota Madiun

Program Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama (LAZISNU) terdiri atas 4 (empat) bidang kegiatan yaitu:

- a. Program *Nu'Preneur*, yaitu program pemberdayaan ekonomi mikro melalui pemberian modal usaha bergulir agar tercipta kemandirian usaha. Program *Nu'Preneur* dijabarkan dalam program Pemberdayaan Masyarakat Mandiri (PPM).

⁶ Abdullah Mas'ud dkk, "Pedoman Organisasi NU CARE – LAZISNU Masa Khidmat 2015-2020", 1.

- b. Program *Nu'Skill*, yaitu program pembekalan keterampilan untuk anak-anak yatim dan dhuafa yang putus sekolah yang masih usia produktif sehingga mereka memiliki bekal untuk bekerja. Program ini dijabarkan melalui pembukaan Pusat Pemberdayaan Ummat (PPU) di beberapa cabang NU di kabupaten/kota.
- c. Program *Nu'Smart* merupakan program pendidikan berupa pemberian bantuan beasiswa dan di prioritaskan untuk siswa dari keluarga kurang mampu atau dhuafa dan siswa teladan yang berprestasi yaitu siswa pararel di tiap tingkatan kelas. Jenjang program ini dari SD - Perguruan Tinggi. Beasiswa ini di berikan sesuai dengan kebutuhan siswa semisal siswa yang bernama SD hanya membutuhkan dana untuk membayar SPP. adapun hasil pengumpulan dana beasiswa tersebut di peroleh dari para donatur dan kaleng koin NU Peduli maupun dana dari infak dan sedekah.⁷
- d. Program *Nu'Care*, yaitu program tanggap darurat untuk bencana, layanan mustahik untuk bantuan kemanusiaan, bantuan hidup, bantuan kesehatan, ibnu sabil dan bantuan aksi kemanusiaan lainnya.
- e. Program *NU Family*, yaitu program yang di wujudkan dalam gerakan Gerakan Nahdlatul Ulama Orang Tua Asuh (GNUOTA). Adapun wujud programnya adalah sebagai berikut: program mendaftar calon anak asuh dan calon orang tua asuh, program

⁷Yuli Rianto, "LAZISNU di Sidoarjo Canangkan Program NU Smart untuk dhuafa", <https://www.nu.or.id/daerah/lazisnu-di-sidoarjo-canangkan-program-nu-smart-untuk-dhuafa-PjkmT>, (di akses 11 Desember 2022, 13.48).

paket anak asuh usia SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA, mondok/nyantri di pesantren.⁸

3. Struktur Kepengurusan

a. Penasehat :

- 1) KH. Agus Mushoffa Izzuddin, S.Pd
- 2) H. Moch Chozin
- 3) Gus Muh Zainul Abidin S.th.I
- 4) Hadi Purnomo

b. Dewan Syariah :

- 1) K. Khotibin Darinnaim, S.Pd.I
- 2) Dr. H. Sudjianto, M.Pd
- 3) H. Untea Riswan
- 4) H. Djoto

c. PENGURUS HARIAN

Ketua : Edy Prasetyo Susilo S.E

Sekretaris : Dian Nashrul Munif, M.Pd

Mukti Bagus Setyawan

Bendahara : Maya Wulandari

Ditto Satriyono

Management Bidang Fundraising : Apridha Widodo Putri

⁸ Ibid.

Ali Romadhoni

Bidang Program dan Informasi : Hj. Sri Puji Rohmiatun

Muh Makrus Zain, S.Pd.I

B. Pelaksanaan *Direct Fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun

LAZISNU Kota Madiun merupakan lembaga amil zakat yang berada di bawah naungan organisasi Nahdlatul Ulama yang mempunyai tujuan untuk menciptakan kesadaran dalam berzakat, infaq dan shodaqoh yang tepat sasaran. Selain itu guna untuk mengumpulkan/menghimpun dan mendayagunakan dana zakat, infaq, dan shodaqoh secara profesional transparan tepat guna dan tepat sasaran, Sebagaimana yang tercantum pada visi misi LAZISNU Kota Madiun.

Direct fundraising merupakan metode atau cara-cara penghimpunan dana yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung seperti *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising*, dan presentasi langsung. Adapun dalam penghimpunan dana NU Smart itu menggunakan beberapa alternatif, seperti hasil wawancara dengan Bapak Edy Prasetyo Susilo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “alternatif tersebut diantaranya yaitu: pertama, langsung ataubisa langsung bertemu, bisa juga dengan menggunakan jaringan kita, teman-teman mahasiswa, teman-teman

bagroundnya pengurus dan pondok. Kedua, media sosial, kalau lewat media sosial kita menggunakan Instagram, Facebook, dan Whatsapp”.⁹

Sedangkan menurut Dwi Kurnia selaku admin LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “cara penghimpunan dana pada program NU Smart di LAZISNU Kota Madiun hanya menggunakan cara seperti sebar brosur, mendatangi rumah calon donatur maupun donatur tetap”.¹⁰ Ditambahkan dengan Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “tidak hanya itu tanpa kita minta bantuan, ada sebagian para donatur tetap mempromosikan/memperkenalkan kepada temannya atau mungkin mereka secara tidak sengaja mempromosikannya tanpa kita minta”.¹¹

Cara pertama dalam *direct fundraising* yaitu dengan cara *direct mail*. *Direct mail* merupakan strategi menghimpun dana dengan cara menyebarkan brosur kepada para calon donatur. Akan tetapi sebelum menyebarkan brosur ada beberapa hal yang harus di perhatikan seperti: pengumpulan database donatur, pembuatan isi dan bentuk brosur yang menarik, dan pengaturan pengiriman dan penyebaran. Dari hasil wawancara peneliti dengan Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “sebelum menyebarkan brosur kita membuat brosur simpel tapi menarik dan mudah di pahami, langkah selanjutnya baru

⁹ Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023.

