



# INVESTIGASI FUNDRAISING ZAKAT INFAQ SHADAQAH DI LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ SHADAQAH NAHDLATUL ULAMA (LAZISNU) KABUPATEN PAMEKASAN

Achmad Jufri<sup>1</sup>, Iqbal Rafiqi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

<sup>2</sup>Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan Sumenep

Email: [achmadjufri95@gmail.com](mailto:achmadjufri95@gmail.com) [iqbalrafiqy96@gmail.com](mailto:iqbalrafiqy96@gmail.com)

## ABSTRACT:

LAZISNU Pamekasan Regency as one of the amil zakat institutions which has quite high in 2018, which reached a total revenue of Rp. 1.5 Billion. Based on this, there are three focus studies in this research, namely: first, how to analyze the implementation of the Zakat Infaq Shadaqah (ZIS) fundraising strategy at the Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Institute of Pamekasan Regency; second, how to evaluate or control the fundraising strategy carried out by LAZISNU Pamekasan Regency. This study uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Sources of data obtained through interviews, observation and documentation. The informants are supervisors, core management, and fundraising staff. While checking the validity of the data is done through persistence of observation and triangulation. The results showed that the implementation of the zakat infaq shadaqah fundraising strategy at LAZISNU Pamekasan Regency was carried out in collaboration with other organizations or agencies under the auspices of NU and institutions or companies. The first strategy that was prepared was to form a competent LAZISNU board. In the early stages, LAZISNU conducted mapping and data collection on prospective donors and muzakki (identification or segmentation and targeting) to determine the appropriate fundraising method. There are two methods used, namely direct fundraising and indirect fundraising. In addition, LAZISNU also provides special services for donors in the form of a donation pick-up service. Evaluation of the strategy or controlling fundraising zakat infaq shadaqah at LAZISNU Pamekasan Regency is held every month which is packaged with the column "lailatul ijtima" to correct and improve strategy implementation so that it remains consistent in carrying out the fundraising strategy even though it is faced with internal and external problems.

**Keywords** : *Fundraising, Zakat Infaq Sadaqah*



## ABSTRAK

LAZISNU Kabupaten Pamekasan sebagai salah satu lembaga amal zakat memiliki pencapaian yang cukup tinggi pada tahun 2018, yakni mencapai jumlah penerimaan sebesar Rp. 1,5 Miliar. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat dua fokus kajian dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana analisis implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Pamekasan; *kedua*, bagaimana evaluasi atau *controlling* strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah Pembina, pengurus inti, dan *fundraising* staff. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan pengamatan dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implemmentasi strategi *fundraising* zakat infaq shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan dilakukan bekerjasama dengan organisasi atau banom-banom lain dibawah naungan NU dan institusi atau perusahaan. Strategi pertama yang dipersiapkan adalah membentuk pengurus LAZISNU yang kompeten. Pada tahap awal, LAZISNU melakukan pemetaan dan pendataan calon-calon donator dan muzakki (identifikasi atau segmentasi dan *targetting*) untuk menentukan metode *fundraising* yang tepat. Metode yang dipakai ada dua, yaitu *direct fundraising* dan *indirect fundraising* Selain itu, LAZISNU juga memberikan pelayanan khusus bagi donator berupa layanan antar jemput donasi. Evaluasi strategi atau *controlling fundraising* zakat infaq shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan diadakan setiap bulan yang dikemas dengan koloman "*lailatul ijitma*" untuk mengoreksi dan memperbaiki implementasi strategi agar tetap konsisten menjalankan strategi *fundraising* meskipun dihadapkan pada masalah internal dan eksternal.

**Kata Kunci:** *Fundraising, Zakat Infaq Shadaqah*

## PENDAHULUAN

Manusia disisi Allah hanyalah penerima amanah untuk mengelola harta yang dimiliki sebagaimana perintah-Nya. Agar harta yang dimiliki mendapatkan keberkahan dan tidak menjerumuskannya ke dalam api neraka, maka pemilik harta harus menggunakannya sesuai dengan kaidah agama. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengeluarkan hak yang terdapat di dalamnya, sedikit maupun banyak melalui zakat, infaq maupun shadaqah yang merupakan hak maklum terhadap fakir miskin dan *mustahiq*



lainnya.<sup>1</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-An'am ayat 141 sebagai berikut:

وَأْتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*"Dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan dikeluarkan zakatnya) dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan".<sup>2</sup>*

Penyaluran *zakat, infaq dan shadaqah* tersebut dapat dilakukan melalui sebuah lembaga yang memang mengelolanya. Berdasarkan firman Allah SWT dalam surah At-Taubah ayat 60 tentang 'Amil Zakat dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah di Indonesia yang dilakukan oleh BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan dibantu oleh LAZ (Lembaga Amil Zakat)<sup>3</sup>, menunjukkan bahwa pengelolaan zakat tidak dilakukan secara individual, melainkan melalui sebuah lembaga atau institusi perantara yang disebut 'Amil Zakat. Hal ini juga didukung oleh pendapat Ascarya bahwa zakat merupakan ketentuan wajib dalam sistem ekonomi Islam (*obligatory zakat system*) sehingga pelaksanaannya melalui institusi atau lembaga resmi negara yang memiliki ketentuan hukum.<sup>4</sup> Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Berdasarkan sensus pada tahun 2010, jumlah pemeluk Islam di Indonesia sebesar 207.176.162 jiwa atau 87,18% dari total penduduk Indonesia.<sup>5</sup> Dengan jumlah penduduk muslim yang sangat besar tersebut, tentunya potensi penerimaan atau pengumpulan zakat, infaq dan shadaqah di Indonesia sangat besar pula. Menurut Ketua BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), Bambang Sudibyo, potensi zakat Indonesia pada tahun 2017

<sup>1</sup> Yusuf Qardhawi, *Shadaqah: Cara Islam Mengentas Kemiskinan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm.100.

