

**STRATEGI *FUNDRAISING* ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH DI BADAN
AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Disusun Oleh:
Tias Aderma
NIM. 19102040052**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**Dosen Pembimbing:
Munif Solikhan, MPA.
NIP. 19851209 201903 1 002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023



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-1389/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH DI BADAN AMIL
ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TIAS ADERMA
Nomor Induk Mahasiswa : 19102040052
Telah diujikan pada : Rabu, 16 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Munif Solihan, MPA
SIGNED

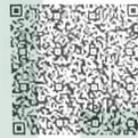
Valid ID: 64e5b1fc3e211



Penguji I

Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
SIGNED

Valid ID: 64e5ad418b998e



Penguji II

Dra. Siti Fatmah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64e40d71e8939



Yogyakarta, 16 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 64e6bbb8ed3465



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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka Kami selaku Pembimbing berpendapat bahwa Skripsi saudara:

Nama : Tias Aderma
NIM : 19102040052
Prodi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi *Fundraising* Zakat, Infak, Dan Sedekah di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) daerah Istimewa Yogyakarta

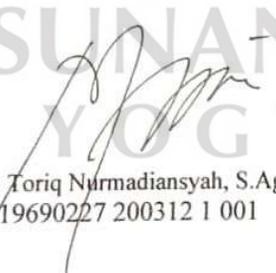
Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (Bagian Pelayanan Seminar dan Munaqasyah).

Dengan ini Kami mengharap agar Skripsi tersebut di atas dapat segera Disahkan, Atas perhatiannya Kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 8 Agustus 2023

Ketua Program Studi

Pembimbing


H. M. Toriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si
NIP. 19690227 200312 1 001


Munif Solikhan, MPA.
NIP. 19851209 201903 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Tias Aderma

NIM : 1910240052

Prodi : Manajemen dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul Strategi Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah, di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta adalah hasil karya asli pribadi dan 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 terbukti tidak benar, maka peneliti siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku

Yogyakarta, 8 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Tias Aderma

NIM. 19102040052

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rasa Syukur Kepada Allah SWT Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Alamamaterku tercinta Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

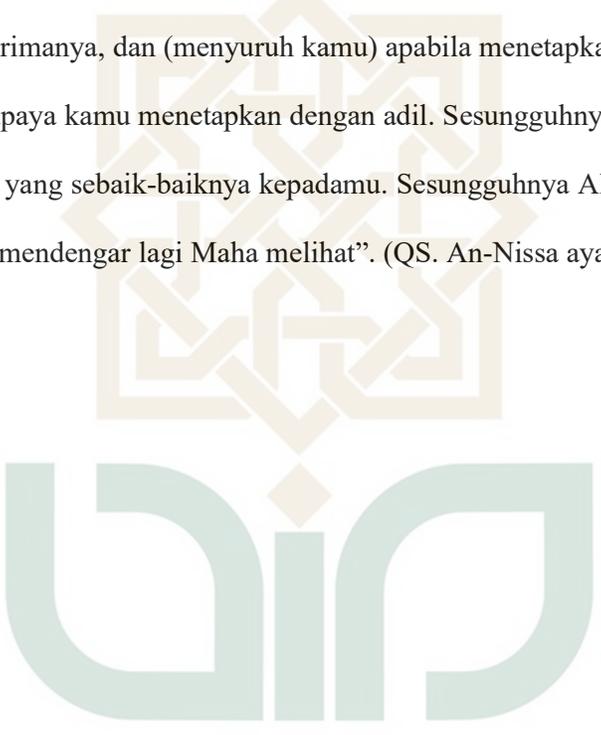


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ
تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (QS. An-Nissa ayat 58)¹



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Al-Qur'an, An-Nissa:58. Semua terjemahan Ayat Al Qur'an diskripsi ini diambil dari Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an., 2019).

