

**STRATEGI *FUNDRAISING* DI RUMAH ZAKAT YOGYAKARTA
TAHUN 2020**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh :
Dewi Permatasari
NIM. 13240052

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Pembimbing :

Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd.,
NIP. 19630210 199103 1 002

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
INIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-85/Un.02/DD/PP.00.9/01/2021

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI FUNDRAISING DI RUMAH ZAKAT YOGYAKARTA TAHUN 2020

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEWI PERMATASARI
Nomor Induk Mahasiswa : 13240052
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Desember 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 600f8e6297af3



Penguji I

Achmad Muhammad, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 600ea0ba7d0c6



Penguji II

Munif Solihan, MPA
SIGNED

Valid ID: 600e8abda7284



Yogyakarta, 18 Desember 2020

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 600f980b6d6e0



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 525856, Fax. (0274) 552230, Email. fd@uin-suka.ac.id
Yogyakarta, 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dewi Permatasari

NIM : 13240052

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul Proposal : Strategi *Fundraising* di Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2020.

Sudah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang manajemen dakwah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Ketua Jurusan/Prodi

Manajemen Dakwah

Yogyakarta, 07 Januari 2021

Pembimbing

M. Thoriq Nurmadiansyah, S.Ag., M. Si.

NIP. 19700908 200003 1 001

Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd.

NIP. 19630210 199103 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Permatasari
NIM : 13240052
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: **Strategi Fundraising di Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2020** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti.

Yogyakarta, 07 Januari 2021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Dewi Permatasari
NIM 13240052



SURAT KETERANGAN
No 3/SKT-BM/RZ/1/2021

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Warnitis
Jabatan : Branch Manager RZ Yogyakarta
NIA : 1042009128131

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Dewi Permatasari
NIM : 13240052
Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Telah melakukan penelitian di Rumah Zakat cabang Yogyakarta dengan judul Strategi Marketing Fundraising di Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2018.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 05 Januari 2021
Branch Manager

STATE ISLAMIC UNIVERSITY

SUNAN KALIJAGA
Warnitis
NIA. 1042009128131
YOGYAKARTA

SMS/WA 0815 7300 1555
E-mail welcome@rumahzakat.org
www.rumahzakat.org

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
- ١٠٣ -

Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.¹



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ [At-Taubah - التوبة | Qur'an Kemenag](#) Diakses pada 21 Januari 2021 pukul 19.00 WIB

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr Wb

Puji Syukur dan Alhamdulillah senantiasa kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang melimpahkan hidayah dan karunia-Nya. Tak lupa shalawat dan salam tetap tercurahkan ke junjungan Nabi Muhammad SAW. Dengan kelancaran dan perjuangan yang tak sedikit, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul: *Strategi Marketing Fundraising* di Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2018

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu di bidang Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, arahan serta bimbingan berbagai pihak. Maka dari itu, perkenankanlah peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. M. Thoriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Hikmah Indraswati, SE., M.Si., Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Maryono, S.Ag., M.Pd., selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan selama masa kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah.
6. Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan teliti memberikan waktu, ilmu, arahan, saran dan motivasi sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan.
7. Seluruh staf TU Jurusan Manejemen Dakwah yang telah berperan banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap dosen Jurusan Manajemen Dakwah, yang telah membagikan ilmu, wawasan dan pengalaman baru selama masa kuliah.
9. Ibu Warnitis selaku Manajer Rumah Zakat dan Ibu Bety yang telah membantu berlangsungnya penelitian.
10. Bapak Ibu tercinta, yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang dan pengorbanan yang tak terhingga dalam mengasuh dan mendidik peneliti serta mengupayakan yang terbaik untuk peneliti. Juga untuk Mbak Siti, Minhajul, dan Mbak Tya terimakasih do'a dan dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Sahabat-sahabat Somplak (Lutfi, Dani, Dian, Atik, Ana, Sherly, dan Zunda) yang selalu mendukung, mendo'akan dan membantu penyelesaian skripsi ini khususnya Lutfi yang selalu bersedia menjawab semua pertanyaanku tantang skripsi hingga pertanyaan yang nggak penting.

12. Terimakasih untuk powerpuffgirl (Nurhidayah, Sifa, Mbak Putri, Wulan, dan Dian) yang selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini khususnya sobat jajanku Nurhidayah.
13. Teman-teman “AMANDEMEN 2013” yang telah memberikan kebersamaan keluarga selama ini baik suka maupun duka.
14. Teman – teman KKN angkatan 90 kelompok 132 Mbak Fitri, Ocha, Iim, Bayu, Dzuhri, Irham, Andi, Andi, dan Fariz yang telah memberikan kekompakan dan kebersamaan yang tidak mungkin terlupakan.
15. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan menjadi sumbangan pemikiran kepada peneliti maupun pembaca khususnya para mahasiswa Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan kemudahan bagi kita. *Amin ya Robbal'alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Yogyakarta, 07 Januari 2021