¹⁰ Dwi Kurnia, *Wawancara*, 24 Februari 2023

¹¹ Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023

menyebarkan brosur dengan data yang sudah kita siapkan atau data yang sudah akan menjadi sasaran kita”.¹²

Cara kedua dengan *telefundraising*. *Telefundraising* merupakan cara menghimpun dana dengan meminta dukungan kepada para donatur tetap maupun donatur baru. Bentuk dukungan tersebut biasanya adanya penggalangan dana atau menjadi para donatur dengan suka rela. Seperti yang disampaikan Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “selain menyebarkan brosur kami juga menggunakan cara meminta bantuan atau dukungan kepada para donatur tetap, terkadang ada juga yang sukarela menjadi donatur”.¹³

Cara ketiga dengan presentasi langsung, peran *fundraiser* menjelaskan kepada para calon donatur mengenai profil, program serta kegiatan yang ada di LAZISNU Kota Madiun. Hasil wawancara dengan Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “mengenai cara tersebut kami juga melakukannya, jadi pertama yang kita lakukan kepada calon donatur tidak hanya sekedar menyebarkan brosur akan tetapi juga menjelaskan profil, visi misi kemudian program-program yang ada di LAZISNU Kota Madiun serta kegiatan yang sudah berjalan”.¹⁴

Kesimpulan dari wawancara tersebut menunjukkan cara atau metode *direct fundraising* yang dilakukan LAZISNU Kota Madiun hanya berupa *direct mail* berupa penyebaran brosur, *telefundraising*, dan presentasi

¹² Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023

¹³ Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023

¹⁴ Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

langsung dengan menjelaskan profil, program dan kegiatan serta meminta dukungan ataupun bantuan untuk menjadi donatur.

C. Pelaksanaan *Indirect Fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun

Indirect fundraising merupakan cara atau teknik yang tidak melibatkan donatur secara langsung, seperti *advertorial*, *image campaign*, penyelenggaraan event, menjalin relasi, mediasi para tokoh, dan lain-lain. *Advertorial* adalah cara menghimpun dana dalam bentuk jurnalistik atau berita dalam bentuk penulisan padat yang mengandung informasi 5 W+1 H. Hasil wawancara dengan Arina Hidayatul Istiqomah mengatakan: “cara penghimpunan dana dalam bentuk web atau berita di lembaga kami belum berjalan”.¹⁵ Di tambahkan oleh Bapak Edy Prasetyo Susilo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

”Kalau udara adalah webnya sedangkan untuk lapangannya adalah majalahnya dalam penghimpunan tersebut kita belum berjalan karena kita terkendala pertama di waktu, kedua di SDM, Menangani hal ini belum spesifik, karena harus butuh dalam artian bisa menulis, bisa mengejawantahkan berita kegiatan kita di lapangan, ini yang menjadi kendala kita saat ini, sudah kita coba beberapa kali belum ada yang pas, ini yang masih terus kita upayakan”.¹⁶

Image campaign adalah kampanye gambar atau kegiatan promosi barang maupun jasa melalui media baik secara online maupun offline dan kegiatan ini berupa menyebarkan brosur, pamflet dll kemudian di pasang di tembok, pengumuman lainnya atau broadcast yang di sebar lewat media

¹⁵ Arina Hidayatul Istiqomah, Wawancara, 13 Maret 2023.

¹⁶ Edy Prasetyo Susilo, Wawancara, 20 Maret 2023.

sosial. Seperti yang di sampaikan oleh Bapak Edy Prasetyo Susilo selaku

Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“Lembaga kami dalam kampanye gambar lebih ke online di karenakan zaman sekarang yang sudah menggunakan teknologi. Selain itu merupakan cara mudah untuk mendapatkan dana NU Smart dalam artian tinggal menyebarkan broadcast ke WA dan setiap hari minggu ada teman-teman yang *stand by* di masjid agung guna menyebar brosur ZIS”.¹⁷ Ditambahkan oleh Dwi Kurnia selaku admin LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “selain sosial media masih ada aplikasi GOZIS, itu aplikasi terbaru khusus untuk siapa saja yang ingin membayar ZIS (Zakat, Infaq, dan Sedekah)”.¹⁸

Ditambahkan lagi dengan Arina Hidayatul Istiqomah Selaku tim media LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“Selain itu untuk kegiatan kampanye gambar, kami membuat meme atau konten yang baik, menarik, dan tentu bahasanya mudah di pahami bagi penonton, seperti romadhon tahun ini ada beberapa program seperti bagi-bagi takjil, sahur, anak yatim, guru, guru ngaji, takmir masjid, dhuafa, dan ibu hamil nah itu kita bagi per item dan semua mainnya ke media sosial seperti WA, IG, dan FB, tidak ada yang di tempel di tembok maupun pengumuman lainnya”.¹⁹

Penyelenggaraan event merupakan cara menghimpun dana dengan mengadakan sosialisasi, diskusi ataupun seminar. Untuk prosesnya bisa melakukannya dengan membuat organisasi yang peduli akan tema yang di sosialisasikan, membentuk orientasi pengurus, website, atau membuat film/video.

Hasil wawancara peneliti dengan Edy Prasetyo Susilo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“Kalau untuk event kita masih sebatas kesekolah, seperti membuat kotak koin nah sambil memasukkan ke sekolah-sekolah kami melakukan sosialisasi ke anak-anak dan guru-guru, dan cara tersebut sudah kita

¹⁷ Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023

¹⁸ Dwi Kurnia. *Wawancara*, 24 Februari 2023.