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat-sahabatnya dan kepada umatnya semoga mendapat syafaatnya. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Namun, atas bantuan doa dari berbagai pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh sebab itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag, MA. Selaku Rektor versitas Islam Negeri Sunana Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Muhammad Thoriq Nurmadiyansyah, S.Ag., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Munif Sholihan, MPA. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang sudah dengan tulus membimbing, mengarahkan, dan memberi saran hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Early Magfiroh Innayati, S.Ag., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang sudah memberi motivasi dan mengarahkan selama menempuh perkuliahan.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam memberikan ilmu serta wawasan selama perkuliahan.

7. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Program Studi Manajemen Dakwah.
8. Orang tuaku yang sangat aku sayangi Bapak Sumarjono dan Ibu Yudiati Purbayani, yang senantiasa medoakan, menyayangi dan memberi motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Adik peneliti, Seta Madira yang sudah menemani dalam mengerjakan skripsi semoga dapat memotivasi kelak dikemudian hari. Serta keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan dengan penuh kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
10. Pimpinan dan Pelaksana Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta selaku Lembaga penelitian yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
11. Teman teman seperjuangan yang telah menemani peneliti dalam mengerjakan skripsi, Tsania, Hasan Turki, Wafa, Fifi, Debi, Lathif, Tutik, Hanifah, dan teman-teman Manajemen Dakwah Angkatan 19 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Teman-teman KKN 108 kelompok 26 di Dukuh Blado kapanewon Purwosari Kabupaten Gunungkidul, Adji, Rindi, Imad, Ananda, Ilzam, Zafar, Agung, Ayu, Wyne.
13. Kepada Na Jaemin, Jung Jaehyun, Winwin dan teman-temannya yang tergabung dalam sebuah grup NCT, terimakasih sudah menghibur dan memotivasi peneliti selama menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada pihak tidak dapat disebutkan yang telah mendukung peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang disebutkan diatas mendapatkan balasan kebaikan yang lebih baik dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan dan perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Yogyakarta, 4 Agustus 2023

Peneliti

Tias Aderma
NIM. 19102040052



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Tias Aderma, NIM. 19102040052, 2023. *Strategi Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah di Badan Amil Zakat (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini berlatar belakang dari perolehan dana zakat selama 4 tahun terakhir yaitu sejak 2019 hingga 2022 mengalami peningkatan. Serta pertumbuhan muzaki baru yang mengalami peningkatan, sebelumnya hanya 650 muzaki, pada tahun 2021 meningkat menjadi 4652 perorangan dengan perolehan zakat Rp.12.334.528.316. Jumlah tersebut merupakan peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Namun nyatanya jumlah tersebut masih belum mencapai potensi zakat DIY.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi lapangan yang kemudian menghasilkan data deskriptif. Adapun metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya Strategi *Fundraising* Zakat, Infak dan sedekah di BAZNAS DIY dilaksanakan dengan baik. Penerapan strategi *fundraising* di BAZNAS DIY menggunakan 2 metode strategi, yaitu metode langsung (*direct*) dan metode tidak langsung (*indirect*) dengan mengembangkan media baik secara luar jaringan (*online*) maupun dalam jaringan (*offline*) di kedua metode yang digunakan. Adapun hasil perhitungan IFAS dan EFAS BAZNAS DIY berada pada kuadran I dimana posisi tersebut menguntungkan, rekomendasi strateginya adalah mengoptimalkan pelayanan prima dan merawat muzaki, serta meningkatkan kegiatan *fundraising via online*.

Kata kunci: *Strategi Fundraising, BAZNAS DIY, ZIS*

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian	22
G. Sistematika Pembahasan	32
BAB II GAMBARAN UMUM BAZNAS DIY	33
A. Profil Lembaga	35
B. Struktur Organisasi BAZNAS DIY	38
C. Tugas dan Fungsi Pimpinan dan Pelaksana BAZNAS DIY	39