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...* hlm.147.

<sup>3</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Bab II, Pasal 5, ayat (1) dan Pasal 17

<sup>4</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 10.

<sup>5</sup> BPS, *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama Yang dianut*, diakses dari <https://pkub.kemenag.go.id/files/pkub/file/file/Data/zuqi1368036766.pdf> pada tanggal 11 Desember 2018



mencapai Rp. 217 triliun. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan realitas pengumpulan zakat pada tahun tersebut yang hanya mencapai Rp.6.224.371.269.471 atau hanya terealisasi 2,87%. Angka tersebut meningkat sebesar 1,67% dari tahun sebelumnya. Sementara ini, zakat masih mendominasi pengumpulan secara nasional dengan kisaran 67,4% dan sisanya, 32,6% adalah infaq, shadaqah dan dana sosial keagamaan lainnya.<sup>6</sup> Agar dana zakat, infaq dan shadaqah terhimpun secara maksimal, maka disinilah peran lembaga amal zakat untuk melakukan suatu strategi penghimpunan atau *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah dengan meyakinkan *muzakki* bahwa zakat, infaq dan shadaqah akan lebih terasa manfaatnya apabila disalurkan melalui lembaga amal zakat.

Adanya selisih yang sangat besar antara potensi pengumpulan ZIS di Indonesia dengan realitas dana ZIS yang terkumpul salah satunya adalah disebabkan oleh kurang maksimalnya strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat. Siti Rohmawati menjelaskan dalam penelitiannya bahwa adanya fluktuasi penghimpunan dana ZIS di LAZIS Baitur Rahman Semarang disebabkan oleh penghimpunan yang belum digarap secara maksimal. Selain itu, manajemen *fundraising* mulai dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dana ZIS masih belum matang sehingga tidak dapat mempertahankan peningkatan persentase penghimpunan dana ZIS setiap tahunnya.<sup>7</sup> Lain halnya dengan Jahar, menurutnya, beberapa faktor yang menyebabkan masih rendahnya realisasi penghimpunan zakat yaitu masih

---

<sup>6</sup> Badan Amil Zakat Nasional, *Statistik Zakat Nasional 2017*, diakses dari [https://pustaka.baznas.go.id/index.php?p=show\\_detail&id=18](https://pustaka.baznas.go.id/index.php?p=show_detail&id=18) pada tanggal 12 Desember 2018.

<sup>7</sup> Siti Rohmawati, "Analisis Manajemen *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah (LAZIS) Baitur Rahman Semarang", (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018), hlm. 8. Diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/7958/1/132411024.pdf> pada tanggal 10 Februari 2019



lemahnya koordinasi dan sinergi antarlembaga zakat, kepercayaan masyarakat dan kapasitas lembaga zakat.<sup>8</sup>

LAZISNU Kabupaten Pamekasan berdiri sejak tanggal 16 Rajab tahun 2016. Meskipun usianya masih sangat muda, namun lembaga ini berhasil menghimpun dana ZIS cukup besar setiap tahunnya. Berdasarkan wawancara dengan ketua LAZISNU, K. Mahrus Shafi, besar penerimaan pada tahun 2018 mencapai 1,5 Miliar.<sup>9</sup> Besarnya angka ini dapat melebihi penerimaan Lembaga Amil Zakat yang telah mendapat pengakuan dari BAZNAS dalam ajang BAZNAS Award 2018 sebagai Lembaga Amil Zakat yang memperoleh penghargaan sebagai kategori LAZNAS dengan pertumbuhan penghimpunan terbaik 2018. LAZNAS tersebut adalah Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Kabupaten Pamekasan.

Tabel 1.1 Penerimaan ZIS LAZISNU Kabupaten Pamekasan  
Periode Mei-Agustus Tahun 2018

Jenis Penerimaan	Nominal
Zakat	Rp. 805.867.000,-
Non Zakat (Infaq-Shadaqah)	Rp. 171.076.000,-
Natura	Rp. 2.200.000,-
Dana Non Halal Bunga Bank	Rp. 11.185,-
<b>Total Penerimaan</b>	<b>Rp. 979.154.185,-</b>

Sumber: data diolah Laporan Keuangan LAZISNU

Berdasarkan latarbelakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam tentang strategi *fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) di LAZISNU Kabupaten Pamekasan dengan judul penelitian “*Fundraising Zakat Infaq Shadaqah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Pamekasan*” yang mencakup kajian komprehensif

<sup>8</sup> Asep Saepudin Jahar, “Masa Depan Filantropi Islam Indonesia”, *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS) Ke - 10* (Banjarmasin, November 2010), hlm. 683. Diakses dari <https://scholar.google.co.id/citations?user=MkfcKUcAAAAJ&hl=id> pada tanggal 10 Februari 2019

<sup>9</sup> K. Mahrus Shafi, Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung pada tanggal 19 Februari 2018 pukul 18.25 WIB – 19.18 WIB



mengenai analisis implementasi, mekanisme evaluasi/*controlling* dan prospek LAZISNU di masa yang akan datang.

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis implementasi strategi *fundraising* pada LAZISNU Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui mekanisme evaluasi/*controlling* yang telah diterapkan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan.