Peneliti

Dewi Permatasari

NIM. 13240052

ABSTRAK

Dewi Permatasari (13240052), “Strategi *Fundraising* di Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2020. “ Skripsi, Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

Kemiskinan di Indonesia menjadi salah satu masalah yang harus segera di selesaikan. Kemiskinan terjadi di perkotaan maupun di pedesaan. Kemiskinan terjadi di beberapa daerah di Indonesia. Kota Yogyakarta menjadi salah satu kota yang beberapa masyarakatnya mengalami kemiskinan. Kemiskinan yang tidak segera diatasi akan memberikan dampak negatif. Beberapa dampak yang ditimbulkan oleh kemiskinan yaitu meningkatnya kriminalitas, pendidikan rendah, masalah kesehatan, dan penurunan ekonomi. Karena itu dibutuhkan solusi dari permasalahan kemiskinan tersebut. Mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, maka potensi zakat, infaq, dan sedekah di Indonesia harus dimanfaatkan. Salah satunya dengan adanya lembaga penyalur zakat, infaq, sedekah. Rumah Zakat adalah lembaga filantropi yang mengelola zakat, infaq, sedekah, serta dana sosial lainnya melalui program-program pemberdayaan masyarakat. Program pemberdayaan direalisasikan melalui empat rumpun utama yaitu senyum juara, senyum sehat, senyum mandiri, dan senyum lestari.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung ke Rumah Zakat Yogyakarta. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan pengecekan keabsahan data. Setelah pengecekan data lalu dilakukan analisis data melalui reduksi data, penyajian data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan Rumah Zakat Yogyakarta dalam menggalang dana menggunakan metode *fundraising* terdiri dari metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Metode *fundraising* langsung dilakukan dengan *direct mail*, *direct advertaising*, *shopping charity*, menyediakan kontak person, dan *market place*. Sedangkan untuk penggalangan tidak langsung dilakukan dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan menjadi sponsor acara.

Kata kunci : Strategi, *Fundraising* , Rumah Zakat Yogyakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN BUKTI PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat	4
D. Kajian Pustaka	5
E. Kerangka Teori.....	8
F. Metode Penelitian	14
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum Rumah Zakat	20
1. Identitas Lembaga Rumah Zakat Yogyakarta	20

2. Letak Geografis	20
3. Kantor Rumah Zakat	22
B. Sejarah Rumah Zakat Yogyakarta	22
1. Sejarah Singkat Rumah Zakat	22
2. Visi dan Misi Rumah Zakat.....	25
3. Sejarah Logo Rumah Zakat	26
4. Struktur Organisasi Rumah Zakat	28
5. Budaya Kerja	29
6. Legal Formal	30
7. Program-Program Rumah Zakat.....	31

BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING* DI RUMAH ZAKAT YOGYAKARTA TAHUN 2020

A. Tujuan <i>Fundraising</i> Rumah Zakat Yogyakarta	35
1. Pengumpulan Dana	35
a. Zakat	36
1) Zakat Penghasilan	38
2) Zakat Perdagangan	38
3) Zakat Saham dan Investasi	38
4) Zakat Emas dan Perak	39
5) Zakat Fitrah.....	40
6) Zakat Hadiah.....	40
7) Zakat Pertanian	41
8) Zakat Tabungan	41

b. Infaq.....	41
c. Wakaf	42
d. Program-Program Penyaluran di Rumah Zakat	42
1) Program Senyum Juara	43
a) Program-Program Senyum Juara	44
(1) Beasiswa Anak Juara	44
(2) Beasiswa Sekolah Juara	44
(3) Rumah Baca	44
(4) Bimbel Juara	45
(5) Training Vokasi	45
(6) Program Pengembangan Potensi Anak	45
(7) Tabel Donasi Program Senyum Juara	46
2) Program Senyum Mandiri.....	47
a) Program-Program Senyum Mandiri	48
(1) Kewirausahaan Dasar	48
(2) Kewirausahaan Lanjutan.....	48
(3) Kewirausahaan Lanjutan.....	48
(4) Tabel Donasi Program Senyum Mandiri	49
3) Program Senyum Sehat	49
a) Program-Program Senyum Sehat	50
(1) Posyandu	50
(2) Sanitasi	50