¹⁹ Arina Hidayatul Istiqomah, *Wawancara*, 13 Maret 2023

dapatkan di siti hajar, MI Al Hidayah, dan MI Ma'rif Josenan. Untuk anak-anak di lakukan setiap hari jum'at sedangkan untuk guru-guru mengambil berapa persen dari gaji mereka, kalau untuk spesifiknya kita melakukannya masih di sekolah-sekolah, kalau untuk ke kantor-kantor belum karena lebih susah. Di sekolah lebih enak *memanaje* anak-anak dengan alasan sedekah".²⁰

Teknik penghimpunan dana yang keempat yaitu menjalin relasi, yang mana teknik ini di lakukan dengan menjalin hubungan antar lembaga atau perusahaan. Seperti yang disampaikan Bapak Mukti Bagus Setiyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: "menjalin relasi kami belum berjalan akan tetapi kalau berkolaborasi dengan sekolah seperti adanya baksos (bakti sosial) kami sudah sering melakukannya".²¹

Teknik pengumpulan yang terakhir yaitu dengan mediasi para tokoh, cara ini adanya pihak ketiga dalam penyelesaian suatu perselisihan yang berperan sebagai penasehat atau menjembatani untuk menyelesaikan masalahnya. Hasil wawancara peneliti dengan bapak Mukti Bagus Setiyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: "cara tersebut kami pernah melakukannya akan tetapi dalam lingkup wakaf, untuk lingkup zakat pernah sebagai penasehat ketika ada para muzakki yang bingung atau belum paham mengenai takaran zakat, terutama zakat perusahaan".²²

Ditambahkan dengan Bapak Edy Susilo Prasetyo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan: "kalau untuk para tokoh yang berpengaruh seperti para kyai itu sangat membantu, setiap ucapannya sering

²⁰ Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023.

²¹ Mukti Bagus Setiyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023

²² Mukti Bagus Setiyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023

di dengar dan menjadi panutan. contoh seorang Gus Shofa ngendikan temui si A, Nah itu sudah jelas sasaran yang akan dijadikan donatur, jadi ketokohan para kyai itu sangat membantu dan kita (para *fundraiser*) tinggal masuk saja”.²³

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara tersebut bahwa Pelaksanaan *indirect fundraising* yang sudah dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun berupa *image campaign* yaitu di zaman sekarang yang serba teknologi mereka lebih menggunakan dan memanfaatkan lewat sosial media seperti instagram, facebook dan whatsapp dengan mereka membuat *meme*, *broadcast* atau konten yang simpel, menarik serta bahasanya yang mudah di pahami oleh para penonton. Selain itu dengan penyelenggaraan event berupa kotak koin yang di tempatkan ke sekolah, menjalin relasi ke sekolah-sekolah jenjang SD maupun SMP, dan mediasi para tokoh yaitu para kyai sekaligus penasehat LAZISNU Kota Madiun.

D. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Penghimpunan Dana ZIS yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun

Dalam proses strategi penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun pasti ada beberapa faktor pendukung agar mendapatkan dana yang melebihi target, seperti hasil wawancara dengan Bapak Edy Prasetyo Susilo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“Ada 3 faktor pendukung di antaranya: pertama, adanya tim yang solid. Kedua, jaringan Struktural, dari PCNU, MWC, dan ranting. Ketiga, pengaruh kyai, termasuk pondok pesantren punya kyai-kyai yang di tokohkan itu mempunyai jaringan. Para kyai itu kan sering di

²³ Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023.

dengarucapannya. Contoh seorang Gus Shofa sendiko dawuh, temui si A, nah dari situ sudah jelas sasaran yang akan di jadikan donatur. Jadi ketokohan para kyai atau pengaruh para kyai ini sangat membantu dan kita para tim fundraiser tinggal masuk saja. 3 item ini sangat bersinergi dan tidak bisa dipisahkan, jika ada salah satu goyang, lembaga ini tak akan bertahan sampai sekarang ini”.²⁴

Selain 3 item tersebut faktor pendukung lainnya yaitu dari penyebaran brosur, seperti yang di katakan oleh Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“Menyebarkan brosur menjadi salah satu pendukung dari strategi penghimpunan dana kami karena adanya strategi ini memudahkan *fundraiser* dalam menyampaikan program maupun kegiatan yang ada di LAZISNU Kota Madiun serta lebih memahami konsumen tentang dana ZIS itu seperti apa dan bagaimana juga untuk menarik perhatian mereka supaya bisa lebih memantapkan bahwa dana ZIS tersalurkan dengan tepat ”.²⁵

Faktor pendukung dari *Image Campaign* atau kampanye gambar. Hasil wawancara dengan Arina Hidayatul Istiqomah selaku tim media LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “Dalam penggalangan dana kami tidak hanya sekedar menyebar brosur pada acara event akan tetapi juga melalui sosial media seperti instagram, Facebook, Whatsapp, dan Twitter sehingga waktunya dapat fleksibel serta tidak banyak mengeluarkan tenaga atau SDM yang banyak selain itu bisa lebih luas jangkauannya di medsos serta lebih mudah di akses oleh siapapun dan kapanpun”.²⁶

Faktor pendukung lainnya adalah dari menjalin relasi. Hasil wawancara dengan Bapak Mukti Bagus Setyawan mengatakan:“lembaga kami sudah menjalin relasi dengan dua perusahaan advertising dan pabrik

²⁴ Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023.