### **TEORI DAN HIPOTESIS**

#### **Strategi *Fundraising* Zakat *Infaq Shadaqah***

Dalam kegiatan *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donator, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari *fundraising*, maka suatu lembaga membutuhkan 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.<sup>10</sup>

Strategi *fundraising* menghasilkan analisis mengenai faktor internal dan eksternal organisasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan apa yang akan ditawarkan atau dijual oleh organisasi serta kepada siapa sesuatu itu akan dijual. Senada dengan pendapat Hamid Abidin bahwa strategi *fundraising* merupakan suatu alat analisis untuk mengenali sumber pendanaan yang potensial, metode *fundraising* dan mengevaluasi kemampuan organisasi

---

<sup>10</sup> Suci Utami Wikaningtyas dan Sulastiningsih, "Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Bantul", *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 2, No. 01, (Juli, 2015), hlm. 136. Diakses dari <http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/view/169> pada tanggal 14 Maret 2019



dalam memobilisasi sumber dana.<sup>11</sup> Secara lebih sederhana, strategi *fundraising* merupakan sederetan tahapan mulai dari formulasi, implementasi dan evaluasi strategi.

a. Formulasi Strategi

Formulasi atau merumuskan strategi merupakan hal yang sangat kompleks. Hal ini disebabkan oleh tujuan-tujuan strategis suatu organisasi yang merupakan hasil dari wewenang, misi, visi maupun nilai-nilai keorganisasian akan diracik dan diolah menjadi strategi yang objektif. Dalam memformulasikan suatu strategi organisasi, terdapat beberapa hal yang harus ditetapkan, diantaranya:

- 1) Perencanaan untuk mencapai sasaran-sasaran yang hendak diraih guna mewujudkan sebagian atau keseluruhan visinya.
- 2) Langkah apa yang akan ditempuh untuk meraih sasaran-sasaran yang telah direncanakan sebelumnya.

Pada tahap selanjutnya, strategi-strategi yang telah direncanakan dibagi dalam perencanaan program-program riil berjangka pendek, menengah dan panjang yang bisa terjangkau, perencanaan operasional, serta perencanaan berbagai aktivitas.<sup>12</sup>

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan langkah yang krusial dalam proses strategi. Nilai atau manfaat yang dirasakan masyarakat bukan dari formulasi suatu strategi melainkan oleh implementasi yang memadai dari strategi tersebut. Mayoritas orang masih beranggapan bahwa pengimplementasian dari suatu strategi merupakan suatu proses alamiah yang akan mengalir begitu saja mengikuti formulasi strategi. Tentu ini merupakan suatu

---

<sup>11</sup> Hamid Abidin dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, serta Strategi Penggalangannya*, (Depok: Pustaka, 2009), hlm. 134

<sup>12</sup> Aime Heene dkk, *Manajemen Strategik keorganisasian public*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), hlm. 172.



anggapan yang keliru karena sukses atau gagalnya implementasi strategi tergantung dari baik.

1) Kendala-Kendala Implementasi Strategi

- a) Gaya manajemen atasan-bawahan yang serba intruksional atau yang serba bebas (*laissez-faire*).
- b) Strategi yang tidak jelas dan prioritas-prioritas yang tumpang tindih.
- c) Tim manajer senior yang tidak edukatif dan kurang komunikatif.
- d) Komunikasi vertikal yang tersendat.
- e) Komunikasi horizontal yang tersendat.
- f) Kompetensi kepemimpinan yang kurang memadai.<sup>13</sup>

2) Faktor Pendukung Implementasi Strategi

- a) Sistem informasi dari organisasi.
- b) Kemampuan proses belajar dari organisasi.
- c) Pengalokasian sarana-prasarana organisasi secara menyeluruh.
- d) Struktur organisasi yang baku (termasuk pula sistem-sistem *monitoring* dari organisasi).
- e) Kebijakan tentang manajemen SDM dari organisasi.
- f) Merangkul pengaruh politis ditubuh organisasi.
- g) Kultur dari organisasi.<sup>14</sup>

3) Evaluasi Strategi

Evaluasi merupakan salah satu fungsi manajemen yang lebih dikenal dengan istilah *controlling* atau pengendalian. Menurut Stephen dan Mary, pengendalian adalah proses mengawasi (*monitoring*), membandingkan (*comparing*) dan mengoreksi (*correcting*) kinerja.<sup>15</sup> Menurut Nickles dan McHugh dalam Erni Trisnawati, pengendalian merupakan sebuah langkah taktis yang digunakan untuk memastikan apakah seluruh kegiatan yang dilakukan organisasi berjalan sesuai

<sup>13</sup> Ibid, hlm. 179.

<sup>14</sup> Ibid, hlm. 181-182.

<sup>15</sup> Stephen P Robbins dan Mary coulter, Manajemen, edisi 10 (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 179





dengan apa yang direncanakan dan ditargetkan di awal.<sup>16</sup> Dalam hal ini, pengendalian berfungsi untuk menjaga kesesuaian antara rencana dan tindakan atau implementasi yang dilakukan organisasi.

Dalam proses pengendalian, Usman Efendi menyatakan bahwa terdapat beberapa yang harus dilakukan, sebagai berikut: Penetapan standar, Pengukuran pelaksanaan kegiatan, Membandingkan kinerja dengan standar, Melakukan tindakan koreksi.<sup>17</sup>

Pendapat Usman di atas didukung oleh pendapat Rivai dan Darsono yang menyebutkan bahwa terdapat tiga aktivitas utama evaluasi strategi, yaitu:

- a. Meneliti perumusan strategi apakah berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal, atau secara subjektif oleh manajemen puncak.
- b. Membandingkan rencana kerja dengan kinerja (*actual*).
- c. Membuat koreksi untuk perbaikan perumusan dan implementasi strategi.<sup>18</sup>

Secara umum, langkah evaluatif atas strategi memiliki dua sasaran. Pertama-tama perlu dievaluasi terlebih dahulu sampai sejauh mana pilihan maupun maupun hasil dari strategi memenuhi harapan-harapan yang telah dicanangkan. Kedua, sudah selayaknya pula jika lamanya waktu berkiprah menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan seberapa besar strategi itu akan direvisi.