(3) Rumah Lansia	51
(4) Kebun Gizi	51
(5) Jaminan Kesehatan Member	51
(6) Khitanan Masal	51
(7) Ambulan Gratis	52
(8) Tabel Donasi Senyum Sehat	52
4) Senyum Lestari	53
a) Program-Program Senyum Lestari	54
(1) Berbagi Air Kehidupan	54
(2) Bank Sampah	54
b) Tabel Donasi Program Senyum Lestari	54
2. Menghimpun Donatur	55
3. Menghimpun Simpatisan Pendukung	56
4. Meningkatkan Citra Lembaga	57
5. Memuaskan Donatur	59
a) Melibatkan Donatur dalam Event Rumah Zakat	59
B. Strategi <i>Fundraising</i> Rumah Zakat Yogyakarta	60
1. Metode <i>Fundraising</i> langsung (<i>Direct Fundraising</i>)	60
a. <i>Direct Mail</i>	61
b. <i>Direct Advertaising</i>	62
1) Media Sosial	62

a) <i>Website</i>	66
b) <i>Facebook</i>	68
c) <i>Twitter</i>	71
d) <i>Instagram</i>	72
c. <i>Shopping Charity</i>	75
d. Menyediakan Kontak Person.....	76
e. <i>Market Place</i>	76
2. Metode Penggalangan Dana Tidak Langsung.....	77
a. Penggalangan Melalui Media Cetak.....	77
1) Brosur	77
2) Spanduk	78
3) Majalah	80
b. Penggalangan Dana Menggunakan Media Elektronik	82
c. Menjadi Sponsor Acara	84
d. Media Pengumpulan Dana	86
1) Rekening Bank	86
2) Dompot Digital	87

BAB IV PENUTUP

A. KESIMPULAN	88
B. SARAN	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Penerimaan Zakat Tahun 2017 – 2019	37
Tabel 3.2 Donasi Senyum Juara	46
Tabel 3.3 Donasi Senyum Mandiri	49
Tabel 3.4 Donasi Senyum Sehat	52
Tabel 3.5 Donasi Senyum Lestari	55



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Jumlah Penduduk Miskin Kota Yogyakarta	1
Gambar 2 Peta Lokasi Rumah Zakat	21
Gambar 3 Logo Rumah Zakat.....	26
Gambar 4 Budaya Kerja Rumah Zakat.....	29
Gambar 5 Tokoh yang Mempromosikan Rumah Zakat.....	58
Gambar 6 <i>Website</i> Rumah Zakat	66
Gambar 7 <i>Website</i> Rumah Zakat	67
Gambar 8 <i>Facebook</i> Rumah Zakat	69
Gambar 9 <i>Facebook</i> Rumah Zakat	70
Gambar 10 <i>Twitter</i> Rumah Zakat.....	72
Gambar 11 <i>Instagram</i> Rumah Zakat.....	74
Gambar 12 Spanduk Rumah Zakat	79
Gambar 13 Majalah Rumah Zakat	81
Gambar 14 Publikasi Melalui Youtube.....	84
Gambar 15 Acara yang diadakan Rumah Zakat	86

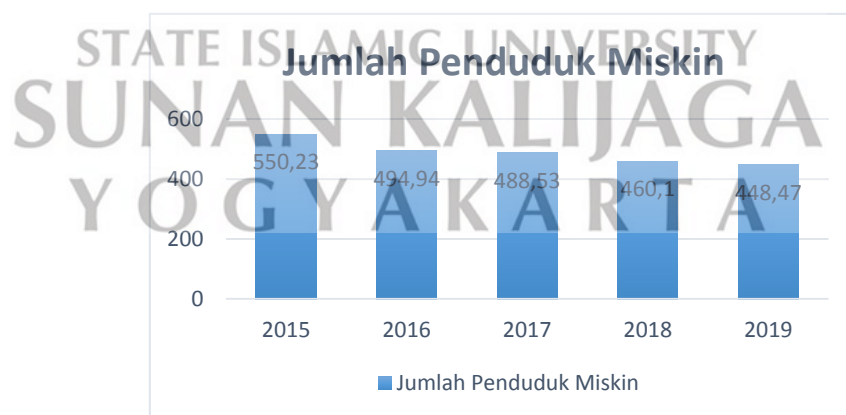
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemiskinan di Indonesia menjadi salah satu masalah yang harus segera di selesaikan. Kemiskinan adalah masalah yang harus segera diselesaikan oleh pemerintah. Kemiskinan terjadi di perkotaan maupun di pedesaan. Kemiskinan terjadi di beberapa daerah di Indonesia. Kota Yogyakarta menjadi salah satu kota yang beberapa masyarakatnya mengalami kemiskinan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta menunjukkan jumlah kemiskinan yang ada di Yogyakarta masih tergolong banyak.

Gambar 1
Jumlah Penduduk Miskin



Sumber: diolah peneliti dari Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta

Pada gambar 1.1 menunjukkan adanya penurunan jumlah penduduk miskin dari tahun 2015 hingga tahun 2019 tetapi jumlah penduduk yang masih mengalami kemiskinan masih tergolong banyak yaitu pada tahun 2015 550,23 ribu jiwa, tahun 2016 sebanyak 494,94 ribu jiwa, tahun 2017 sebanyak 488,53 ribu jiwa, tahun 2018 460,1 ribu jiwa, dan tahun 2019 jumlahnya mencapai 448,47 ribu jiwa.²