²⁵ Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

²⁶ Arina Hidayatul Istiqomah, *Wawancara*, 13 Maret 2023.

gula. Jadi untuk lembaga lainnya kita sifatnya berkolaborasi tapi kalau di lembaga luar kami belum. Selain berkolaborasi kami dapat menyalurkan dana NU Smart kepihak sekolah yang di tujukan untuk anak-anak yang membutuhkan dana tersebut”.²⁷

Adapun faktor pendukung lainnya yaitu dari mediasi para tokoh. Seperti yang di katakan oleh Bapak Edy Prasetyo Susilo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun: “kalau untuk para tokoh yang berpengaruh seperti para kyai itu sangat membantu, setiap ucapannya sering di dengar dan menjadi panutan. contoh seorang Gus Shofa ngendikan temui si A, Nah itu sudah jelas sasaran yang akan dijadikan donatur, jadi ketokohan para kyai itu sangat membantu dan kita (para *fundraiser*) tinggal masuk saja”.²⁸

Di tambah dengan Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “untuk lebih memperdalam bagi mereka yang masih awal mengetahui tentang dana ZIS, dengan adanya para tokoh mereka lebih mengetahui wawasan serta bisa belajar untuk proses kedepan seperti apa dan bagaimana caranya biar lebih tepat kepada target sasaran (biar tidak salah data)”.²⁹

Selain faktor pendukung pastinya ada faktor penghambat dalam proses strategi penghimpunan dana. Faktor penghambat tersebut diantaranya:

²⁷ Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

²⁸ Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023.

²⁹ Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

1. *Direct Mail* atau penyebaran brosur

Dalam wawancara dengan Edy Prasetyo Susilo selaku ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “setiap pendukung pasti ada hambatan, penghambatan kami dalam penyebaran brosur kurangnya SDM, serta kurangnya pemahaman *fundraiser* akan dunia ZIS selain itu brosur mudah rusak, kotor bahkan hilang. Kadang bisa jadi tanpa sengaja masuk ketempat sampah karena mereka mengira sudah tak terpakai”.³⁰

Ditambahkan oleh Bapak Mukti Bagus Setyawan mengatakan: “karena dalam penyebaran brosur target kita atau calon donatur tidak semua akan paham tentang dunia ZIS sehingga kita memerlukan SDM yang banyak dalam hal menyampaikan program dan kegiatan di LAZISNU Kota Madiun”.³¹

2. *Direct Advertising* atau pemasaran langsung

Hasil wawancara dengan Bapak Edy Prasetyo Susilo mengatakan:

“Kalau udara adalah webnya sedangkan untuk lapangannya adalah majalahnya dalam penghimpunan tersebut kita belum berjalan karena kita terkendali pertama di waktu, kedua di SDM, Menangani hal ini belum spesifik, karena harus butuh dalam artian bisa menulis, bisa mengejawantahkan berita kegiatan kita di lapangan, ini yang menjadi kendala kita saat ini, sudah kita coba beberapa kali belum ada yang pas, ini yang masih terus kita upayakan”.³²

Dalam wawancara dengan Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

³⁰ Edy Prasetyo Susilo, Wawancara, 13 Maret 2023.

³¹ Mukti Bagus Setyawan, Wawancara, 24 Februari 2023.

³² Edy Prasetyo Susilo, Wawancara, 20 Maret 2023.

“Kekurangan kita dalam strategi penghimpunan dana yang melibatkan langsung dengan para donatur di bidang SDM, kita di LAZISNU Kota Madiun ada sebagian yang mengabdikan, kita berusaha profesional seperti lembaga lainnya, tetapi dalam rangka pengabdian itu yang susah di teman teman sekarang. Karena pekerjaan dan pengabdian suatu hal yang berbeda. Jadi di LAZISNU marketing kita kurang banyak tidak seperti lembaga-lembaga lainnya”.³³

3. *Advertorial* atau iklan yang di sajikan dengan gaya bahasa jurnalistik.

Melalui wawancara dengan Arin Hidayatul Istiqomah selaku tim media LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “di era jaman sekarang yang serba menggunakan teknologi, SDM untuk menangani hal tersebut kita belum punya, saat ini masih proses mencari SDM yang bisa menangani web seperti media charter dll tersebut”.³⁴

Ditambah lagi hasil wawancara dengan Bapak Edy Prasetyo Susilo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“kalau udara adalah webnya sedangkan untuk lapangannya adalah majalahnya dalam penghimpunan tersebut kita belum berjalan karena kita terkendali pertama di waktu, kedua di SDM, Menangani hal ini belum spesifik, karena harus butuh dalam artian bisa menulis, bisa mengejawantahkan berita kegiatan kita di lapangan, ini yang menjadi kendala kita saat ini, sudah kita coba beberapa kali belum ada yang pas, ini yang masih terus kita upayakan”.³⁵

4. *Image Campaign* atau kampanye gambar

Hasil wawancara dengan Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “kampanye besar merupakan suatu kegiatan yang besar dan tentunya membutuhkan dana dan massa yang banyak, sedangkan kami kekurangan dalam hal SDM.

³³ Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

³⁴ Arina Hidayatul Istiqomah, *Wawancara*, 13 Maret 2023.

