

**“ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* LEMBAGA
AMIL ZAKAT MELALUI *PLATFORM*
E-COMMERCE”**
**(Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah
Zakat)**

Skripsi ini Diajukan Sebagai
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE)



Oleh:

Siti Sahara Siregar

NIM: 15110806

PRODI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF (MZW)

FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM

INSTITUT ILMU AL-QUR`AN (IIQ) JAKARTA

2019 M / 1440 H

**“ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* LEMBAGA
AMIL ZAKAT MELALUI *PLATFORM*
E-COMMERCE”
(Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah
Zakat)**

Skripsi ini Diajukan Sebagai
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE)



Oleh:

Siti Sahara Siregar

NIM: 15110806

Pembimbing:

Dr. Hendra Kholid, MA

PRODI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF (MZW)

FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM

INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA

2019 M / 1440 H

PERSETUJUAN PEMBIMBINGAN

Skripsi dengan judul “*Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-Commerce (Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat)*” yang disusun oleh Siti Sahara Siregar, Nomor Induk: 15110806 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke sidang Munaqasyah.

Jakarta, 16 Agustus 2019

Pembimbing



Dr. Hendra Kholid, MA

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Menggunakan *Platform E-Commerce* (Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat)” oleh Siti Sahara Siregar dengan NIM 15110806 telah diujikan pada sidang Munaqasyah Fakultas Syariah & Ekonomi Syariah Institut Ilmu Al-Qur’an Jakarta pada tanggal 16 Agustus 2019. Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Jakarta, 16 Agustus 2019
Dekan Fakultas Syariah
Institut Ilmu Al-Qur’an


Dra. Hj. Muzayyanah, MA

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang,


Dra. Hj. Muzayyanah, MA

Sekretaris Sidang,


Dra. Hj. Nur Izzah Anshor, MA


Penguji I,


Indra Marzuki, MA

Penguji II,


Syafaat Muhari, ME

Pembimbing


Dr. Hendra Kholid, MA

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Siti Sahara Siregar**

NIM : 15110806

Tempat Tanggal Lahir : Sipaho, 06 Juni 1996

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “*Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui E-Commerce (Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat*” adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Jakarta, 16 Agustus 2019


**METERAI
TEMPEL**
TGA 20
CE94EAF95077469
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Siti Sahara Siregar

MOTTO

“pendidikan adalah senjata paling mematikan di dunia, karena dengan pendidikan, anda dapat mengubah dunia”

(Nelson Mandela)

Apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dengan rahmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesabaran serta segala jalan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “*Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui E-Commerce*”. Hanya kepada-Nya kita memanjatkan puja-puji, memohon pertolongan dan ampunan. Hanya kepada-Nya pula kita memohon perlindungan dari keburukan diri dan kejahatan amal perbuatan. Dialah Tuhan sang pencipta hukum yang tiada hukum paling Agung melainkan hukum ciptaan-Nya.

Shalawat dan salam teriring *mahabbah* semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang mengikuti ajaran beliau hingga akhir zaman. Dialah pemungkas para nabi yang kemuliannya lebih utama dari pada manusia dan makhluk lainnya. Dialah *Insan Kamil* yang paling bertakwa dan paling taat akan perintah-perintah Allah SWT. Rasul yang sangat mencintai ummatnya. Ridha Allah agar bisa hidup berdampingan dengan Rasulullah Saw, di surga merupakan cita-cita setiap ummatnya.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis tidak sedikit menemui hambatan dan cobaan. Namun, penulis berusaha menghadapi semuanya dengan *Ikhtiar* dan *Tawakal*. Penulis sadar dengan sepenuh hati bahwa skripsi ini hanyalah setitik debu untuk meniti jalan menuju orang-orang besar dan keterbatasan kemampuan penulis

sebagai manusia biasa yang jauh dari kesempurnaan. Namun penulis sudah berusaha untuk memberikan yang terbaik dalam penyelesaian penulisan skripsi ini dan semua bisa dilalui dengan bimbingan dan motivasi dan do'a yang tak henti-hentinya dari orang-orang yang ada disekitar penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Prof. Dr. Hj Huzaemah Tahido Yanggo, MA beserta stafnya yang telah memberikan fasilitas selama proses belajar mengajar.
2. Dekan Fakultas Syariah, Ibu Dra. Hj. Muzayyanah, MA, terimakasih atas semangat, masukan dan motivasinya untuk penulis. Terimakasih atas segala kesabaran yang ibu berikan kepada penulis dalam mendengarkan keluh kesah dalam proses penyelesaian skripsi.
3. Pembimbing skripsi, Bapak Dr. Hendra Kholid, Ma. Yang telah meluangkan waktu dan bersedia dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. CEO Platform Zakat Bersama, bapak Ishak Maulana terimakasih atas kesempatan yang diluangkan, dan data-data yang diberikan sangat bermanfaat dalam memudahkan penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Syariah yang telah memberikan pengajaran serta ilmu-ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Penghormatan yang tiada tara kepada kedua orang tuaku yang tercinta yaitu Bapak Ahmad Sulaiman Siregar dan Ibu Minta

Uba Harahap yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu, dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah.