Kemiskinan yang tidak segera diatasi akan memberikan dampak negatif. Beberapa dampak yang ditimbulkan oleh kemiskinan yaitu meningkatnya kriminalitas, pendidikan rendah, masalah kesehatan, dan penurunan ekonomi. Karena itu dibutuhkan solusi dari permasalahan kemiskinan tersebut. Salah satunya melalui bantuan dari pemerintah, lembaga, atau dari masyarakat. Bantuan tersebut akan lebih maksimal jika dikelola dengan baik oleh lembaga yang kemudian disalurkan melalui program-program yang telah didesain agar manfaatnya dapat dirasakan oleh penerimanya. Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Dalam ajaran agama Islam diajarkan untuk menunaikan zakat, dan membantu sesama melalui sedekah dan infaq. Karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, maka potensi zakat, infaq, dan sedekah di Indonesia harus dimanfaatkan. Salah satunya dengan adanya lembaga penyalur zakat, infaq, sedekah. Dengan adanya lembaga pengelola zakat, infaq, dan sedekah diharapkan akan dapat disalurkan dengan baik dan dapat

² [download.html \(bps.go.id\)](https://bps.go.id/download.html) diakses pada 20 Januari 2021 pukul 17.50 WIB.

membantu mengurangi masalah kemiskinan baik di Yogyakarta ataupun seluruh Indonesia.

Rumah Zakat adalah lembaga filantropi yang mengelola zakat, infaq, sedekah, serta dana sosial lainnya melalui program-program pemberdayaan masyarakat. Program pemberdayaan direalisasikan melalui empat rumpun utama yaitu senyum juara, senyum sehat, senyum mandiri, dan senyum lestari. Rumah zakat memiliki banyak cabang yang tersebar di seluruh Indonesia salah satunya di Yogyakarta yang terletak di Jalan Veteran No. 9 Muja Muju Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta 55165.³

Penggalangan dana (*fundraising*) menjadi salah satu hal yang penting agar semua program dan tujuan yang dibuat oleh Rumah Zakat atau lembaga pengelola zakat lain dapat terlaksana dengan baik. Menurut Nopiardo dalam jurnal Filantropi yang dikutip oleh Ning Karnawijaya *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi/lembaga sehingga mencapai tujuannya.⁴ Agar *fundraising* dapat berhasil dengan baik maka

³ www.rumahzakat.org diakses pada 20 Januari 2021 pukul 18.30 WIB.

⁴ Ning Karnawijaya, *Identifikasi Kendala dalam Strategi Fundraising Wakaf Online di Global Wakaf Surakarta*, vol. 1: 2 (2020), hlm. 128.

dibutuhkan strategi. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.⁵ Jadi beberapa pemaparan tersebut maka strategi *fundraising* adalah cara yang digunakan untuk menghimpun dana untuk mencapai tujuan organisasi. Dari pemaparan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang Strategi *Fundraising* di Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2020.

B. Rumah Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah, bagaimana Strategi *Fundraising* yang diterapkan di Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2020 ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Mengetahui dan mendeskripsikan Strategi *Fundraising* yang diterapkan di Rumah Zakat Yogyakarta tahun 2020.

⁵ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armilo 1984), hlm. 59.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran secara teoritik maupun konseptual dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Zakat, Infaq, dan Sedekah terkait dengan bagaimana strategi *fundraising* yang diterapkan dalam sebuah organisasi non profit dalam upaya penggalan dana.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi lembaga sosial non profit penyalur sedekah, khususnya Rumah Zakat Yogyakarta agar dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk lebih meningkatkan organisasinya

D. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Peneliti melakukan peninjauan terhadap beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Berikut beberapa literatur yang peneliti gunakan sebagai rujukan:

1. Skripsi Imam bahrudin dengan judul “Strategi Promosi PT Patuna Mekar Jaya Kantor Cabang Yogyakarta Tahun 2017/2018. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang di gunakan oleh PT Patuna

Mekar Jaya Kantor Cabang Yogyakarta dalam rangka meningkatkan jumlah jamaah haji dan umrah.⁶

2. Skripsi Hanifah Hikmaati Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2015 yang berjudul “Strategi *Fundraising* Filantropi Islam : Pengalaman Dompot Dhuafa Jogja”. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Strategi *Fundraising* Filantropi Islam Dompot Dhuafa Yogyakarta terdiri dari empat aspek yaitu identifikasi calon donatur, penggunaan metode fundraising, pengelolaan, dan peninjauan donatur, serta monitoring dan evaluasi strategi fundraising. Dampak dari fundraising filantropi Islam bagi Dompot Dhuafa Yogyakarta dari pentingnya melakukan fundraising adalah peningkatan dukungan dari donatur, peningkatan perolehan donasi, masih eksis, dan terus berjuang memberdayakan dhuafa hingga kini.⁷
3. Skripsi Ratna Hendra Alfianita dengan judul “Manajemen Pemasaran Secara *Online* Desa Wisata Di Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Desa Wisata Gabungan/Dewiga)”. Penelitian ini menjelaskan tentang komunikasi

⁶ Imam Bahruddin, *Strategi Promosi PT Patuna Mekar Jaya Kantor Cabang Yogyakarta Tahun 2017/2018*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2019).