³⁵ Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023

Selain itu, mereka tidak terlalu peduli atau sering mengabaikannya baik itu dalam dunia nyata maupun dunia sosmed”.³⁶

5. Menjalin Relasi atau menjalin hubungan dengan lembaga lain.

Melalui wawancara dengan Bapak Edy Prasetyo Susilo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“Faktor penghambat dalam penghimpunan dana dengan cara menjalin relasi kami ada, dalam artian jaringan itu tidak serta merta langsung terbentuk, nah itu membutuhkan waktu, terkadang apa yang sudah kita rintis ini orangnya ganti. Contoh kita ke rejo agung, pejabat yang bisa kita rintis ini orangnya diganti, akhirnya baru lagi, contoh lagi seperti Indomaret, mataraman sudah kita dapat, kita sudah menjalin komunikasi sudah deal tapi orangnya diganti, akhirnya mulai lagi dari nol dan itu salah satu penghambatnya”.³⁷

Ditambahkan dengan Bapak Mukti Bagus Setyawan selaku sekretaris LAZISNU Kota Madiun mengatakan:

“Selain itu tidak semua terbuka dengan kita. Karena adanya kompetitor LAZ yang lain seperti NH, Yatim Mandiri itu sudah masuk kesana terlebih dahulu, merubah mindset ini juga membutuhkan waktu dan kepercayaan. Jadi satu sisi seringnya berganti-ganti personal yang menangani hal itu atau faktor kompetitor, saat kita masuk mereka (para donatur) sudah mensalurkan di lembaga lain. Sebenarnya sudah kita upayakan tapi masih belum maksimal”.³⁸

6. Mediasi Para Tokoh

Hasil wawancara dengan Bapak Edy Prasetyo selaku Ketua LAZISNU Kota Madiun mengatakan: “penghambatnya terkadang karena yang di ambil dari sarannya para tokoh itu tadi dia sudah ke ZIS lain. Saat ini kita masuk mereka (para calon donatur) mengatakan “oh

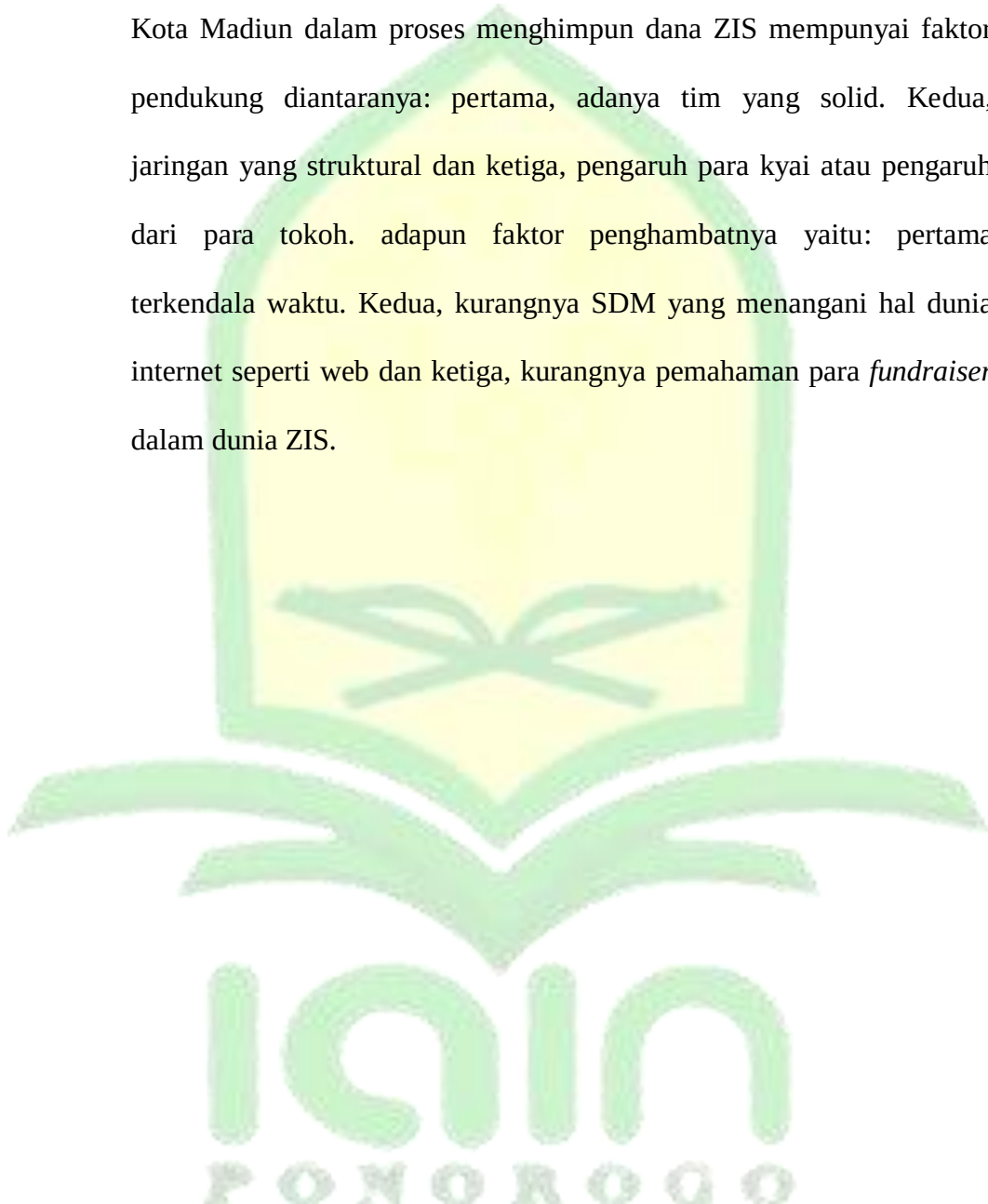
³⁶ Mukti Bagus Setyawan, Wawancara, 24 Februari 2023.

³⁷ Edy Prasetyo Susilo, Wawancara, 20 Maret 2023

³⁸ Mukti Bagus Setyawan, Wawancara, 24 Februari 2023.

ya maaf kita sudah ke lembaga lain” nah dari situ kita harus nunggu waktu atau proses”.³⁹

Berdasarkan paparan data diatas dapat disimpulkan di LAZISNU Kota Madiun dalam proses menghimpun dana ZIS mempunyai faktor pendukung diantaranya: pertama, adanya tim yang solid. Kedua, jaringan yang struktural dan ketiga, pengaruh para kyai atau pengaruh dari para tokoh. adapun faktor penghambatnya yaitu: pertama terkendala waktu. Kedua, kurangnya SDM yang menangani hal dunia internet seperti web dan ketiga, kurangnya pemahaman para *fundraiser* dalam dunia ZIS.