7. Abang saya, Amsaluddin Harahap yang selalu memberikan semangat.
8. Teman-teman manajemen zakat wakaf 2015, yang mengajarkan arti kebersamaan. Yang selalu memberikan semangat, mengingatkan dikala salah, dan mendengarkan curhatan penulis, semoga persahabatan ini tidak pernah putus.

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis tercatat sebagai amal ibadah yang di terima di sisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna,, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan pengetahuan para pembaca. *Aamin yaa rabbal a'lamin.*

Jakarta, 16 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Pembatasan Masalah	6
3. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka.....	8
E. Metodologi Penelitian.....	11
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II STRATEGI <i>FUNDRAISING</i> LEMBAGA AMIL ZAKAT, DAN <i>E-COMMERCE</i>.....	
A. Konsep Umum Strategi <i>Fundraising</i>	17
1. Pengertian Strategi <i>Fundraising</i>	17
2. Metode <i>Fundraising</i>	20
3. Manfaat Strategi <i>Fundraising</i>	21
B. Lembaga Amil Zakat	25
1. Pengertian Lembaga Amil Zakat	25

2.	Dasar Hukum Lembaga Amil Zakat	27
3.	Tugas Lembaga Amil Zakat.....	28
C.	Konsep Umum <i>E-Commerce</i>	30
1.	Pengertian <i>E-Commerce</i>	30
2.	Dasar Hukum <i>E-Commerce</i>	32
3.	Manfaat Penghimpunan Melalui <i>E-Commerce</i>	36
4.	Penghimpunan Lembaga Amil Zakat Melalui <i>E-Commerce</i>	38
BAB III PENERAPAN STRATEGI <i>FUNDRAISING</i> MELALUI <i>E-COMMERCE</i> PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT		
A.	Aksi Cepat Tanggap	
1.	Sejarah Aksi Cepat Tanggap.....	41
2.	Landasan Hukum	43
3.	Visi Misi Aksi Cepat Tanggap.....	43
4.	Program Aksi Cepat Tanggap	45
5.	Struktur Organisasi	46
B.	Dompot Dhuafa	
1.	Sejarah Dompot Dhuafa	47
2.	Landasan Hukum	48
3.	Visi Misi Dompot Dhuafa	49
4.	Program Dompot Dhuafa	49
5.	Struktur Organisasi	52
C.	Rumah Zakat	
1.	Sejarah Rumah Zakat	53
2.	Landasan Hukum	54
3.	Visi Misi Rumah Zakat	55
4.	Program Rumah Zakat	56
5.	Sruktur Organisasi.....	58
BAB IV ANALISIS <i>FUNDRAISING</i> LEMBAGA AMIL ZAKAT MELALUI <i>E-COMMERCE</i>		
A.	Strategi <i>Fundraising</i> Lembaga Amil Zakat Melalui <i>E-commerce</i>	59
B.	Dampak Strategi <i>Fundraising</i> Lembaga Amil Zakat Melalui <i>E- commerce</i>	60

BAB V PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	96
B. SARAN.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Dalam penulisan skripsi di IIQ Jakarta, transliterasi Arab-Latin mengacu pada berikut ini:

1. Konsonan

أ	: a	ط	: th
ب	: b	ظ	: zh
ت	: t	ع	: ‘
ث	: ts	غ	: gh
ج	: j	ف	: f
ح	: <u>h</u>	ق	: q
خ	: kh	ك	: k
د	: d	ل	: l
ذ	: dz	م	: m
ر	: r	ن	: n
ز	: z	و	: w
س	: s	ه	: h
ش	: zy	ء	: ’
ص	: sh	ي	: y
ض	: dh		

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Tunggal	Vokal Rangkap
Fathah : a	أ: â	أِي: ai
Kasrah : i	إي: î	أُو: au
Dhammah : u	و: û	

Contoh :
عَامِلَةٌ نَاصِبَةٌ : *‘Âmilatun Nâshibah*
الْآيَةُ الْكُبْرَى : *al-Âyat al-Kubrâ*

e. Huruf Kapital

Sistem penulisan huruf Arab tidak mengenal huruf kapital, akan tetapi apabila telah dialih aksarakan maka berlaku ketentuan Ejaan yang Disempurnakan (EYD) Bahasa Indonesia, seperti penulisan awal kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Ketentuan yang berlaku pada EYD berlaku pula dalam alih aksara ini, seperti cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*) dan ketentuan lainnya. Adapun untuk nama diri yang diawali dengan kata sandang, maka huruf yang ditulis capital adalah awal nama diri, bukan kata sandangnya. Contoh : Ali Hasan al-Aridh, al-Asqallani, al-Farmawi dan seterusnya. Khusus untuk penulisan kata Al-Qur'an dan nama-nama surahnya menggunakan huruf kapital. Contoh : Al-Qur'an, Al-Baqarah, Al-Fatihah dan seterusnya.

ABSTRAK

Siti Sahara Siregar, NIM: 15110806, “Analisis Strategi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Melalui *E-Commerce* (*Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat*)”. Program Studi Manajemen Zakat Wakaf (Ekonomi Islam), Fakultas Syariah & Ekonomi Islam, Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta, 1440H/2019M.