Menurut Hamid Abidin, Strategi *fundraising* merupakan siklus *fundraising* yang terdiri dari proses identifikasi calon donator, pengelolaan dan penjagaan donator, penggunaan metode *fundraising*,

---

<sup>16</sup> Erni Trisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 8

<sup>17</sup> Usman Efendi, *Asas Manajemen* (Jakarta: Raja Wali Pers, 2014), hlm. 212

<sup>18</sup> Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 195.



serta memonitoring dan mengevaluasi *fundraising* sekaligus penerapannya.<sup>19</sup>

- a. Identifikasi calon donator
- b. Pengelolaan dan penjagaan donator
- c. Penggunaan metode *fundraising*
- d. *Monitoring* dan evaluasi *fundraising*.<sup>20</sup>

Abu Bakar dan Muhammad mengungkapkan tahapan-tahapan dalam strategi *fundraising* ZIS menjadi empat tahapan sebagai berikut:

- a. Tahap Pertama
  - 1) Menentukan segmen dan target muzakki.
  - 2) Menetapkan *positioning strategy*, terutama yang menyangkut keunggulan BAZ.
- b. Tahap Kedua
  - 1) Penyiapan SDM dan system operasi yang mampu meraih kepercayaan dari *muzakki*.
  - 2) Menyusun atau membenahi SDM yang memiliki moral dan kompetensi yang tepat.
  - 3) Memilih pengurus-pengurus organisasi zakat yang memiliki komitmen dan kompetensi untuk mengembangkan organisasi zakat utamanya dalam mengelola dan mensosialisasikan visi dan misi organisasi zakat.
  - 4) Membangun sistem dan prosedur yang baik yang mendukung terpenuhinya standardisasi operasional dan menghindari penyimpangan, serta membuat dokumentasi dengan baik.
  - 5) Membuat pelatihan bagi pengurus organisasi zakat tentang tata cara menghimpun zakat.
- c. Tahap Ketiga, membangun sistem komunikasi dengan penekanan pada:

---

<sup>19</sup> Hamid Abidin dkk, *Membangun Kemandirian*, hlm. 134

<sup>20</sup> Muhammad dan Abu Bakar, *Manajemen Organisasi.....* hlm. 96-97



- 1) Pembangunan *database*, yaitu mereka yang memenuhi kriteria sebagai *muzakki* utama, yang akan menjadi sasaran dari kegiatan komunikasi.
  - 2) Membangun sistem komunikasi yang permanen yang memungkinkan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan organisasi zakat secara utuh.
  - 3) Memilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan secara efektif dan efisien, seperti buletin yang representatif dan lengkap agar memuat informasi yang lebih banyak.
  - 4) Melakukan proses komunikasi secara tepat dan teratur seperti komunikasi mingguan dan bulanan.
  - 5) Melakukan kerjasama dengan media-media massa, baik media cetak maupun elektronik.
- d. Tahap Keempat, tahapan *actuating* (menyusun dan melakukan pelayanan) dengan tetap mengacu pada:
- 1) Segmen dan target *muzakki* utama sehingga dapat disusun bentuk pelayanan yang lebih tepat untuk mereka.
  - 2) Pelayanan individu dengan pembayaran zakat melalui ATM atau antar jemput zakat. Dan pelayanan melalui pelatihan SDM dan pelatihan teknologi informasi.<sup>21</sup>

## METODE

### Model Konseptual

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode pengambilan data berupa observasi lapangan, wawancara dan analisis dokumentasi terkait *fundraising Zakat Infaq Shadaqah (ZIS)* di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Pamekasan.

### Analisis Data

---

<sup>21</sup> Muhammad dan Abu Bakar, *Manajemen Organisasi*..... hlm. 96-97



Pada prinsipnya, analisis data kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Teknis analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis data yang dikemukakan oleh Mile dan Huberman yang mencakup tiga kegiatan yang bersamaan, yaitu:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian. Fungsinya adalah untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi sehingga interpretasi dapat ditarik. Dalam proses reduksi ini peneliti benar-benar mencari data yang benar-benar valid. Ketika peneliti menyaksikan kebenaran data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informan lain yang dirasa lebih mengetahui.

#### 2. Penyajian Data

Data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari analisis bahkan mencakup pula reduksi. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok-kelompok tertentu.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **Analisis implementasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU)**

K. Mahrus Sofi Munir sebagai ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan tentang strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten



Pamekasan sehingga dapat mengumpulkan penerimaan yang besar dalam satu periode terakhir sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“Besarnya penerimaan LAZISNU pada tahun 2018 tidak lain karena berkat kerjasama dengan MWC-MWC<sup>22</sup> NU se-Kabupaten Pamekasan. Alhamdulillah berkat kerjasama tersebut, pengumpulan zakat *fitriah* maupun *infaq-shadaqah* serta bentuk derma lain seperti hewan kurban dapat dihimpun dari masyarakat dari masing-masing ranting<sup>23</sup> NU di Kabupaten Pamekasan. Namun, dari besarnya penerimaan itu masih sangat kurang jika dibandingkan dengan banyaknya kaum nahdliyin di kabupaten pamekasan. itupun yang kami ajak kerjasama bukan secara keseluruhan, tapi masih banyak MWC-MWC NU yang belum kami jangkau karena masih belum diadakan sosialisasi kepada ranting-ranting disana. Oleh karena itu kami dalam beberapa bulan ini fokus untuk melakukan sosialisasi ke tingkat MWC dan ranting agar kedepannya pengumpulan ZIS dapat lebih maksimal”<sup>24</sup>

Pernyataan senada disampaikan oleh Taufikurrahman sebagai sekretaris I LAZISNU Kabupaten Pamekasan terkait kerjasama yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan dengan MWC-MWC se-Kabupaten Pamekasan. Menurut Taufik, jumlah masyarakat NU atau biasa disebut dengan *Nahdliyin* di Kabupaten Pamekasan sangat banyak. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya ranting NU yang terbentuk dan melebihi jumlah desanya. Di Kabupaten Pamekasan terdapat 189 ranting NU, sedangkan jumlah desanya kurang dari angka tersebut, yakni 187 desa. Hal ini menunjukkan antusiasme masyarakat nahdliyin dalam berorganisasi mengupayakan dakwah ajaran *ahlussunnah wal jamaah* di tengah masyarakat terus menjamur dan berkembang. Sehingga dari sekian banyaknya ranting-ranting yang terbentuk, tidak dapat kita pungkiri bahwa hal ini merupakan ladang bagi LAZISNU untuk menghimpun dana ZIS dari ranting-ranting tersebut sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> MWC adalah singkatan dari Majelis Wakil Cabang yang merupakan organisasi dibawah naungan Nahdlatul Ulama yang bertugas mendakwahkan ajaran *Alhlus Sunnah Wal Jamaah* di tingkat kecamatan

<sup>23</sup> Ranting merupakan organisasi di bawah naungan Nahdlatul Ulama yang bertugas di tingkat desa.