D. Logo BAZNAS DIY	42
E. Jenis Layanan di Kantor BAZNAS DIY	43
F. Program BAZNAS DIY	45
G. Mekanisme Pelayanan di Kantor BAZNAS DIY	48
BAB III PEMBAHASAN.....	49
A. Strategi <i>Fundraising</i> Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di BAZNAS DIY	49
B. Metode <i>Fundraising</i> Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di BAZNAS DIY	52
C. Analisis IFAS, EFAS, dan Matriks SWOT Strategi <i>Fundraising</i> Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di BAZNASDIY	76
BAB VI PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Pengumpulan Zakat Infak Shadaqoh Tahun 2019-2021	5
Tabel 1.2 <i>Internal Straregic Factor Analisis Summary</i> (IFAS)	27
Tabel 1.3 <i>External Strategic Factor Analisis Summary</i> (EFAS)	27
Tabel 1.4 Matriks SWOT	29
Tabel 2.1 Data Pegawai Baznas DIY Tahun 2021-2026	38
Tabel 3.1 Stretegi Fundraising BAZNAS DIY	54
Tabel 3.2 Hasil Analisis IFAS Strategi Fundraising BAZNAS DIY	81
Tabel 3.3 Hasil Analiis EFAS Strategi Fundraising BAZNAS DIY	85
Tabel 3.4 Matriks SWOT	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Analisis SWOT	27
Gambar 1.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	31
Gambar 1.3 Triangulasi Teknik Sumber Data	32
Gambar 2.1 Peta Lokasi BAZNAS DIY	35
Gambar 2.2 Struktur BAZNAS DIY Periode 2021-2026	39
Gambar 2.3 logo BAZNAS DIY	42
Gambar 2.4 Qris pembayaran melalui ecommerce	44
Gambar 3.1 Layanan konter zakat BAZNAS DIY	56
Gambar 3.2 Layanan Jemput Zakat	57
Gambar 3.3 Layanan Konter Zakat	58
Gambar 3.4 Tampilan instagram BAZNAS DIY	62
Gambar 3.5 Tampilan Facebook BAZNAS DIY	63
Gambar 3.6 Tampilan Twitter BAZNAS DIY	64
Gambar 3.7 Brosur BAZNAS DIY	65
Gambar 3.8 Pemasangan spanduk bulan Ramadhan bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia(MUI)	66
Gambar 3.9 Tampilan website BAZNAS DIY	67
Gambar 3.10 Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)	68
Gambar 3.11 Kegiatan layanan kesehatan	71
Gambar 3.12 Program beasiswa pendidikan	72
Gambar 3.13 Program wisuda santri lepas	73

Gambar 3.14 Pelatihan dan bantuan usaha program Zchiken 74

Gambar 3.15 Bantuan renovasi rumah warga Kulonprogo 74

Gambar 3.16 Perolehan dana Zakat, Infak, dan Sedekah 75

Gambar 3.17 Matriks SWOT 89



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu ibadah wajib yang dilaksanakan oleh umat muslim, zakat juga merupakan rukun Islam yang ada dalam Al-Qur'an, sehingga zakat merupakan kewajiban yang mutlak yang harus dilaksanakan bagi umat muslim yang memenuhi syarat wajib membayar zakat.² Dalam Al-Qur'an sesuai dengan firman Allah SWT pada surat At-Taubah ayat 71 menyebutkan:

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya: “Orang-orang mukmin, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (berbuat) makruf dan mencegah (berbuat) mungkar, menegakkan salat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sesungguhnya Allah Mahaperkasa lagi Maha bijaksana.”(qs. At-Taubah:71).³

² Istiqomah dan Ahmad Fauzi, “Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri”, *Jurnal At Tamwil*, vol.3:1 (Maret, 2021), hlm. 100.

³ Al-Qur'an, at-Taubah:71. Semua terjemahan Ayat Al Qur'an diskripsi ini diambil dari Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an., 2019).