Skripsi ini dilatarbelakangi tentang *fundraising* menjadi salah satu keberlangsungan Lembaga Amil Zakat, keberhasilan *fundraising* memerlukan adanya strategi yang sesuai perkembangan zaman, yaitu *e-commerce*. *E-commerce* saat ini menjadi strategi dalam melakukan *fundraising*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitas yaitu metode untuk mengungkapkan dan memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa saja dari penelitian. Menganalisis data berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dari praktisi dan ahli *e-commerce*, dokumentasi, dan observasi langsung menggunakan aplikasi *e-commerce* yang digunakan Lembaga Amil Zakat.

Hasil dari penelitian ini, menunjukkan *pertama* LAZ ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat memiliki strategi *fundraising* yang hampir mirip sama yaitu memanfaatkan sistem *e-commerce* seperti Tokopedia, Blibli, Shopee dalam menghimpun donasi infak, sedekah, wakaf dari masyarakat. Akan tetapi LAZ ACT, DD, RZ memiliki tujuan program yang berbeda yaitu ACT dibidang sosial dan kemanusiaan, Dompot Dhuafa di bidang kesehatan dan pendidikan, sedangkan Rumah Zakat di bidang pemberdayaan masyarakat. *Kedua* penerapan strategi *fundraising* LAZ melalui *e-commerce* telah berdampak positif terhadap penghimpunan donasi infak, sedekah, wakaf LAZ ACT, DD, RZ yang bersumber dari masyarakat. Faktanya terjadi peningkatan penghimpunan pada setiap *e-commerce* yang menjual program LAZ ACT, DD, RZ.

Kata Kunci : Strategi, *Fundraising*, Lembaga Amil Zakat, dan *E-commerce*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Survey internasional *World Giving Index* 2018 yang dirilis menempatkan Indonesia di peringkat teratas daftar negara paling dermawan sedunia, disusul Australia, Selandia Baru, Amerika, dan Irlandia. Indeks ini mengukur tiga aspek kebaikan yang dilakukan masyarakat suatu negara yakni membantu orang yang tidak dikenal, memberi sumbangan, dan menjadi relawan.¹

Masyarakat Indonesia, di tengah berbagai kesulitan, masih bergairah menyumbang dan bersedekah. Pada tahun 2018 98% responden mengaku pernah menyumbang, saat ini hampir semua responden (99.6%) mengaku pernah menyumbang. Dibandingkan dengan hasil survei 2004, jumlah rata-rata sumbangan masyarakat untuk individu mengalami kenaikan dari Rp 884.985 menjadi Rp 926.750 per individu setiap tahunnya. Kenaikan juga terjadi pada sumbangan non-keagamaan yang meningkat dari Rp 301.515 menjadi Rp 325.775 per individu setiap tahunnya. Seperti telah ditunjukkan di atas terjadi kenaikan signifikan.²

Organisasi penggalang dana merupakan organisasi nirlaba yang bekerja untuk membuat dunia menjadi lebih baik. Sedangkan organisasi sosial nirlaba adalah organisasi atau lembaga yang melaksanakan pelayanan sosial dan pengembangan sosial, dibentuk oleh sekelompok orang berdasarkan nilai-nilai sosial yang hidup di

¹ <https://m.detik.com/news/filantropis-kedermawanan-di-Indonesia> diakses pada tanggal 1 Agustus 2019

² <https://www.kedermawanansosial.com/> di akses tanggal 1 Agustus 2019

dalam masyarakat, serta didukung oleh adanya altruisme dalam kehidupan manusia, yaitu niat untuk keluar dari kepentingannya sendiri untuk selanjutnya peduli setia kawan terhadap kepentingan orang lain, terutama orang yang membutuhkan. Mengingat sifat organisasi tersebut yang tidak berorientasi profit, maka organisasi tersebut dituntut mampu memobilisasi sumber-sumber dana yang diperlukan untuk membiayai organisasi itu agar dapat beroperasi, dapat melakukan perluasan dan pengembangan, mengurangi hidup bergantung, dan agar organisasi dapat berjalan secara efektif.³

Perkembangan dunia filantropi Islam semakin hari semakin dinamis. Walau lembaga-lembaga filantropi baru terus tumbuh dan bermunculan lembaga amil zakat tetap ada dan bahkan bertambah banyak. Belum lagi sejumlah personal, media cetak, media online dan sejumlah televisi serta toko atau swalayan berjejaring juga mulai melakukan penggalangan donasi kepedulian dan aktivitas filantropis lainnya. Ditengah situasi ini, lembaga-lembaga zakat terus eksis dan secara perlahan menuju perbaikan pengelolaan dananya. Segala ilmu, teknik, atau strategi dan pendekatan baru dalam dunia bisnis, manajemen, akuntansi, dan juga pengelolaan komunitas dalam pemberdayaan masyarakat diserap dan diimplementasikan dengan cepat.