³⁹ Edy Prasetyo Susilo, Wawancara, 20 Maret 2023.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZIS DI LAZISNU

KOTA MADIUN

A. Analisis pelaksanaan *Direct Fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun

Dalam kegiatan *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari penghimpunan dana (*fundraising*) di suatu lembaga, maka dibutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan penghimpunan dana maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.¹ Menurut Saidi metode penghimpunan dana dua jenis yaitu: *direct fundraising* (secara langsung) dan *indirect fundraising* (secara tidak langsung).²

Direct fundraising adalah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti:

¹Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal Imara*, Volume 1, Nomor 1 (2017), 60.

²Miftahul Huda, *Pengelolaan Wakaf dalam perspektif fundraising*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 36-37.

1. *Direct Mail*

Strategi yang tidak melibatkan iklan yang di tempatkan di internet ataupun lainnya. Seperti penyebaran brosur yang langsung di sampaikan kepada calon donatur.

2. *Direct Advertising*

Strategi yang dilakukan dengan cara menawarkan suatu program kepada para donatur berdasarkan pemahaman program itu sendiri tentang kesediaan donatur untuk bergabung.

3. *Telefundraising*

Strategi yang dilakukan dengan via telfon kepada para calon donatur.

4. Presentasi Langsung

Strategi yang dilakukan dengan cara menjelaskan kepada para calon donatur mengenai profil, program serta kegiatan OPZ.³

Berdasarkan paparan data diatas, dapat di analisis bahwa pelaksanaan *direct fundraising* di LAZISNU Kota Madiun belum sesuai dengan teori *direct fundraising* oleh Saidi, dimana di LAZISNU Kota Madiun hanya menerapkan tiga, pertama *direct mail* berupa penyebaran brosur, *telefundraising*, dan presentasi langsung dengan menjelaskan profil, program dan kegiatan serta meminta dukungan ataupun bantuan untuk menjadi donatur dan tidak menerapkan satu yaitud*irect advertising*. Hal ini dikarenakan belum adanya SDM yang menangani *direct advertising*.

³Harman Malau, *Manajemen Pemasaran (teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global)*, (bandung: Alfabeta, 2017), 99.

Berdasarkan data diatas dapat dianalisis bahwa LAZISNU Kota Madiun tidak semuanya mereka lakukan karena kurangnya SDM untuk langsung terjun ke lapangan dan kurangnya pemahaman dari sebagian pengurus LAZISNU Kota Madiun khususnya para *fundraiser* dalam menjelaskan ZIS kepada para calon donatur.

B. Analisis pelaksanaan *Indirect Fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun

Menurut Saidi dalam proses penghimpunan dana ada 2 cara yang pertama *direct fundraising* dan kedua *indirect fundraising*. *Indirect fundraising* merupakan metode atau cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, cara tersebut diantaranya:

1. *Advertorial*

Strategi ini dilakukan dalam bentuk periklanan yang di sajikan dengan gaya jurnalistik atau di buat seperti berita tetapi di kendalikan oleh iklan.⁴

2. *Image Campaign* atau Kampanye Gambar

Strategi ini guna untuk mempromosikan lembaga melalui berbagai jenis media, baik secara online maupun offline. Hal tersebut dilakukan dengan menyebarkan brosur yang di tempelkan di tembok atau membuat broadcast yang di sebarakan melalui whatsapp.⁵

⁴Ratna Kartika Sari dkk, "Strategi Kreatif Menulis Advertorial Menggunakan Microsoft Word", *Jurnal Abdimas Bsi*, Volume 2 No 2 (2019), 307.

⁵Populix, "Campaign adalah: Pengertian, contoh, manfaat & cara membuat" <https://info.populix.co/articles/campaign-adalah/> (di akses 16 Januari 2022, 01.33).

3. Penyelenggaraan Event

Strategi ini dilakukan dengan mengadakan event seperti sosialisasi, diskusi, maupun seminar. Seperti mengadakan kegiatan kotak koin yang di sebarkan di sekolah-sekolah.⁶

4. Menjalin Relasi

Strategi ini dilakukan dengan menjalin hubungan antar lembaga atau perusahaan.⁷

5. Mediasi para tokoh

Adanya strategi ini bertujuan untuk menjadi pihak ketiga atau jembatan baik untuk para *fundraiser* maupun calon donatur.⁸

Dari data yang diperoleh peneliti, pada praktiknya bahwa LAZISNU Kota Madiun dalam *indirect fundraising*nya menerapkan 4, pertama *image campaign* yaitu di zaman sekarang yang serba teknologi mereka lebih menggunakan dan memanfaatkan lewat sosial media seperti instagram, facebook dan whatsapp dengan mereka membuat *meme*, *broadcast* atau konten yang simpel, menarik serta bahasanya yang mudah di pahami oleh para penonton. Kedua, penyelenggaraan event berupa kotak koin yang di tempatkan ke sekolah, ketiga menjalin relasi ke sekolah-sekolah jenjang SD maupun SMP dan keempat mediasi para tokoh yaitu adanya para kyai sebagai jembatan sekaligus penasehat LAZISNU

⁶Ruri Rahmadani, "Strategi Penghimpunan Dana Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zis Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Provinsi Jawa Timur", *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020), 27

⁷ Ibid, 28.

⁸Syahrizal Abbas, *Mediasi dalam Hukum Syariah, Hukum Adat & Hukum Nasional*, (Jakarta: Kencana, 2011), 25.