<sup>24</sup> K. Mahrus Sofi Munir, Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di desa Pademawu pada 20 Maret 2019, pukul 16. 15 WIB



“Upay yang penghimpunan zakat, infaq, dan shadaqah tidak lepas dari kerjasama dengan MWC-MWC NU di Kabupaten Pamekasan mengingat jumlah masyarakat nahdliyin di Kabupaten Pamekasan sangat besar. Kita lihat dari jumlah rantingnya saja yang mencapai 189 ranting dan itu melebihi jumlah desa di Kabupaten Pamekasan dan kami menyadari bahwa ini merupakan ladang untuk menghimpun dana ZIS bagi kita. Terkait pengelolaan dan penghimpunan ditingkat ranting, kita pasrahkan langsung kepada MWC-nya masing-masing. Dalam waktu dekat ini kita akan melakukan sosialisasi untuk membentuk UPZIS di masing-masing kecamatan beserta ranting-rantingnya. Untuk perekrutan pengurus, pemilihan bagian dari structural kepengurusan kami tidak akan ambil bagian. Yang kita tekankan untuk merekrut adalah pengurus yang dapat berkomunikasi via online seperti WA karena nanti kita untuk pelaporannya dengan menggunakan WA saja agar tidak repot-repot dan kami mensyaratkan untuk merekrut minimal 5 orang yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, Pembina dan pengawas.”<sup>25</sup>

Secara lebih spesifik, K. Mahrus Sofi menambahkan bahwa bentuk-bentuk strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan cukup beragam. Mulai dari strategi *fundraising* untuk masyarakat calon *muzakki* yang memiliki kemampuan ekonomi menengah ke bawah, menengah ke atas serta calon *muzakki* istimewa. Hal ini dilakukan agar penghimpunan ZIS dikalangan masyarakat dapat menyeluruh dan merata sehingga dapat mengoptimalkan peningkatan jumlah dana ZIS yang diharapkan. Sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“Strategi *fundraising* awal yang kita lakukan adalah membuat kotak amal LAZISNU. Kotak amal tersebut kita taruh di toko-toko seperti toko swalayan, toko bahan-bahan bangunan, toko-toko kecil dan kita juga berhasil memasuki alfamart-alfamart se-Kabupaten Pamekasan untuk ditaruh kotak amal itu. Kurang lebih ada 15 kotak amal besar yang sudah kita sebar di Pamekasan. Pengambilannya tidak menentu, kadang 2 bulan sekali dan terkadang sampai 3 bulan, tergantung dari seberapa cepat kotak amal itu terisi penuh. Dan alhamdulillah ketika semua kotak dikumpulkan, hasilnya bisa sampai 5 sampai 6 juta. Selain itu juga ada penghimpunan yang bersifat musiman, yaitu pada saat musim panen padi. Kami menyebarkan plastik yang kami beri label LAZISNU untuk kemudian diberikan ke MWC-MWC yang nantinya disebar ke masyarakat yang

<sup>25</sup> Taufikurrahman, Sekretaris I LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung di desa Pegantenan pada tanggal 26 Maret 2019 pukul 10.25 WIB



memiliki hasil panen padi secara langsung ketika saat panen atau didatangi ke rumahnya atau melalui koloman-koloman atau muslimatan yang diadakan setaip bulan. Tidak semua kecamatan kita beri plastik, hanya pada wilayah yang masyarakatnya mayoritas petani padi, yaitu Kecamatan Galis, Kecamatan Pademawu dan Kecamatan Proppo. Untuk sementara ini, wilayah yang paling banyak mengumpulkan gabah adalah pademawu. Tahun kemarin, perolehan gabah di pademawu lebih dari satu ton. Jika diuangkan hasilnya kurang lebih 3 juta-an. Untuk penyalurannya kita tidak kemana-mana, tapi ke wilayah itu sendiri. Artinya gabah yang dikumpulkan dari masyarakat Pademawu akan diberikan ke masyarakat Pademawu yang tidak mampu. Selain itu, kita juga mengumpulkan zakat fitrah setiap tahun dan hasilnya sangat luar biasa, hampir mencapai satu miliar jika diuangkan. Ya, seperti yang saya katakan barusan, ini berkat kerjasama dengan MWC-MWC NU. Kemudian ada juga yang melalui proposal, donator dan melalui rekening LAZISNU. Kita mencoba untuk terus menyesuaikan dengan zaman dan kondisi masyarakat biar tidak ketinggalan merata penghimpunannya. Lalu ada strategi fundraising baru yang sedang kami sosialisasikan saat ini, yaitu gerakan koin NU<sup>26</sup>

Senada dengan pernyataan K. Mahrus Sofi, Habib Amin Jakfar sebagai Pembina LAZISNU Kabupaten Pamekasan mengatakan bahwa LAZISNU akan terus melakukan terobosan-terobosan baru agar penghimpunan zakat dapat semakin merata dan maksimal sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