Menggalang dana bagi lembaga sosial bukanlah pekerjaan yang mudah dilaksanakan, baik secara personal maupun secara institusi. Karena ada berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh

³ Fahrurrozi, Jurnal Administrasi Pendidikan Vol. XIV No. 1 April 2012

para fundraiser. Dalam penggalangan dana dibutuhkan kejelian, kecermatan, persiapan matang dan cara yang profesional.⁴

Lembaga Amil Zakat sebagai pilar solusi umat harus menjadi jalan pemecah masalah yang ada. Lembaga zakat harus *aware* atau sadar terhadap *Maqashid Syari'ah* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari diturunkannya syariat Islam. *Maqashid Syari'ah* adalah, “kemaslahatan bagi manusia dengan memelihara kebutuhan *dharuriah* dan menyempurnakan kebutuhan *Hajiyat* dan *Tahsiniat* mereka.”⁵ Keberhasilan pengelolaan ZIS dalam mensejahterakan ekonomi umat sangat ditentukan amil. Oleh sebab itu, seluruh muzaki sangat diharapkan berzakat dan berdonasi melalui amil yang ditunjuk oleh Negara.⁶

Dalam lembaga pengelola amil zakat, *fundraising* merupakan salah satu dasar keberlanjutan dan pendukung keberhasilan program lembaga atau organisasi. Untuk mencapai keberhasilan diperlukan adanya strategi. Strategi menjadi kepentingan perusahaan atau organisasi guna mencapai tujuan.⁷ Untuk mencapai tujuan organisasi tersebut, cara dan bentuk strategi yang digunakan bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan zaman. Kecanggihan teknologi saat ini adalah melakukan transaksi tanpa bertemu langsung (*e-commerce*). Di Indonesia banyak *e-commerce* yang berkembang pesat dan tidak hanya digunakan untuk transaksi dalam jual beli

⁴ Muhsin Kalida, *Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan*, (UIN Sunan Kalijaga Press, 2011), h. 153

⁵ Nana Sudiana, dkk, *Siapa Memudahkan dia Dimudahkan*, (Jakarta: IZI), h. 11

⁶ Kumpulan Khutbah Zakat Tentang Berbagai Aspek Ibadah Zakat (Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional), h. 1-2

⁷ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 17

produk saja. Dalam perkembangannya di Indonesia, *e-commerce* menjadi salah satu strategi *fundraising* yang dilakukan oleh beberapa lembaga amil zakat.⁸ *E-commerce* menjadi pilihan banyak perusahaan karena dapat meningkatkan efektifitas perusahaan secara efisien dengan artian modalnya yang relatif murah. Perusahaan tidak perlu menyewa atau membeli gedung khusus untuk bisnisnya, karena internet merupakan sumber daya utama yang dibutuhkan dalam bisnis tersebut. Kemudahan ini menjadi daya tarik bagi masyarakat dan organisasi pengelola zakat. Mengingat zaman yang semakin berkembang dan masyarakat cukup antusias pada salah satu kemudahan transaksi tersebut, kini organisasi pengelola zakat mulai mengatur strategi untuk menggabungkan *e-commerce* dan *fundraising*.⁹

Sistem pembayaran yang sering digunakan saat ini adalah melalui internet dan mobile.¹⁰ Banyak urusan muamalah (interaksi dan transaksi sosial), yang menuntut ke arah pengelolaan yang lebih *profesional*.¹¹ Dengan kemudahan yang didapat melalui fasilitas teknologi informasi yaitu maka tujuan dan hikmah zakat, infak, sedekah dan wakaf uang akan mudah tercapai. Untuk memudahkan layanan dalam pengumpulan LAZNAS,¹² melalui digital *online*. Lembaga amil zakat seperti Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, Aksi Cepat Tanggap telah menggunakan *e-commerce* sebagai strategi

⁸M Anwar Sani, *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 8

⁹Jony Wong, *Internet Marketing For Beginners*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo), h. 34

¹⁰Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia), h. 45

¹¹Muhammad Amin Suma, *Sinergi Fikih dan Zakat dari Zaman Klasik hingga Kontemporer*, (Kholam Publishing Ciputat, 2019), Cet. ke 1, h. 1

¹²Oneng Nurul Bariyah, *Total Quality Management Zakat*, (Wahana Kardofa FAI UMJ), h. 65

fundraising dengan membuat program-program lembaga yang dikemas dan ditawarkan di *e-commerce* seperti Shopee.co.id, Blibli.Com, dan Tokopedia.Com. Peningkatan transaksi ZIS dan donasi berbasis platform sangat potensial penghimpunannya. Sehingga semakin banyak mustahik dapat terbantu, hal tersebut terbukti dengan meningkatnya transaksi donasi melalui lembaga, seperti Aksi Cepat Tanggap telah memberi manfaat kepada 38.006.287 mustahik, jumlah relawan sebanyak 253.425 orang, dan donatur 304.983 orang, dan jangkauan 76 Negara. Penghimpunan zakat, infak dan sedekah Rumah Zakat selama ramadhan tahun 2018 tercapai 103 persen dari target. Terjadi kenaikan penghimpunan ZIS sebesar 20 persen dari ramadhan tahun lalu, pada ramadhan tahun lalu mencapai 70 miliar. Ada beberapa faktor yang membuat penghimpunan ZIS meningkat. Pemahaman masyarakat Indonesia terhadap ZIS sudah baik. Artinya sosialisasi lembaga-lembaga filantropi berhasil mensosialisasikan ZIS ke masyarakat. Selain itu ditunjang oleh kemudahan membayar zakat yang disediakan lembaga-lembaga filantropi.¹³ Dompot Dhuafa Perkembangan transaksi dunia digital kini semakin diminati, seiring melesatnya dunia perkembangan tersebut. Sejumlah kanal donasi yang bergulir di *e-commerce*, terus mengalami peningkatan. Sehingga kemudahan terus tercipta untuk masyarakat milenial saat ini.¹⁴

Lembaga Amil Zakat yang memudahkan ummat meraih kebahagiaan dunia akhirat lewat zakat dan donasi filantropi, pengelolaan zakat dari masyarakat dengan menjalankannya secara

¹³<https://www.rumahzakat.org/penghimpunan-zis-rumah-zakat-di-ramadhan-capai-103-persen> di akses tanggal 1 Agustus 2019, 09.42 WIB

¹⁴<http://www.dompetdhuafa.org/> diakses tanggal 23 juli 2019, 09.40 WIB

profesional, amanah, berjangkauan luas (global) demi membangun kesejahteraan masyarakat yang berhak menerimanya melalui program-program sosial, keagamaan, dan kemanusiaan.