Ayat diatas menjelaskan bahwasannya Allah SWT memerintahkan kepada Rasul-Nya untuk menunaikan zakat. Perintah menunaikan zakat, infak, dan sedekah perlu dilakukan oleh seluruh umat muslim yang mampu. Zakat, infak dan sedekah juga merupakan bentuk dari membersihkan harta dan dosa selain itu zakat juga merupakan bentuk penyempurnaan iman. Zakat yang telah terkumpul dan dikelola oleh amil selanjutnya dapat di distribusikan kepada mustahiq. Dengan demikian zakat, infak, dan sedekah diharapkan mampu menjadi salah satu pemerataan ekonomi masyarakat.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk cukup banyak di dunia, yakni sebanyak 275.361.267 jiwa pada data penduduk 30 Juni 2022 atau semester 1 tahun 2022.⁴ Mayoritas penduduk terbanyak di Indonesia beragama Islam, dengan total penduduk sebanyak 87,2%.⁵ Banyaknya jumlah penduduk di Indonesia masih menyimpan permasalahan dalam kesejahteraan ekonomi. Tingkat kemiskinan yang cukup tinggi merupakan masalah yang belum dapat di selesaikan dengan baik di Indonesia, di buktikan dari data Badan Pusat Statistik. Pada presentase penduduk miskin di Indonesia bulan maret 2022 sebesar 26,16 juta jiwa.⁶ Oleh karena itu diperlukan solusi untuk mengentaskan angka kemiskinan yang ada.

⁴<https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1396/dukcapil-kemendagri-rilis-data-penduduk-semester-i-tahun-2022> diakses pada 19 November 2022, pukul 20.38.

⁵ <https://www.indonesia.go.id/profil/agama> diakses pada 13 Desember 2022, pukul 22.00.

⁶<https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1930/persentase-penduduk-miskin-maret-2022-turun-menjadi-9-54-persen.html> diakses pada 13 Desember 2022, pukul 22.00.

Proses *fundraising* zakat, infak, dan sedekah merupakan salah satu bentuk pengelolaan yang dilakukan oleh lembaga zakat.⁷ Semua bentuk pelaporan sebagai formulir tanggung jawab untuk mengelola dana zakat tersebut oleh pengelola zakat tingkatan Badan Amil Zakat Nasional dan Lembaga Amil Zakat. *Fundraising* merupakan suatu proses pengumpulan dan pengimpunan dana dari individu, kelompok, maupun badan hukum.⁸ Dalam menjalankan kegiatan *fundraising* para amil memerlukan strategi dalam pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah.

Strategi *fundraising* memiliki peran penting untuk organisasi nirlaba untuk menjalankan aktivitasnya. Strategi penggalangan dana bisa mendorong pengelola dana ZIS untuk dapat meningkatkan aliran pendapatan dana. Jumlah dana ZIS yang diterima dapat mempengaruhi jumlah dana ZIS yang dapat disalurkan ke mustahik. Sejumlah besar dana dapat mempengaruhi sistem pendistribusian atau penyaluran. Jika jumlah dana yang di dapatkan sedikit, maka pemanfaatannya juga hanya sampai beberapa mustahik.

Demikian juga dengan BAZNAS D.I. Yogyakarta yang melakukan strategi *fundraising* untuk melaksanakan kewajiban mengelola zakat, infak, dan sedekah. Sesuai dengan surat edaran Gubernur DIY No.451/2252 tentang gerakan zakat, infak sedekah bagi umat muslim di D.I.Yogyakarta serta surat edaran Sekretaris Daerah No.451/1194 tentang pembuatan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dan pelaksanaan zakat. Maka BAZNAS D.I. Yogyakarta

⁷ Nilda Susilawati, "Analisis Model Fundraising Zakat, infak Dan Sedekah Dilembaga Zakat", *Jurnal Al Intaj*, vol. 4:1 (Maret, 2018), hlm. 105.

⁸ Widi Nopiardo, " Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar" *Jurnal Imara*, vol.1:1 (Desember,2017), hlm. 60.

menjadi lembaga yang dipercaya para *muzakki* untuk menyalurkan zakatnya atau melalui UPZ yang sudah ada.

Kegiatan pengumpulan zakat, infaq, dan sedekah di BAZNAS D.I. Yogyakarta memiliki berbagai upaya agar dana zakat, infaq, dan sedekah dapat meningkat. Salah satu upaya yang dilakukan baznas D.I. Yogyakarta yaitu dengan sosialisasi baik secara offline maupun online melalui berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Sosialisasi secara langsung (offline) melalui kegiatan sosialisasi dan optimalisasi zakat di lingkungan DIKPORA DIY, Sosialisasi di berbagai kegiatan, pembagian flyer, serta kemudahan pembayaran gerai zakat. Sosialisasi optimalisasi dana zakat juga dilaksanakan online melalui media sosial, website, radio, surat kabar. BAZNAS D.I. Yogyakarta juga menawarkan kemudahan dalam pembayaran zakat seperti via transfer ATM, layanan jemput zakat, konsultasi zakat, *E-commerce*, *online payment*, *zakat payroll system* dan aplikasi muzaki *corner*.