⁷ Hanifah Hikmaati Wulandari, *Manajemen Zakat Infaq dan edekah (ZIS) di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Gunung Kidul*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015).

pemasaran dan strategi promosi desa wisata gabungan yang berada di Yogyakarta melalui media sosial yaitu *Facebook, Twitter, Instagram* bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Didalam penelitian dijelaskan bahwa strategi promosi yang dilakukan melalui beberapa tahap yaitu : melakukan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian pemasaran.⁸

4. Skripsi Ita Rufiyati berjudul *Manajemen Fundraising* di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Yogyakarta. Skripsi ini membahas tentang bagaimana cara BMH Hidayatullah menggalang dana. Pada penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa penerapan manajemen *fundraising* berupa perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan analisis SWOT.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian Imam Bahruddin meneliti tentang strategi promosi kemudian objeknya adalah PT Patuna Mekar Jaya Cabang Yogyakarta. Sedangkan penelitian saya berfokus pada *Fundraising* pada Rumah Zakat.

Penelitian Anifah Hikmawati fokus penelitiannya adalah Strategi *Fundraising* yang digunakan lembaga Dompot Dhuafa berdasarkan

⁸ Ratna Hendra Alfianita, *Manajemen Pemasaran Secara Online Desa Wisata Di Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Desa Wisata Gabungan/Dewiga)*, skripsi (Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga, 2016), hlm.107.

pengalaman filantropi Islam, sedangkan penelitian ini berfokus dalam hal strategi *fundraising* di Rumah Zakat.

Penelitian Ratna Alifah meneliti tentang manajemen pemasaran dengan menggunakan media sosial sebagai media promosianya, sedangkan penelitian ini membahas strategi *fundraising* pada lembaga Rumah Zakat.

Penelitian Ita Rufiyati meneliti tentang manajemen *fundraising* pada BMH Hidayatullah Yogyakarta. Perbedaan dengan penelitian ini adalah objeknya berlokasi di BMH Hidayatullah Yogyakarta sedangkan pada penelitian saya berlokasi di Rumah Zakat Yogyakarta. Fokus penelitian Ita Rufiyati adalah manajemen *fundraising* sedangkan fokus penelitian ini adalah pada *fundraising* saja.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Jadi strategi ini dibuat berdasarkan tujuan⁹

⁹ Basu swatha dharmesta, manajemen pemasaran, (Tangerang Sekatan: Universitas Terbuka, 2014), hlm. 2.24.

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.¹⁰

Strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, pengalokasian sumber daya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lain.¹¹

Adapun dari pengertian strategi yang telah dipaparkan menjelaskan bahwa strategi merupakan rencana dan alat yang disusun serta digunakan untuk mencapai tujuan lembaga.

2. Pengertian *Fundraising*

Fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perorangan atau institusi (lembaga) agar menyalurkan dana kepada sebuah organisasi atau lembaga. Makna “mempengaruhi” memiliki beberapa arti, diantaranya adalah memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu atau mengiming-imingi, dan termasuk

¹⁰ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung : Armilo 1984), hlm. 59.

¹¹ Boyd, Walker, Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 29.

juga melakukan penguatan *stressing*, jika hal tersebut memungkinkan atau diperbolehkan.¹²

Menurut Tata Sudrajat yang dikutip oleh Muhsin Kalida menyebutkan arti *fundraising* adalah membangun dan memelihara hubungan, yaitu dengan mengadakan jaringan kemitraan dalam rangka menggalang dana, kemudian memelihara hubungan dengan sebaik-baiknya agar donatur tidak pindah kelain hati.¹³

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi/lembaga sehingga mencapai tujuannya.¹⁴

April Purwato menyatakan bahwa *fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perorangan atau lembaga agar menyalurkan dana atau bantuannya kepada lembaga. Kata mempengaruhi tersebut dapat berarti *pertama*, memberitahukan kepada masyarakat

¹² Muhsin Kalida, *Fundraising Taman Bacaan Masyarakat*, (Yogyakarta: Cakruk, 2012), hlm.13

¹³ Muhsin kalida, *Menggalang Dana Melalui Taman Bacaan (TBM)*, (Yogyakarta: Mitsaq Pustaka, 2010), hlm. 18.