Lembaga Amil Zakat Nasional seperti Aksi Cepat Tanggap, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, mengembangkan penghimpunan dana ziswaf melalui *e-commerce*.¹⁵ Perkembangan teknologi ini dimanfaatkan untuk menawarkan program-program Lembaga Amil Zakat agar penghimpunan meningkat, dan banyak masyarakat atau mustahik yang bisa dibantu. Dengan hadirnya *e-commerce* mempermudah calon donatur berdonasi.¹⁶

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lanjut dengan judul: **“Analisis Strategi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Melalui *E-Commerce* (Studi Komparatif ACT, Rumah Zakat, Dan Dompot Dhuafa)”**

B. Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari permasalahan di atas ada beberapa hal yang dapat diidentifikasi dari penelitian, diantaranya adalah:

- a. Bagaimana penerapan strategi *fundraising* melalui *E-Commerce* di Lembaga Amil Zakat?
- b. Bagaimana dampak penerapan strategi *fundraising* terhadap peningkatan penghimpunan melalui *e-commerce* di Lembaga Amil Zakat?

2. Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah

¹⁵ <http://www.zakatbersama.id/> diakses tanggal 30 juli 2019

¹⁶ Didin Hafidhuddin,dkk, *Membangun Peradaban Zakat*, (Ciputat: Divisi Publikasi Institut Manajemen Zakat, 2007), h. 52

Dalam penelitian ini penulis memberikan batasan masalah pada pelaksanaan penelitian ini tidak melebar dan tetap dalam ruang lingkupnya. Batasan pembahasan dalam penelitian ini yaitu strategi *fundraising* melalui *e-commerce* karena *e-commerce* merupakan salah satu bentuk *fundraising* Lembaga Amil Zakat.

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut penulis merumuskan pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana penerapan strategi *fundraising* melalui *e-Commerce* di Lembaga Amil Zakat?
- b. Bagaimana dampak penerapan strategi *fundraising* terhadap peningkatan penghimpunan melalui *e-commerce* di Lembaga Amil Zakat ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Ada beberapa tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini, yaitu untuk mengetahui:

- a. mengidentifikasi strategi *fundraising* yang diterapkan Lembaga Amil Zakat melalui *E-Commerce*.
- b. Menganalisa dampak dari strategi *fundraising* pada peningkatan penghimpunan melalui *E-Commerce*.

2. Manfaat penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmiah di bidang ilmu *fundraising* zakat, khususnya bagi akademisi yang konsentrasi pada zakat.

b. Bagi Praktisi

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model *fundraising* di lembaga pengelola zakat.

D. Tinjauan Pustaka

Sebagaimana tujuan dari tinjauan pustaka ini berisi tentang kajian yang sejalan dengan tema yang akan dibahas oleh penulis untuk menghindari penilitian objek yang sama. Jadi tinjauan pustaka diambil dari beberapa buku yang berkaitan dengan pembahasan yang akan diteliti.

Berdasarkan beberapa hal, maka peneliti akan mempertegas beberapa tinjauan pustaka yang berkaitan dengan judul “**Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platfrom E-Commerce (Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat)**”, maka peneliti akan menguraikan beberapa tinjauan pustaka yang berkaitan pada penelitian kali ini, yaitu:

1. Skripsi yang disusun oleh Desy Nurhayati Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang berjudul “ *Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infaq, Sedekah*” pada tahun 2017. Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Syariah untuk memenuhi Syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H). Dalam skripsi ini menjelaskan tentang Strategi peningkatan pengumpulan Zakat, Infaq dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Sumedang. Persamaan penelitian penulis adalah menganalisa strategi untuk meningkatkan pengumpulan dana ZIS. Pembeda penelitian

yang akan saya teliti ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dalam melakukan *fundraising* yang dilakukan oleh lembaga amil zakat dengan menggunakan teknologi digital yaitu *e-commerce*.