Dalam pelaksanaannya, BAZNAS D.I. Yogyakarta memiliki program kerja pengumpulan, pendayagunaan, dan pendistribusian dana zakat. Dalam program pengumpulan BAZNAS D.I.Y melakukan berbagai strategi guna mendapatkan dana zakat untuk di salurkan, dari penelitian yang dilakukan diketahui:

Tabel 1.1

Grafik Pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah Tahun 2019-2021⁹

No.	Tahun	<i>Muzakki</i>	Penghimpunan
1.	2019	650 Perorangan & 22 Lembaga	Rp. 4.008.307.720
2.	2020	650 Perorangan & 22 Lembaga	Rp. 5.521.357.911
3.	2021	4652 Perorangan & 0 Lembaga	Rp. 12.334.528.316
4.	2022	4.562 Perorangan & 2 Lembaga	Rp. 13.562.483.547

Sumber: Data statistik BAZNAS Daerah Istimewa Yogyakarta

Angkat tersebut perolehan yang dihimpun secara langsung oleh BAZNAS D.I. Yogyakarta. Perolehan tersebut berdasarkan dari penjumlahan potensi dari berbagai aspek seperti, zakat profesi, zakat perorangan, infak, dan sedekah. Dana yang dihimpun oleh BASNAS D.I. Yogyakarta setiap tahunnya mengalami peningkatan, terutama pada tahun 2021, terjadi peningkatan *muzakki* sejumlah 4002 orang dimana tahun sebelumnya hanya 650 orang, jumlah yang dihimpun pada tahun 2020 sebanyak Rp. 5.521.357.911 dan meningkat di tahun 2021 menjadi Rp. 12.334.528.316.¹⁰ Jumlah tersebut merupakan peningkatan yang cukup signifikan, oleh karena itu menjadi menarik untuk diteliti lebih dalam lagi mengenai bagaimana strategi fundraising yang dilakukan oleh BAZNAS D.I. Yogyakarta dalam menghimpun Zakat, Infak dan Sedekah.

⁹ <https://diy.baznas.go.id/home> diakses pada 20 Januari 2023, pukul 22.00.

¹⁰ *Ibid*, <https://diy.baznas.go.id/home>.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Fundraising Zakat Infak dan Sedekah Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana strategi *fundraising* zakat, infak dan sedekah di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *fundraising* zakat, infak, dan sedekah di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dari berbagai pihak penelian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

1) Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan teoritis mengenai strategi *fundraising* zakat, infak, dan shodaqah di Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta.

2) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah pustakaan dan bahan untuk memperluas wawasan mengenai strategi *fundraising*

zakat, infak, dan shodaqah di Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi lembaga penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pimpinan dan *staff* Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini selanjutnya dapat menjadi masukan dan *feedback* dalam Strategi *fundraising*, zakat, infak, dan Sedekah di Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berguna untuk membandingkan pembahasan teori dalam penelitian ini berdasarkan literatur lain. Adapun setelah peneliti menelaah, peneliti menemukan beberapa skripsi dan jurnal yang membahas tentang strategi *fundraising* ZIS, antara lain:

Pertama, Skripsi karya Muhammad Agus Futuhul Ma'wa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga tahun 2020 dengan judul "Strategi Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZIZNU D.I. Yogyakarta". Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi *Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZIZNU D.I. Yogyakarta dilaksanakan dengan baik. Dengan menggunakan dua strategi *fundraising*, yaitu metode langsung (*direct*) dan metode tidak langsung (*indirect*) dengan mengembangkan metode dengan media *fundraising* secara

luar jaringan (*via offline*) dan secara dalam jaringan (*via online*) dalam setiap metode langsung (*direct*) dan metode tidak langsung (*indirect*).¹¹