¹⁴ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelolaan Zakat*, hlm. 4.

tentang seluk beluk keberadaan organisasi. *Kedua*, mengingatkan kepada para donatur untuk sadar bahwa dalam sebagian harta yang dimiliki ada sebagian hak orang lain yang harus ditunaikan. *Ketiga*, mendorong agar menyerahkan sumbangan kepada organisasi. *Keempat*, membujuk para donatur agar mau memberikan sumbangan kepada organisasi. *Kelima*, merayu atau membuat donatur ingin untuk memberikan sumbangannya kepada organisasi.¹⁵

a. Tujuan *Fundraising*

Menurut April Purwanto ada beberapa hal yang menjadi tujuan dari *fundraising* yaitu :¹⁶

1) Pengumpulan Dana

Sesuai dengan istilahnya (*fundraising*) pengumpulan dana merupakan suatu hal yang menjadi tujuan pokok dari gerakan *fundraising*. Tidak hanya uang tetapi barang atau jasa yang memiliki nilai materi. Meskipun demikian dana dalam artian uang adalah hal yang paling penting.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 12.

¹⁶ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 6-7.

2) Menghimpun Donatur

Organisasi yang baik adalah organisasi yang setiap harinya mampu memiliki data pertambahan donatur. Ada dua hal yang dapat dilakukan oleh organisasi nirlaba yaitu, pertama menambah jumlah sumbangan dana dari setiap donatur itu sendiri dan kedua menambah jumlah donatur itu sendiri. Pilihan yang paling ringan yaitu menambah jumlah donatur.

3) Meningkatkan Citra Lembaga

Meningkatkan citra lembaga merupakan salah satu tujuan dari *fundraising* yang penting. Dengan memberikan informasi tentang organisasi akan membentuk citra organisasi itu sendiri. Dengan gambar-gambar yang diberikan melalui interaksi secara langsung maupun tidak langsung akan menumbuhkan citra yang positif maupun negatif.

4) Memuaskan Donatur

Memuaskan donatur menjadi tujuan jangka panjang karena agar donatur tetap memberikan sumbangan dananya kepada organisasi nirlaba. Apabila donatur merasa puas dengan pelayanan, program, dan operasional organisasi tersebut, maka

donatur akan kembali memberikan sumbangan dananya kepada organisasi tersebut.

5) Membangun Simpatisan Pendukung

Tujuan terakhir dari *fundraising* yaitu membangun hubungan dengan donatur dan pendukung. Bentuk dukungan dan simpati masyarakat terhadap organisasi nirlaba tidak selamanya berupa dana tetapi ada sebagian yang tidak memiliki kemampuan memberikan dana. Kelompok seperti ini akan memberikan dukungan kepada organisasi nirlaba dan umumnya secara langsung memberikan informasi yang positif kepada masyarakat tentang organisasi tersebut. Dukungan dan simpatisan seperti ini sangat memudahkan lembaga dalam *fundraising*.

b. Strategi *Fundraising*

1) Metode *Fundraising*

Menurut Muhsin Kalida dalam bukunya *Fundraising*

Taman Bacaan Masyarakat (TBM), metode *fundraising* dibagi menjadi dua jenis yaitu:¹⁷

a) Metode *Fundraising* Langsung (*Direct Fundraising*)

¹⁷ Muhsin Kalida, *Fundraising Taman Bacaan Masyarakat (TMB)*, hlm. 62.

Merupakan metode yang menggunakan teknik-teknik yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap lembaga donor dan donatur dapat seketika (langsung) dilakukan, sebagai contoh dari metode ini adalah : *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.

b) Metode *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*)

Metode ini adalah metode yang menggunakan teknik-teknik yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung dimana tidak memberikan dana donatur seketika. Contoh dari metode ini adalah: *advertorial*, *image campaign* dan penyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi dan mediasi para tokoh.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*Field Research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Sebagai penelitian lapangan maka data yang dicari adalah data primer yaitu langsung melalui tempat

penelitian sebagai sumber informasi. Penelitian ini akan dilakukan dilembaga sosial Rumah Zakat Yogyakarta.

Penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian yang temuan – temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain. Penelitian kualitatif ini digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, instrumen kuncinya adalah peneliti itu sendiri, dan deskripsikan sebagaimana adanya tanpa ada pengendalian secara khusus.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek

Subjek penelitian adalah orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti.¹⁸ Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini ialah Pimpinan Rumah Zakat.

b. Objek

¹⁸ Tatang Airin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Grafindo Persada, 1998), hlm. 135.

Objek penelitian adalah menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian.¹⁹ Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah *Strategi Marketing* di Rumah Zakat Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mempermudah didalam mengumpulkan data dan informasi maka peneliti menggunakan beberapa metode yaitu :

a. Metode Observasi

Penelitian ini memperhatikan dan mengamati hal – hal yang berkaitan dengan strategi *fundraising* di Rumah Zakat, contohnya mengamati keadaan kantor dari Rumah Zakat.

b. Metode Wawancara

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur yang mana peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan kepada narasumber. Wawancara ini bertujuan untuk

¹⁹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Reneka Cipta, 1992), hlm. 91.

mengetahui data tentang Strategi Marketing yang diterapkan oleh Rumah Zakat. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai Ibu Warnitis selaku manajer Rumah Zakat.

c. Metode Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data dari sumber-sumber data yang terdapat di Rumah Zakat yaitu buku, brosur, majalah, dokumen, dan foto dari media sosial.