2. Skripsi ini disusun oleh Dzurriyatun Nafiah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul Efektifitas “*Strategi Digital Marketing Pada penghimpunan dana Zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS) dengan pendekatan Direct Rating Method (DRM) (Studi kasus NU CARE-LAZISNU Jakarta Pusat*”, pada tahun 2018. Skripsi ini diajukan untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Ekonomi Syariah. Dalam skripsi ini menjelaskan tentang Di era millennial sekarang ini, internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Dengan hadirnya kemudahan informasi melalui internet, Lembaga Zakat harus mampu mengambil peluang dalam pengoptimalisasian zakat di era digital marketing dalam menghimpun dana zakat, infaq, shodaqoh. Persamaan penelitian adalah menganalisa strategi menggunakan digital online. Pembeda penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dalam melakukan *fundraising* yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat dengan menggunakan teknologi digital yaitu *e-commerce*.
3. Skripsi ini disusun oleh Barokatul Rizkiani Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta yang berjudul “*Strategi Pengumpulan Dan Penyaluran Zakat Profesi (Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Indramayu)*”, pada tahun 2017. Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Syariah untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H). Dalam skripsi ini menjelaskan tentang pengelolaan pengelolaan pendistribusian serta pendayagunaan

zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Indramayu. Strategi pengumpulan dana zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Indramayu diambil dari potong gaji pegawai atau karyawan setelah mencapai haul dengan potong setiap bulan 2,5%. Persamaan penelitian adalah untuk menganalisa strategi peningkatan pengumpulan zakat. Perbedaan penelitian yang akan saya teliti ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dalam melakukan *fundraising* yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat dengan menggunakan teknologi digital yaitu *e-commerce*.

4. Skripsi ini disusun oleh Ahmad Nursamsi UIN Syarif Hidayatullah yang berjudul “*Manajemen Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*”. Jurusan manajemen zakat wakaf fakultas Ekonomi Syariah, pada tahun 2016. Skripsi ini diajukan untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Ekonomi Syariah. Penelitian ini membahas mengenai penerapan fungsi-fungsi manajemen dan langkah-langkah manajemen penghimpunan yang sesuai dengan teori BAZNAS. Persamaan penelitian adalah menganalisa manajemen penghimpunan dana. Perbedaan penelitian yang akan saya teliti ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dalam melakukan *fundraising* yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat dengan menggunakan teknologi digital yaitu *e-commerce*.
5. Skripsi ini disusun oleh Meike Siti Nurhalijah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat Melalui E-Commerce*”. Fakultas Ilmu Dan Ilmu Komunikasi, pada tahun

2017. Skripsi ini diajukan untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dalam melakukan penghimpunan yang dilakukan BAZNAS Pusat melalui *E-Commerce*. Persamaan penelitian adalah menganalisa strategi *fundraising* melalui *e-commerce*. Pembeda penelitian yang akan saya teliti ini adalah studi komparatif di Lembaga Amil Zakat Nasional seperti Aksi Cepat Tanggap, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat.

E. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang diambil oleh peneliti adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode ini sangat berbeda dengan metode analisis kuantitatif karena metode ini datanya dapat diambil dari sumber manapun, berbeda dengan metode kuantitatif yang mengambil datanya dengan parameter untuk menguji hipotesa yang diajukan. Analisis data kualitatif mengorganisasikan data, memilih dan memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari menemukan apa yang penting dan memutuskan apa yang dituliskan.¹⁷Tujuan penelitian metode kualitatif mencari makna pengalaman partisipan, maka arah penelitian harus disesuaikan dengan masukan dari informan. Jadi titik berangkatnya adalah informasi partisipan. Praduga dan konsep penelitian harus disingkirkan. Hal ini mengungkap aspek lain dari metode kualitatif adalah aspek demokratis. Maksudnya bahwa masukan penting ide, pendapat dan pikiran

¹⁷ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta, PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2017), Cet. Ke-7, h. 33

mereka diakomodasi. Metode kualitatif memperlakukan partisipan benar-benar sebagai subjek dan bukan objek. Disinilah partisipan menemukan dirinya sebagai yang berharga, karena informasinya sangat bermanfaat.¹⁸

Metode kualitatif juga disebut dengan metode postpositivistik dikarenakan berbasas pada filsafat postpositivistik, selain itu metode ini juga disebut dengan metode artistik dikarenakan proses penelitiannya yang dilakukan cenderung berseifat seni atau kurang terpola. Tidak hanya itu, sebutan lain dari metode ini yaitu metode oenelitian naturalistik dikarenakan penelitian yang dilakukan dalam kondisi alamiah.¹⁹

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*applied research*) dan bersifat kualitatif, yakni penelitian tentang riset yang bersifat deksriptif dan cenderung menggunakan analisis kualitatif. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perkembangan teknologi.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka dengan ini peneliti memilih subjek penelitian langsung kepada aplikasi *e-commerce* dan para praktisi ZISWAF.
- b. Sedangkan sebagai objek penelitiannya yaitu mengenai strategi *fundraising* Lembaga Amil Zakat dan dampak strategi komunikasi marketing dalam meningkatkan

¹⁸ Conny R Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristikn dan Keunggulannya*, (Jakarta, Pt. Grasindo, 2010) cet. 1 h.8

¹⁹ M. Arief Mufraini, *Metodologi Penelitian Bidang Studi Ekonomi Islam*, (Ciputat, Uin Jakarta Press, 2013), cet, pertama, h. 6

penghimpunan di *e-commerce* yang dilakukan Lembaga Amil Zakat ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat.

3. Sumber Data

Sumber data penelitian terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder.