“Salah satu terobosan besar yang telah kita lakukan sementara ini adalah menaruh kotak amal di seluruh Alfamart di Kabupaten Pamekasan. kata temen-temen saya, untuk bisa diterima di Alfamart itu sangat sulit, tapi alhamdulillah saya lobby langsung ke managernya dan diterima. Selain itu, kita juga masuk ke toko-toko swalayan dan toko-toko retail kecil lainnya. Kita tidak berhenti disitu, kita juga melakukan strategi *fundraising* yang bersifat rutin perbulan seperti donator dan kotak infaq yang kita sebut “Gerakan Koin NU” yang dijalankan setiap malam lailatul ijtima’ dan ada juga yang bersifat rutin pertahun seperti zakat fitrah dan shadaqah gabah ketika musim panen padi. Ada juga yang lewat transfer langsung ke rekening LAZISNU untuk yang punya rekening bank. Untuk yang lewa rekening ini biasanya masyarakat yang mampu kelas menengah ke atas. Ada juga sekarang itu LAZISNU membuat aplikasi bayar zakat. Namanya NU-Chash yang bisa langsung di download palystore. Namun aplikasi ini masih belum banyak tau sehingga ini merupakan PR kita kedepan biar

---

<sup>26</sup> K. Mahrus Sofi, Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung, di desa Pademawu pada tanggal 20 Maret 2019 pukul 16.30



generasi-generasi milenial sadar zakat dan membayar tanpa harus repot-repot pergi ke amilnya, tapi bisa langsung lewat gadgetnya.”<sup>27</sup>

Bagi masyarakat yang ingin membayar zakat, infaq dan shadaqah dapat melalui rekening BRI : 006101021484536. Masyarakat yang ingin mengetahui informasi tentang LAZISNU Kabupaten Pamekasan dapat melalui media dibawah ini:

- a. Facebook : Lazisnu Pamekasan
- b. Email : [lazisnupamekasan@yahoo.com](mailto:lazisnupamekasan@yahoo.com)
- c. Sms/call center : 085257196688
- d. Website : lazisnupmk.or.id

Tabel 4.1 Data Alfamart Se-kabupaten Pamekasan

No.	Nama	Alamat
1.	Alfamart Pintu Gerbang	Jl. Pintu Gerbang, Astah, Gladak Anyar, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan
2.	Alfamart Gladak Anyar	Jl. Kabupaten No.33, Gladak Anyar, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan
3.	Alfamart Nyalabu Laok	Jl. Dirgahayu, Tengah, Nyalabu Laok, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan
4.	Alfamart Panglegur	Jl. Raya Panglegur, Pangloros, Panglegur, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan
5.	Alfamart Trasak	Trasak, Larangan, Kabupaten Pamekasan
6.	Alfamart Konang	Konang Daya, Konang, Galis, Kabupaten Pamekasan
7.	Alfamart Plak Pak	Bunut, Plakpak, Pegantenan, Kabupaten Pamekasan
8.	Alfamart Abdul Aziz	Jl. Abdul Aziz Pamekasan

### Evaluasi strategi *fundraising* Zakat Infaq Shadaqah di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU)

Evaluasi sangat perlu dilakukan oleh LAZISNU untuk mengukur kinerja LAZISNU dan mengetahui serta mengatasi penyimpangan yang terjadi. Kegiatan evaluasi di LAZISNU dilakukan setiap akhir bulan pada setiap

<sup>27</sup> K. Habib Amin Jakfar, Pembina LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung, di Jl. Sersan Mesrul 86 pada tanggal 25 Maret 2019





koloman "*lailatul ijtima'*". Dalam koloman tersebut akan dibahas mengenai kendala yang terdapat dalam program yang belum berjalan atau sudah berjalan tapi belum maksimal. Sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

"Kita ada pertemuan setiap bulan untuk membahas program-program yang belum berjalan. Kita kemas pertemuan dalam bentuk koloman yang kita namai *lailatul ijtima'*. Jadi kita tidak hanya kumpul-kumpul untuk ngobrol-ngobrol membahas program, tapi kita awali pertemuan dengan melakukan istigatsah dan tahlil bersama. Namun, saat ini pertemuan itu tidak serutin dulu karena temen-temen banyak kesibukan keluarga sehingga kesempatan berkumpul sangat jarang."<sup>28</sup>

Peneliti juga mencoba memastikan apakah dalam merumuskan atau membuat sebuah strategi, LAZISNU terlebih dahulu melakukan riset atau analisis lingkungan internal dan eksternal atau hanya melaksanakan instruksi dari NU-Care LAZISNU Pusat. K. Mahrus Ali mengatakan bahwa strategi-strategi *fundraising* yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Pamekasan kebanyakan mengikuti instruksi dari LAZISNU Pusat. Namun, instruksi tersebut tidak bersifat mutlak harus dijalankan. Dalam artian, LAZISNU Cabang dapat menyesuaikan penerapan strategi tersebut dengan lingkungan internal dan eksternalnya. Sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

"Kita itu dalam melakukan penghimpunan dana, kebanyakan masih mencontoh terhadap strategi-strategi yang dilakukan oleh LAZISNU Pusat. Keberhasilan-keberhasilan dalam strategi yang mereka gunakan kita jadikan acuan untuk diterapkan juga di Pamekasan. tapi tidak semuanya kita tiru. Kita juga menyesuaikan terhadap kemampuan para pengurus dan juga bagaimana respon masyarakat jika strategi itu kita terapkan disini."<sup>29</sup>

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa LAZISNU Cabang Kabupaten Pamekasan tidak secara langsung merumuskan strategi berdasarkan ide-ide atau gagasan dari pengurus sendiri, namun mereka masih mencontoh rumusan strategi yang dilakukan oleh LAZISNU Pusat. Dalam artian, rumusan strategi itu hanya dijadikan acuan dan gambaran bagi

<sup>28</sup> Moh. Erfan, Wakil Sekretaris, Wawancara langsung di desa Pademawu pada tanggal 29 Maret 2019

<sup>29</sup> K. Mahrus Sofi, Ketua LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung, di desa Pademawu pada tanggal 20 Maret 2019



LAZISNU Cabang Kabupaten Pamekasan untuk dijadikan pertimbangan dalam menjalankan strategi di cabang masing-masing. Secara instruksional LAZISNU Pusat menawarkan rumusan strategi tersebut, namun keputusan apakah strategi tersebut akan dan dapat diterapkan di LAZISNU Cabang, hal itu merupakan hak dari LAZISNU Cabang masing-masing. Rumusan strategi tersebut dapat tidak gunakan sama sekali, digunakan sama persis atau bahkan dimodifikasi sesuai kemampuan pengurus dan lingkungannya.