Kota Madiun dan tidak menerapkan 1 yaitu *advertorial* hal ini dikarenakan belum mendapatkan SDM yang menangani hal tersebut.

Berdasarkan teori dan hasil wawancara pada data di atas tersebut, penghimpunan dana ZIS di LAZISNU Kota Madiun sudah melakukan semuanya dengan semaksimal mungkin, hal ini di buktikannya dengan mereka masih terus berusaha mencari anggota atau karyawan yang cocok dalam menangani bidang web maupun majalah. Selain itu, mereka berusaha untuk meyakinkan para calon donatur yang merupakan bidikan atau saran dari para tokoh agar mau menginfakkan atau bersedekah ke LAZISNU Kota Madiun. Adapun upaya atau usaha mereka lainnya dibuktikan menjalin kerjasama dengan lembaga atau perusahaan lainnya walaupun dilapangannya mereka (lembaga atau perusahaan) sudah menjalin atau bersedekah di lembaga lain.

C. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Penghimpunan

Dana ZIS yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Madiun

Menghimpun dana merupakan kegiatan yang sangat penting, selain itu kegiatan ini sangat mempengaruhi maju mundurnya sebuah lembaga sosial maju mundurnya sebuah lembaga sosial bisa dilihat dari faktor pendukung dan penghambat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada pengurus LAZISNU Kota Madiun terdapat beberapa dukungan maupun hambatan dalam menghimpun dana ZIS. Faktor pendukung di antaranya: adanya tim yang solid, jaringan yang sudah terstruktur serta peran kyai yang dapat membantu para pengurus untuk

mendapat dana ZIS atau calon donatur. Selain itu adanya teknologi yang dapat membantu dalam proses menyebarkan atau memperkenalkan lembaga kepada masyarakat secara luas.

Adapun dalam proses penghimpunan dana tak selamanya berjalan dengan lancar dan tentunya ada penghambat, akan tetapi penghambat tersebut tidak akan menyurutkan semangat pengurus dalam proses menghimpun dana ZIS. Di antara faktor penghambat tersebut diantaranya:

Pertama, belum adanya SDM yang menangani dunia web serta pembuatan majalah. Kedua, tidak semua terbuka dengan LAZISNU Kota Madiun karena adanya kompetitor dengan lembaga sosial lainnya seperti adanya Nurul Hayat, Yatim Mandiri, dan BMH sehingga targetan untuk menjadi donatur sudah menginfakkan maupun mensedekahkan ke lembaga lain. Ketiga, pergantian jabatan ketika LAZISNU Kota Madiun sudah menjalin relasi dengan lembaga atau perusahaan lainnya terjadinya pergantian jabatan atau kepengurusan sehingga pengurus LAZISNU Kota Madiun harus merintis lagi dari awal.

Berdasarkan penjelasan di atas analisis penulis dalam proses menghimpun dana ZIS mempunyai faktor pendukung diantaranya: pertama, adanya tim yang solid. Kedua, jaringan yang struktural dan ketiga, pengaruh para kyai atau pengaruh dari para tokoh. adapun faktor penghambatnya yaitu: pertama terkendala waktu. Kedua, kurangnya SDM yang menangani hal dunia internet seperti web dan ketiga, kurangnya pemahaman para *fundraiser* dalam dunia ZIS.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dan analisis yang telah di paparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *direct fundraising* yang dilakukan LAZISNU Kota Madiun hanya berupa *direct mail* berupa penyebaran brosur, *telefundraising*, dan presentasi langsung dengan menjelaskan profil, program dan kegiatan serta meminta dukungan ataupun bantuan untuk menjadi donatur.
2. Pelaksanaan *indirect fundraising* yang sudah di lakukan oleh LAZISNU Kota Madiun berupa *image campaign* yaitu di zaman sekarang yang serba teknologi mereka lebih menggunakan dan memanfaatkan lewat sosial media seperti Instagram, Facebook dan WhatsApp dengan mereka membuat *meme*, *broadcast* atau konten yang simpel, menarik serta bahasanya yang mudah di pahami oleh para penonton. Selain itu dengan penyelenggaraan event berupa kotak koin yang di tempatkan ke sekolah, menjalin relasi ke sekolah-sekolah jenjang SD maupun SMP, dan mediasi para tokoh yaitu para kyai sebagai jembatan sekaligus penasehat LAZISNU Kota Madiun.
3. Faktor pendukung dalam penghimpunan dana ZIS di antaranya: adanya tim yang solid, jaringan yang sudah terstruktur serta peran kyai yang dapat membantu para pengurus untuk mendapat dana ZIS atau

calon donatur. Selain itu adanya teknologi yang dapat membantu dalam proses menyebarkan atau memperkenalkan lembaga kepada masyarakat secara luas.

Adapun faktor penghambat dalam penghimpunan dana ZIS diantaranya: Pertama, belum adanya SDM yang menangani dunia web serta pembuatan majalah. Kedua, tidak semua terbuka dengan LAZISNU Kota Madiun karena adanya kompetitor dengan lembaga sosial lainnya seperti adanya Nurul Hayat, Yatim Mandiri, dan BMH sehingga targetan untuk menjadi donatur sudah menginfakkan maupun mendedekahkan ke lembaga lain. Ketiga, pergantian jabatan ketika LAZISNU Kota Madiun sudah menjalin relasi dengan lembaga atau perusahaan lainnya terjadinya pergantian jabatan atau kepengurusan sehingga pengurus LAZISNU Kota Madiun harus merintis lagi dari awal.