- a. Sumber data Primer yaitu mendapatkan data serta berita langsung dari subjek dan objeknya dengan wawancara dan observasi kepada para ahli *e-commerce* dan praktisi ZIS dan data yang langsung diperoleh oleh peneliti dari aplikasi *e-commerce*.
- b. Sumber data sekunder atau observasi yang merupakan data yang bersifat normatif atau filosofis. Maka peneliti mendapati sumber tersebut dengan mengutip makalah-makalah dan karya ilmiah yang dipublish di laman *website* setiap lembaga.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan mencari melalui sebagai berikut:

- a. Penelitian kepustakaan (*Library Research*) yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan kunjungan langsung ke beberapa perpustakaan untuk sumber tertulis baik itu berupa buku, karya ilmiah dan sumber tertulis lainnya yang bersangkutan dengan pembahasan penulis. Penelitian ini merupakan kegiatan tela'ah pustaka dengan teknik dokumentasi terhadap sumber-sumber buku, kitab-kitab, surat kabar, majalah dan lain-lainnya yang

mendukung dengan kegiatan penulis serta dapat dijadikan acuan dalam suatu penelitian.

- b. Penelitian Lapangan (*field Research*) yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan kegiatan observasi langsung kepada objek yang diteliti, adapun penelitian ini dilakukan dengan cara mengobservasi data-data dan dokumen langsung kepada objek yang diteliti dan pendapat para pakar ziswaf lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun teknik yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1) Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data yang dilakukan dengan cara menanyakan kepada praktisi ziswaf dan ahli *e-commerce* secara langsung tentang beberapa hal yang diperlukan dari suatu fokus penelitian.²⁰

2) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di *e-commerce* yang bermitra dengan Lembaga Amil Zakat tersebut.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dan mengkaji berbagai sumber tertulis seperti *website*, *crowdfunding*, media konvensional, seperti baliho,

²⁰Abd. Rahman A. Ghani, *Metodologi Penelitian Tindakan Sekolah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 176

spanduk setiap lembaga, sumber berita lain yang didapatkan sebagai hasil penelitian dari Lembaga Amil Zakat.

5. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, peneliti melakukan analisis dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu peneliti menganalisis data berdasarkan informasi-informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan studi dokumentasi, pengamatan melalui *e-commerce* yang bermitra dengan Lembaga Amil Zakat, yang selanjutnya diambil kesimpulan.

F. Teknik dan Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penyusunan dan untuk mempermudah pembahasan pada skripsi ini, maka teknik penulisan merujuk kepada pedoman yang diberlakukan di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta tahun 2017. Sedangkan sistematika penulisan bertujuan untuk menjelaskan bagian-bagian yang akan ditulis dan dibahas dari penelitian ini secara sistematis, penelitian dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan. Bab ini disajikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, studi kajian teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : STRATEGI *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL ZAKAT MELALUI *E-COMMERCE*

Dalam bab ini menguraikan dengan teoritis berdasarkan tinjauan pustaka dan literature mengenai strategi, *fundraising*, Lembaga Amil Zakat, *e-commerce*.

BAB III : PENERAPAN STRATEGI *FUNDRAISING* LEMBAGA AMIL ZAKAT MELALUI *PLATFROM E-COMMERCE*

Dalam bab ketiga ini meliputi pembahasan tentang pengenalan Lembaga Amil Zakat, (Aksi Cepat Tanggap, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa) seperti: gambaran umum tentang sejarah, visi dan misi, struktur kepengurusan, program-program, dan penerapan *fundraising* Lembaga Amil Zakat melalui *e-commerce*.

BAB IV : ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* AMIL ZAKAT MELALUI *PLATFROM E-COMMERCE*

Bab keempat ini merupakan bab terpenting dari penelitian, karena dalam bab ini membahas pokok permasalahan yang ada pada skripsi ini, yaitu membahas analisis hasil penelitian strategi *fundraising* Lembaga Amil Zakat, dan dampak strategi *fundraising* untuk meningkatkan penghimpunan.

BAB V :PENUTUP

Bab kelima yaitu berisi penutup yang merupakan kesimpulan dari apa yang telah dituliskan di atas serta menunjukkan pokok-pokok penting dari keseluruhan pembahasan ini dan diakhiri dengan saran bagi penelitian lebih lanjut.

menghimpun dana Rp 175.088.750, Dompot Dhuafa menghimpun dana Rp 353.470.000. Pada *e-commerce* Tokopedia, Lembaga Amil Zakat Aksi Cepat Tanggap menghimpun dana Rp 1.970.845.000, Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat menghimpun Rp 505.925.000, Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa menghimpun Rp 166.286.000. sedangkan pada *e-commerce* Blibli, Lembaga Amil Zakat Aksi Cepat Tanggap mengumpulkan dana Rp 151.350.000, Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat menghimpun dana Rp 23.475.000, Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa menghimpun dana Rp 28.750.000.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, peneliti menyimpulkan.