4. Teknik Analisis Data

Peneliti menganalisis data penelitian menggunakan teknik analisis kualitatif maksudnya adalah dari data yang telah dikumpulkan dan telah dicek keabsahannya serta ditanyakan valid, lalu diproses mengikuti langkah-langkah yang bersifat umum, yakni *reduksi data*, *display data*, dan mengambil kesimpulan.²⁰

a. *Reduksi data* adalah data yang diperoleh dari lapangan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang rinci.

²⁰ Patton dalam Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 129.

- b. *Display* data adalah data yang terkumpul dan telah direduksi dibuatkan berbagai macam matrik, grafik, *network* dan *charts*, agar dapat dikuasai.
- c. Mengambil kesimpulan, data yang telah terkumpul, *direduksi*, *didisplay*, kemudian dicari maknanya.

5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Peneliti menguji keabsahan data, menggunakan teknik keajegan pengamatan/ketekunan, yaitu menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian menemukan hal-hal tersebut secara rinci. Dengan menggunakan teknik keajegan ini diharapkan dapat lebih teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol.²¹

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Revisi, hlm. 331.

G. Sistematika Pembahasan

Gambaran umum dari penelitian ini, maka peneliti akan mengemukakan sistematika pembahasannya sebagai berikut :

Bab I

Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II

Berisi tentang gambaran umum Rumah Zakat Yogyakarta, mencakup sejarah, visi misi, motto, dan struktur organisasi.

Bab III

2020
Berisi pembahasan tentang hasil penelitian yang membahas tentang Strategi *Fundraising* yang dilakukan oleh Rumah Zakat Yogyakarta tahun

Bab IV

Merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian pada bab sebelumnya yang membahas mengenai Strategi Fundraising pada Rumah Zakat Yogyakarta Tahun 2020, maka dapat disimpulkan bahwa Rumah Zakat Yogyakarta telah menerapkan Strategi *Fundraising* sesuai dengan teori dari Muhsin Kalida. Hal ini didapatkan berdasarkan pelaksanaan tujuan *fundraising* yaitu pengumpulan dana, menghimpun donatur, meningkatkan citra lembaga, dan memuaskan donatur.

Adapun metode *fundraising* terdiri dari metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Metode *fundraising* langsung dilakukan dengan *direct mail*, *direct advertaising*, *shopping charity*, menyediakan kontak person, dan *market place*. Sedangkan untuk penggalangan tidak langsung dilakukan dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan menjadi sponsor acara.

B. Saran

Berdasarkan temuan hasil penelitian, ada beberapa saran terkait strategi *fundraising* Rumah Zakat Yogyakarta :

1. Bagi Rumah Zakat :

- a. Rumah Zakat Yogyakarta bisa mencoba menggalang dana (*fundraising*) menggunakan media sosial berbayar seperti melalui periklanan *facebook* dan periklanan *Instagram*
- b. Maksimalkan penggunaan media sosial dan meningkatkan interaksi antara donatur dan calon donatur pada media sosial Rumah Zakat Yogyakarta seperti *facebook*, *Instagram*, *twitter*, *whatsapp*, *youtube* dan media sosial lain misalnya *TikTok* yang kini sedang banyak sekali peminatnya terutama kalangan anak muda. Dengan aplikasi *TikTok* kita dapat membuat video pendek yang menarik dengan fitur – fitur edit yang disediakan, terkait ajakan untuk berzakat, infaq, sedekah dan wakaf.
- c. Lebih aktif untuk berinteraksi dengan donatur dan calon donatur pada semua media sosial yang dimiliki oleh Rumah Zakat. Misalnya membuat sesi tanya jawab di *Instagram* seputar edukasi zakat, infaq, dan sedekah. Karena pada zaman sekarang banyak orang mendapatkan informasi dengan melalui internet dan media sosial. Dengan saling aktif berkomunikasi pada media sosial maka akan terjalin komunikasi dengan

pengikut di media sosial Rumah Zakat, sekaligus dapat melakukan pemasaran dan mengenalkan peroduk Rumah Zakat.