Kedua, Skripsi karya Pini Novia Dewi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim tahun 2020 yang berjudul “Strategi Fundraising Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) Di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu”. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan *fundraising* zakat, infak, dan sedekah pada BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu memiliki Strategi, namun strategi yang dimiliki masih lemah, karena Baznas lebih dominan melakukan strategi menentukan segmen dan target *muzakki* dan juga strategi membangun sistem komunikasi. Tahap strategi yang dilakukan dengan cara menjadikan segmen dan target *muzakki*, bentuk strategi yang dilakukan yaitu dengan cara menjadikan segmen pemerintahan, koperasi, kalangan Aparatur Sipil Negara (ASN), perusahaan, dan juga dari masyarakat umum yang mempunyai harta mencapai nisab sebagai target *muzakki*. Kedua, strategi penyiapan sumber daya dan sistem operasi, bentuk yang dilakukan yaitu, penetapan amil yang memiliki pendidikan S1 dan beragama Islam, mempunyai pengalaman bekerja, mengetahui tentang zakat, dan mampu mengoperasikan komputer. Ketiga, membangun sistem komunikasi, bentuk yang dilakukan yaitu, pendekatan komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung dan komunikasi secara umum dengan sosialisasi dengan berbagai media. Keempat, startegi dalam menyusun standar

¹¹ Muhammad Agus Futuhul Ma'wa, “Strategi Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZIZNU D.I. Yogyakarta”, Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020).

layanan baik secara langsung dikantor maupun online/transfer dan jempot zakat sesuai dengan kebutuhan *muzakki*.¹²

Ketiga, jurnal Mudzakir Ilyas Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al-Furqon Prabumulih tahun 2021 yang berjudul “Strategi Dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqah (Studi Kasus Pada Laznas Dewan Da’wah Sumatra Selatan Kota Prabumulih)”. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat dua strategi penghimpunan dana ZIS, yaitu secara offline dan secara online. Penghimpunan dana ZIS secara offline terdapat 4 program, yaitu: (1) sosialisasi kepada masyarakat, (2) silaturahmi kepada *muzakki*, (3) menitipkan kotak infak, (4) menitipkan kenceleng. Penghimpunan dana ZIS secara online melalui sosialisasi LAZNAS dewan da’wah Sumatra Selatan Kota Prabumulih melalui media sosial seperti instagram dan facebook. Serta terdapat kendala dalam melaksanakan penghimpunan dana ZIS yaitu, belum ada transportasi, jumlah *staff* dan relawan masih sedikit, status kantor belum tetap, dan minimnya SDM yang menguasai teknologi.¹³

Keempat, Skripsi Subhan Aziz Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta tahun 2020, yang berjudul “Analisis Manajemen Pendistribusian Zakat (Strudi Kasus Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Hasil penelitian

¹² Pini Novia Dewi, “Fundraising Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS) Di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu”, *skripsi*, (Riau: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020), hlm. I.

¹³ Mudzakir Ilyas, “Strategi Dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqah (Studi Kasus Pada Laznas Dewan Da’wah Sumatra Selatan Kota Prabumulih)”, *Jurnal*, (Sumatra Selatan: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al-Furqon Prabumulih, 2021), hlm. 77.

menunjukkan bahwa manajemen pendistribusian BAZNAS DIY sudah menerapkan fungsi manajemen yaitu, (1) Perencanaan pendistribusian dengan menggunakan Rencana Kegiatan Anggaran Tahunan (RKAT) dan melakukan rencana pendistribusian. Serta memastikan pendistribusian kepada 8 asnaf diantaranya, fakir, miskin, amil, muallaf, budak, belia, gharimin, fi sabilillah, ibnu sabil, riqaz. Zakat juga disalurkan untuk distribusi bersifat konsumtif dan produktif. (2) Pengorganisasian pada BAZNAS juga membentuk kelompok yaitu Layanan Aktif BAZNAS (LAB) dan BAZNAS Tanggap Bencana (BTB). (3) Pelaksanaan pendistribusian yaitu memberikan bentuk penyaluran pada setiap program yang dilaksanakan BAZNAS. (4) Pengawasan yang dilakukan BAZNAS yaitu mengevaluasi setiap laporan dan monitoring.¹⁴

Berdasarkan hasil pengamatan dari penelitian terdahulu, tampak bahwasannya penelitian yang akan dilakukan dalam strategi *fundraising* ZIS pada BAZNAS DIY belum ada yang meneliti didalamnya. Penelitian yang akan peneliti lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya, hal tersebut bukan hanya terletak pada subjek dan objek saja melainkan juga dalam menganalisa teori yang akan digunakan oleh peneliti.