1. Lembaga Amil Zakat memiliki *Fundraising* yang hampir mirip sama yaitu memanfaatkan sistem *e-commerce* seperti Tokopedia, Blibli, Shopee dalam menghimpun donasi infak, sedekah, wakaf dari masyarakat. Akan tetapi Lembaga Amil Zakat ACT, Dompot Dhuafa, dan Rumah Zakat memiliki tujuan program yang berbeda yaitu Aksi Cepat Tanggap di bidang sosial dan kemanusiaan, Dompot Dhuafa di bidang kesehatan dan pendidikan, sedangkan Rumah Zakat di bidang pemberdayaan masyarakat.
2. Penerapan strategi *fundraising* Lembaga Amil Zakat Aksi Cepat Tanggap, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat melalui *e-commerce* telah berdampak positif terhadap penghimpunan donasi infak, sedekah, wakaf Lembaga Amil Zakat ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat yang bersumber dari masyarakat. Faktanya terjadi peningkatan penghimpunan pada setiap *e-commerce* yang menjual program Lembaga Amil Zakat.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka penulis memberikan saran untuk membangun dan meningkatkan *fundraising* Lembaga Amil Zakat. Adapun saran dari penulis yaitu:

1. Meningkatkan kerjasama dengan *e-commerce* lain dalam penghimpunan dana.

2. Mengoptimalkan sosial media setiap Lembaga Amil Zakat sebagai laman informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, Sri, *Manajemen Strategik*, Tangerang: Binarupa Aksara Publisher, 2008
- Bariyah, Oneng Nurul, *Total Quality Management Zakat*, Wahana Kardofa FAI UMJ, 2007
- Basyuni, Muhammad M, *Esai-Esai Keagamaan*, Jakarta: FDK Press, 2006
- Didin Hafidhudin, *The Power Of Zakat*, Malang: UIN Malang Press, 2006
- Grant, James, *Strategic Management* Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002
- Hamali, Arif Yusuf, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Jakarta: Kencana, 2016
- Hakim, Abdul, *Manajemen Harta Wakaf Produktif dan Investasi dalam Ekonomi Syariah*, Riptek, 2017
- Hafiduddin, Didin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, Jakarta: Gema Insani, 2002
- Jony, *Internet Marketing For Beginners*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007
- Jafaruddin, Masriadi Sambo, *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*, Perpustakaan Nasional: Prenadamedia Group, 2017, Cet pertama
- Kardiman, A.M, *Pengantar Ilmu Manajemen*, Jakarta: Pronhallindo, 2016
- Kalida, Muhsin, *Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan*, UIN Sunan Kalijaga Press, 2011
- Kusmayadi, Eka, *Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Banten: Universitas Terbuka, 2009
- Sudiana, Nana, *Siapa Memudahkan dia Dimudahkan*, Jakarta: IZI, 2016
- Kumpulan Khutbah Zakat Tentang Berbagai Aspek Ibadah Zakat Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional
- Kementrian Agama, *Manajemen Pengelolaan Zakat* Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama Republik Indonesia, 2009
- Manajemen Pengelolaan Zakat Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009
- Mochlasin, *Manajemen Zakat dan Wakaf Indonesia*, Salatiga : STAIN Salatiga Press, 2014
- Purwanto, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Yogyakarta: Teras, 2009
- Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 2009
- Suhandang, Kustadi, *Strategi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014

- Sudirman, Zakat Dalam Pusaran Arus Modernitas, Malang: UIN Malang Press, 2007
- Sani, M Anwar, *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008
- Suma, Muhammad Amin, *Sinergi Fikih dan Zakat dari Zaman Klasik hingga Kontemporer*, Kholam Publishing Ciputat, 2019, Cet. ke 1
- Silver, Harvey F, *Strategi-Strategi Pengajaran*, Jakarta: PT indeks, 2014
- Sanjaya, Wina, *Strategi pembelajaran berorientasi standar proses pendidikan*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006
- Sambo, Masriadi, *Media Relations Kontemporer*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015
- Purkon, Arip, *Bisnis Online Syariah*, 2008
- Rusmanti, *Manajemen Pemasaran Berbasis IT*, 2016
- Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat Kementerian Agama Republika Indonesia Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat Tahun 2012
- Wahyuni, Agustinus Sri, *Manajemen Strategik*, Pamulang: Binarupa Aksara Publisher, 2016
- Yusup, Pawit M, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016

JURNAL:

- Fahrurrozi, *Jurnal Administrasi Pendidikan* Vol. XIV No. 1 April 2012
- Ridwan, Murtadho, *Analisis Model Fundraising dan Distribusi Dana Zakat di UPZ Desa Wonoketinggal Karanganyar Demak*, dalam Jurnal Penelitian Vol.10, No.2, Agustus 2016
- Marwing, Arman, *Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan Fundraising Zakat*, vol. 02, No. 01, Oktober 2015

Undang-Undang:

- Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Zakat
- Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat
- Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 210/PMK. 010/2018

Internet:

<https://m.detik.com/news/filantrofis-kedermawanan-di-Indonesia>

<https://www.kedermawanansosial.com/>

<https://www.rumahzakat.org/penghimpunan-zis-rumah-zakat-di-ramadhan-capai-103-persen>

<https://www.dompethuafa.org>

<https://izi.or.id/layanan-via-zakatpedia>

<https://www.rumahzakat.org/>

<https://www.dompethuafa.org/>

<https://act.id/tentang/sejarah>

<https://act.id/tentang/legal>

https://act.id/tentang/visi_misi

<https://www.globalzakat.id/program>

<https://www.globalqurban.id/program>

<https://act.id/tentang/manajemen>

<http://Shopee.co.id/>

<https://Tokopedia.com/>

<https://www.dompethuafa.org/about>

https://www.dhompethuafa.org/about_visi_misi/

<https://www.dompethuafa.org/program/>

<https://www.dompethuafa.org/>