Segala koreksi terkait kendala-kendala yang berasal dari internal dan eksternal LAZISNU akan juga disampaikan ketika pelaksanaan koloman lailatul ijtima'. Hal ini dilakukan agar implementasi yang masih kurang maksimal dapat berjalan secara maksimal dengan usulan, solusi dan masukan dari pengurus LAZISNU lainnya. Sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut:

"Dalam koloman yang kita adakan setiap bulan itu, kita selalu adakan evaluasi. Kita list apa saja kendala-kendala yang ditemukan dilapangan kemudian kita cari solusinya bareng-bareng. Kalau ada yang salah kita benarkan. Kalau ada yang bengkok kita luruskan. Saya selaku Pembina selalu membuka diri untuk menerima keluhan dari temen-temen pengurus. Kebetulan saya sudah mengikuti berbagai macam pelatihan. Saya berharap apa yang saya dapatkan itu bisa menjadi salah satu pemecah masalah yang terjadi di LAZISNU Pamekasan."<sup>30</sup>

Dari hasil wawancara dan beberapa paparan data sebelumnya yang berkaitan dengan proses evaluasi strategi yang dilakukan oleh LAZISNU, dapat peneliti simpulkan bahwa dalam upaya mengevaluasi strategi dan program, LAZISNU mengadakan rapat setiap bulan yang dikemas dengan koloman yang disebut "lailatul ijtima'". Dalam koloman tersebut, pengurus akan menyampaikan kendala-kendala yang dialami dan ditemukan di lapangan selama proses fundraising berjalan. Kemudian, mereka akan bersama-sama mengoreksi apa yang keliru sehingga terjadi kendala yang demikian dan bagaimana solusinya. Namun, kendala-kendala tersebut belum menjadi hambatan besar dalam hal menjaga konsistensi strategi dan peningkatan jumlah

<sup>30</sup> K. Habib Amin Jakfar, Pembina LAZISNU Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung, di Jl. Sersan Mesrul 86 pada tanggal 30 Maret 2019



penerimaan. Terbukti pada tahun 2018, jumlah penerimaan LAZISNU Kabupaten Pamekasan mencapai Rp.1,5 Miliar, melebihi harapan LAZISNU Pusat, yakni Rp. 1 Miliar.

#### KESIMPULAN

1. Impelementasi strategi fundraising zakat infaq shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan dilakukan bekerjasama dengan organisasi atau banom-banom lain dibawah naungan NU dan institusi atau perusahaan. Sebelum terjun ke lapangan, hal pertama yang dipersiapkan adalah pengurus LAZISNU yang kompeten, khususnya dalam bidang dakwah dan keagamaan Pada tahap awal, LAZISNU melakukan pemetaan dan pendataan calon-calon donator dan muzakki. Setelah itu dilakukan beberapa metode *fundraising*, yakni direct fundraising dan indirect fundraising. Namun penyediaan informasi yang komprehensif masih belum maksimal sehingga timbul beberapa kendala internal dan eksternal organisasi.
2. Evaluasi strategi *fundraising* zakat infaq shadaqah di LAZISNU Kabupaten Pamekasan diadakan setiap bulan dengan konsep koloman "lailatul ijitma" untuk mengoreksi dan memperbaiki implementasi strategi. Adapun sumber dari Rumusan strategi LAZISNU Cabang Pamekasan adalah LAZISNU Pusat. Sehingga Kinerja LAZISNU Pusat dapat ditiru oleh LAZISNU Cabang Kabupaten Pamekasan dan dibuktikan dengan kinerja pada tahun 2018 yang melebihi atau melampaui target kerjanya. Dengan adanya forum tersebut, LAZISNU Cabang Kabupaten Pamekasan tetap konsisten menjalankan strategi *fundraising* meskipun dihadapkan pada masalah internal dan eksternal.

#### DAFTAR PUSTAKA



- Abidin, Hamid. *Membangun Kemandirian Perempuan, Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, serta Strategi Penggalangannya*. Depok: Pustaka. 2009.
- al-Qardhawi, Yusuf. *Fiqh Zakah (terj.)*. Bogor: Pustaka Litera AntarNusa. 1998.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta. 2014.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.
- Astika, Ades. *Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Pada Zoya Palembang*. Skripsi S1. UIN Raden Fatah. 2017. Diakses dari <http://eprints.radenfatah.ac.id/1033/1/Ades%20Astika%20%2813190003%29.pdf>
- Assauri, Sofjan. *Strategik Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: PT Rajagrafindo persada. 2013.
- Badan Amil Zakat Nasional, *Statistik Zakat Nasional 2017*, diakses dari [https://pustaka.baznas.go.id/index.php?p=show\\_detail&id=18](https://pustaka.baznas.go.id/index.php?p=show_detail&id=18)
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2009.
- BPS, *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama Yang dianut*, diakses dari <https://pkub.kemenag.go.id/files/pkub/file/file/Data/zuqi1368036766.pdf>
- Darmansyah, Asep, Wawan Gunawan dan Hamidah. "Strategi Kerjasama Antara Pusat dan Daerah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kawasan Timur Indonesia (KTI)". *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol. 6, NO. 1. Maret, 2004. Diakses dari <https://jurnal.unpad.ac.id/article>
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Terjemah As-Salam*. Jakarta:Al-Huda. 2015.
- Dhamarani, Dwiokta Wirahady dan Astri Ghina. "Identifikasi Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Strategi Pengembangan Usaha pada Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung (Studi Kasus pada DIAS Production, Hendartono outfit, dan Mudji)". *e-Proceeding of Management*, Vol.3, No.2. Agustus. 2016. Diakses dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Fahmi, Irham. *Manajemen Strategis*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- Fikry, Muhammad. "Strategi Fundraising Dana ZIS Pada LAZIS MD Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta". Skripsi S1. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2016. Diakses dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34068/1/MUHMMAD%20FIKRY%20-%20FDK.pdf>
- Ghafur, Abdul. *Tiga Kunci Fundraising: Sukses Membangun Lembaga Nirlaba*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2018.
- Hafiduddin, Didin. *Agar Harta Berkah dan Bertambah*. Jakarta: Gema Insani. 2009.
- Hayden, Gatherine. *The Handbook of strategic expertise*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 1991.
- Heene, Aime. *Manajemen Strategik keorganisasian public*. Bandung: PT Refika Aditama. 2010.
- Hermawan, Haris. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti



- Ceria Di Jember”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol.1, No. 2. Desember, 2015. Diakses dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/5904>
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Jahar, Asep Saepudin. “Masa Depan Filantropi Islam Indonesia”, *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS) Ke – 10*. Banjarmasin. November 2010. Diakses dari <https://scholar.google.co.id/citations?user=MkfcKUCAAAAJ&hl=id>
- Julianingtias, Yuwan Suharyono dan Yusri Abdillah. “Analisis Perbandingan Produk Merek Global Dan Merek Lokal Terkait Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 37, No. 2. Agustus, 2016. Diakses dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1458>
- Jumingan. *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta:PT Bumi Aksara. 2014.
- Kalida, Muhsin. “Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan”, *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Vol. 5, No. 2. Desember, tt. diakses dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/8307/1/MUHSIN%20KALIDA%20FUNDRAISING%20DALAM%20STUDI%20PENGEMBANGAN%20LEMBAGA%20KEMASYARAKATAN.pdf>
- Kleeberg, Irene Cumming. *Fundraising: Cara Pintar Menggalang Dana*. Yogyakarta: BookMarks. 2009..
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga 2008.
- Kunaifi, Aang. *Manajemen Pemasaran Syariah: Pendekatan Human Spirit* Yogyakarta: Maghza Pustaka. 2016.
- Kurniawati, Fifin. “Strategi Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah di Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Yogyakarta”. Skripsi S1. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2014. Diakses dari [http://digilib.uin-suka.ac.id/15176/1/09240016\\_bab-i\\_iv-atau-v\\_daftar-pustaka.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/15176/1/09240016_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf)
- Kusumawardhani, Dinda Febri dan Hari Purwanto. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waroeng Latte Kota Madiun”, *Jurnal Media Mahardhika*, Vol.14, No. 2. Januari, 2016. Diakses dari <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mediamahardhika/issue/view/26>
- Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, diakses dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga\\_Amil\\_Zakat\\_Infaq\\_dan\\_Shadaqah\\_Nahdlatul\\_Ulama](https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_Amil_Zakat_Infaq_dan_Shadaqah_Nahdlatul_Ulama)
- Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, diakses di [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- Limakrisna, Nandan dan Wilhelus Hary Susilo. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2012.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah : Fiqh Mu’amalah*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2013.



- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2011.
- Muhammad dan Abu Bakar. *Manajemen Organisasi Zakat*. Malang: Madani. 2011.
- Multifiah dan Satuman. *ZIS Untuk Kesejahteraan Ummat*. Malang: UB Press. 2011.
- Nopiardo, Widi. "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar". *Jurnal IMARA*, Vol. 1, No. 1. Desember. 2017. Diakses dari <http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/view/991>
- Priangani, Ade. "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global", *Jurnal Kebangsaan*. Vol.2 No.4. Juli, 2013. diakses dari [https://www.academia.edu/35084249/Ade\\_Priangani\\_Memperkuat\\_Manajemen\\_Pemasaran\\_dalam\\_Konteks\\_Persaingan\\_Global](https://www.academia.edu/35084249/Ade_Priangani_Memperkuat_Manajemen_Pemasaran_dalam_Konteks_Persaingan_Global) **MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL**
- Qardhawi, Yusuf. *Shadaqah: Cara Islam Mengentas Kemiskinan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2013.
- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2014.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. 2015.
- Ridwan, Murtadho. "Analisis Model *Fundraising* dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karangayar Demak". *Jurnal Penelitian*, Vol.10, No Agustus. 2016. Diakses dari <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/1879>
- Rohmawati, Siti. "Analisis Manajemen *Fundraising* Zakat Infaq Shadaqah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah (LAZIS) Baitur Rahman Semarang". Skripsi S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2018. Diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/7958/1/132411024.pdf>
- Subagyo, Ahmad. *Marketing in Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta. 2015.
- Suharno dan Yudi Sutarso. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Tamam, Ade Badru. "Strategi Fundraising Dana ZIS Pada LAZISNU Kota Bogor Tahun 2017". Skripsi S1. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. 2018. Diakses dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40317/1/ADE%20BADRU%20TAMAN-FDK.pdf> .
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Bab II, Pasal 5, ayat (1) dan Pasal 17
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat Bab I, Pasal 1, ayat (2) diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39267/uu-no-23-tahun-2011>
- Wibisono, Yusuf. *Mengelola Zakat Indonesia*. Jakarta: Kencana. 2015.
- Wikaningtyas, Suci Utami dan Sulastiningsih. "Strategi Penghimpunan Dana Zakat Pada Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Bantul" *Jurnal Riset*



---

*Manajemen. Vol. 2, No. 01. Juli. 2015.*  
<http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/view/169>

Diakses dari