2. Bagi peneliti berikutnya :

- a. Hendaknya bagi peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitiannya dengan menggunakan teori *fundraising* dari tokoh yang berbeda dan juga prespektif yang berbeda
- b. Bagi penelitian berikutnya diharapkan lebih fokus pada pembahasan salah satu jenis produk penggalangan dana agar penelitian pada startegi *fundraising* selanjutnya lebih jelas dan mendalam.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar, Muhammad, H., *Manajemen Organisasi Zakat*, (Malang : MAdani, 2011)
- Airin, Tatang, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Grafindo Persada, 1998)
- Alfianita, Ratna Hendra, *Manajemen Pemasaran Secara Online Desa Wisata Di Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Desa Wisata Gabungan/Dewiga)*, skripsi (Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga, 2016)
- Al-Utsaimin, Muhammad Bin Salih, *Fiqih Zakat Kontemporer : Soal Jawab Ihwal Zakat dari Klasik Hingga Terkini*, (Surakarta : Al Qowan, 2011)
- Ardhi, Yudha, *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*, (Yogyakarta : Taka Publisher, 2013)
- Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armilo 1984)
- Arikunto, Suharsini, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Reneka Cipta, 1992)
- Askaria, Alda Oktitania, Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial *Twitter* pada *Online Shop Shopee @Shopeeid* terhadap Keputusan Pembelian (Survey Terhadap *Follower Akun Twitter @Shopeeid*), *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* vol. 6. (2) (2019)
- Bahrudin, Imam, *Strategi Promosi PT Patuna Mekar Jaya Kantor Cabang Yogyakarta Tahun 2017/2018*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2019).
- Boyd, Walker, Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, (Jakarta: Erlangga, 2000)
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka 1989, hlm. 330.
- Dharmesta, Basu swatha, manajemen pemasaran, (Tangerang Sekatan: Universitas Terbuka, 2014)
- Fakhrudin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, (Malang : UIN Malang Press, 2008)

Gregorius Chandra, fandy tjiptono, yanto candra, *Pemasaran Global*, (Yogyakarta : Andi, 2004),

H. A. Faisal Haq, *Hukum Perwakafan di Indonesia*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2017)

Hafidudin, Didin, *Panduan Praktis Tentang Zakat Infaq Sedekah*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2002)

Kalida, Muhsin, *Fundraising Taman Bacaan Masyarakat*, (Yogyakarta: Cakruk, 2012)

_____ *Menggalang Dana Melalui Taman Bacaan (TBM)*, (Yogyakarta: Mitsaq Pustaka, 2010)

Karnawijaya, Ning *Identifikasi Kendala dalam Strategi Fundraising Wakaf Online di Global Wakaf Surakarta*, vol. 1: 2 (2020)

lupiyoadi, Rambat, *Technopreneurship*, (Jakarta : salemba empat, 2009)

Nopriandi, Widi , *Strategi Fundraising Dana Zakat pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar*, *Jurnal Imara*, vol. 1: 1 (Desember, 2017)

Patton dalam Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 1999)

Purwanto, April, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009)

Wulandari, Hanifah Hikmaati, *Manajemen Zakat Infaq dan edekah (ZIS) di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Gunung Kidul*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015).

Internet :

[At-Taubah - التوبة | Qur'an Kemenag](#) Diakses pada 21 Januari 2021 pukul 19.00 WIB

[download.html \(bps.go.id\)](#) diakses pada 20 Januari 2021 pukul 17.50 WIB.

[www.rumahzakat.org](#) diakses pada 20 Januari 2021 pukul 18.30 WIB.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Kantor Rumah Zakat Yogyakarta



Bagian dalam Kantor Rumah Zakat Yogyakarta





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN WAWANCARA

1. Kapan berdirinya Rumah Zakat Yogyakarta ?
2. Bagaimana struktur organisasi Rumah Zakat Yogyakarta ?
3. Apa saja bantuan yang dapat disalurkan di Rumah Zakat ?
4. Apasaja program – program yang dimiliki oleh Rumah Zakat?
5. Apa saja program yang paling diminati oleh donatur ?
6. Siapa target pemasaran / penggalangan Rumah Zakat ?
7. Mengapa memilih lokasi di Jalan Veteran No. 9 Muja Muju ?
8. Mengapa memilih media social sebagai media promosi dalam menggalang dana?
9. Dari semua media sosial yang dimiliki oleh Rumah Zakat mana yang paling diaktif / sering diakses oleh Rumah Zakat?
10. Bagaimana cara menjaga donatur di Rumah Zakat ?
11. Kemana Majalah yang dibuat oleh Rumah Zakat didistribusikan ?
12. Apa saja kendala yang dihadapi ketika melakukan pemasaran dalam menggalang dana ?
13. Adakah Rumah Zakat melakukan promosi penjualan ?
14. Apakah Rumah Zakat menerima kerjasama sebagai sponsor dalam sebuah acara? Contohnya ?
15. Bagaimana cara Rumah Zakat melakukan evaluasi ?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Dewi Permatasari

Tempat /Tanggal Lahir : Sleman, 01 Agustus 1994

Nama Bapak : Alm. Alfu Khasan

Nama Ibu : Asroriyah

Alamat : Jalan Nangka 2 no. 221 Karang
Nongko Maguwoharjo

No. Telepon : 08562544216

Email : dewipermatasari24@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

TK :TK MASYITOH KARANG NONGKO
STATE ISLAMIC UNIVERSITY

SD :MI AL – HUDA KARANG NONGKO
SUNAN KALIJAGA

SMP :SMP N 2 DEPOK
YOGYAKARTA

SMA :MAN MAGUWOHARJO