B. Saran

Strategi *fundraising* di LAZISNU Kota Madiun untuk kedepannya dapat berkembang lebih baik lagi yakni dengan menggunakan media sosial agar lebih maksimal dan meluas lagi seperti pembuatan web untuk segera di jalankan. Selain itu meningkatkan pemahaman pengurus tentang dunia ZIS.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afifudin dkk. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. Pustaka Setia.
- Abbas, Syahrizal. 2011. Mediasi dalam Hukum Syariah, Hukum Adat & Hukum Nasional. Jakarta. Kencana.
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Huda, Miftahul. 2012. Pengelolaan Wakaf dalam perspektif fundraising. Jakarta. Kementrian Agama RI.
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran (teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global). Bandung. Alfabeta.
- Rianto Al Arif, M. Nur. 2012. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Yusuf, Muri. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta. Kencana..

Skripsi

- Tamam, Ade Badru. “Strategi Fundraising dana ZIS pada LAZISNU Kota Bogor” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018).
- Yafie, Ali. “Strategi Penghimpunan Zakat melalui Layanan Jemput dalam Meningkatkan Kepatuhan Muzaki di LAZDA Rizki Jember” *Skripsi* (Jember: UIN Kiai Achmad Siddiq, 2023).

Riski Fauziyah, Ana. “Strategi Penghimpunan Zakat Pegawai Negeri Sipil Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Lumajang” *Skripsi* (Jember: UIN Kiai Achmad Siddiq, 2022).

Shafira, Anastasia. “Analisis Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Zis Dalam Masa Pandemi Covid-19 Pada Yayasan Lagzis Peduli Surabaya” *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021).

Rudi Setiawan, Ahmad. “Studi Analisis Terhadap Strategi Penghimpunan Zakat Di Rumah Zakat” *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo, 2019).

Riana, Defi . “Metode Strategi *Fundraising* pada Pembangunan Madrasah Ibtidaiyah An- Nafis Kecamatan Bungkal Kabupaten Ponorogo” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021)

Fitrianti, Isnaini. “Efektivitas Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah (Zis) di Baznas Kota Kediri” (Kediri: IAIN Kediri, 2022)

Febriani, Mega. “Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zakat Pada Program Pendidikan Etos Id Di Lpi Dompot Dhuafa Bogor” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022).

Reagen, Muhammad Ronald. “Dampak Penerapan Strategi *Fundraising* terhadap peningkatan pengelolaan Dana Zakat” *Skripsi* (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2018).

Latifurrahman, Mohammad. “Analisis Strategi Penghimpunan Dan Distribusi Dana Zakat Di Azka Baitul Amin Jember”. (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022).

Rahmadani, Ruri. “Strategi Penghimpunan Dana Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zis Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Timur” *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020).

Ainun Nisa, Salma. “Analisis Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat Infak Dan Sedekah Melalui Strategi Jemput Zakat” *Skripsi* (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022).

Khotimah, Usnul. “Strategi Penghimpunan Zakat Melalui Telemarketing Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Inisiatif Zakat Indonesia Kantor Perwakilan Riau” *Skripsi* (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2022)

Azmi, Ulul. "Strategi Fundraising Zis Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Baznas Kabupaten Bungo Provinsi Jambi" *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022).

Tesis

Zahroh, Fathimatuz. “Analisis Efisiensi Pada Implementasi Fintech Dalam E-Zakat Sebagai Strategi Penghimpunan Dana Zakat Oleh Lazizmu Dan Nurul Hayat” *Tesis* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019).

Jurnal

Annarizki dkk. 2020. *Integrated Marketing Communication* Pt Indosat Dalam Mensosialisasikan Perubahan *Corporate Identity* Kepada Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 9 Nomor 3.

Istiqomah dkk.2021. Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri. Kediri. *Jurnal At-Tamwil*. Volume 3 Nomer 1.

Widi Nopiardo. 2017. Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar. Batu Sangkar. *Jurnal Imara*. Volume 1, Nomor 1.

Arief Teguh Nugroho. 2021. Analisis Strategi *Fundraising* Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah *Muzakki*.Karawang. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*. Volume 06 Nomer 01.

Ratna Kartika Sari dkk. 2019. Strategi Kreatif Menulis Advertorial Menggunakan Microsoft Word. *Jurnal Abdimas Bsi*. Volume 2 Nomer 2.

Royyan Ramdhani Djayusman Dkk. 2017. Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah. Ponorogo. Academia: *Islamic Economics Journal*, Vol. 3 Nomer 01.

Septia Sakinah Rizki Utama. 2022. Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Pada Lembaga Amil Zakat Al Washliyah Beramal. Medan. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*. Volume 2 Nomer 3.

Mudzakir Ilyas. 2021. Strategi Dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq Dan Shodaqoh. Palembang. *Jurnal Adl Islamic Economic*. Volume 2 Nomor 1.

Website

NU CARE- LAZISNU Banglarangan. Sejarah NU CARE – LAZISNU Balarangan. <http://www.lazisnubanglarangan.or.id/p/sejarah-visi.html>, di Akses 11 Desember 2022, 13.16.

Populix. Campaign adalah: Pengertian, contoh, manfaat & cara membuat <https://info.populix.co/articles/campaign-adalah/>. di akses 16 Januari 2022, 01.33.

Yuli Rianto, “LAZISNU di Sidoarjo Canangkan Program NU Smart untuk dhuafa. <https://www.nu.or.id/daerah/lazisnu-di-sidoarjo-canangkan-program-nu-smart-untuk-dhuafa-PjkmT>. di akses 11 Desember 2022, 13.48

Wawancara

Arina Hidayatul Istiqomah, *Wawancara*, 13 Maret 2023.

Dwi Kurnia, *Wawancara*, 24 Februari 2023

Edy Prasetyo Susilo, *Wawancara*, 20 Maret 2023.

Mukti Bagus Setyawan, *Wawancara*, 24 Februari 2023