¹⁴ Subhan Aziz, "Analisis Manajemen Pendistribusian Zakat (Studi Kasus Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta)", (Yogyakarta: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2020), hlm. 1.

E. Kerangka Teori

1. Tinjauan Strategi Fundraising

a. Definisi Strategi *Fundraising*

Secara etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu, *strategos* yang berarti jendral. Strategi awal mulanya berasal dari peristiwa peperangan yaitu sebagai sesuatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama.¹⁵ Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi memiliki empat makna yaitu:¹⁶

- 1) Strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai.
- 2) Strategi merupakan ilmu seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan.
- 3) Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.
- 4) Strategi merupakan tempat yang baik menurut siasat perang.

Menurut Stephanie K. Marrus dalam Guntur, mendefinisikan strategi merupakan proses penentuan suatu rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu organisasi,

¹⁵ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar" *Jurnal Imara*, vol.1:1 (Desember,2017), hlm. 59.

¹⁶ <https://kbbi.web.id/strategi>, diakses pada 26 Januari 2023, Pukul 09.05.

disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar dapat mencapai tujuan tersebut.¹⁷

Strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan. Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun oleh suatu perusahaan dapat di implementasikan secara efisien dan efektif.¹⁸ Formulasi atau penyusunan strategi menurut Hungger dan Wheelen adalah proses pengembangan rencana jangka panjang untuk menangani secara efektif kesempatan dan ancaman dari lingkungan berdasarkan kekuatan dan kelemahan organisasi.¹⁹

Formulasi strategi terdiri dari 4 komponen inti yaitu:

- 1) Misi adalah tujuan utama atau alasan sebuah organisasi didirikan. Misi mungkin dirumuskan dalam lingkup yang sempit atau luas, tergantung situasi yang dihadapi.
- 2) Tujuan adalah hasil akhir dari sebuah aktivitas yang direncanakan. Tujuan akan menyatakan apa yang harus dicapai dan kapan hal tersebut dicapai. Tujuan yang baik harus dapat di ukur, untuk memudahkan pengukuran kinerja organisasi.

¹⁷ Guntur, dkk., “Strategi Fundraising Dan Filantropi Dalam Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZIZMU) Di Kabupaten Sambas”, *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, Vol.6 No.2 (Agustus, 2021), hlm. 109

¹⁸ Nurdiani, dkk., “Strategi Penghimpunan (*Fundraising*) Dana Zakat, Infaq, dan sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitull Mall Hidayatullah Jambi Di Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Najaha Iqtishod*, (Jambi: Universitas Jambi, Agustus 2022) vol.1:1, hlm. 51.

¹⁹ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 1996). hlm. 22.

- 3) *Master plan* yaitu memaparkan bagaimana suatu organisasi akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi disusun dalam bentuk langkah-langkah umum yang akan diambil oleh organisasi yang nantinya dijadikan pedoman dalam penyusunan kebijakan-kebijakan.
- 4) Kebijakan yaitu pedoman secara garis besar untuk pengambilan keputusan. Kebijakan disusun berpedoman dengan strategi-strategi yang telah ditetapkan. Pada sektor publik, kebijakan yang diambil harus dibuat dalam bentuk dan proses yang legal agar bisa dilaksanakan.²⁰

Sasaran utama dari setiap strategi menurut Sukardi adalah memenangkan preferensi pelanggan, menciptakan keunggulan yang berkesinambungan dan menciptakan keunggulan daya saing.²¹

Menurut Wiliam F. Gluech dan Laurance R Jauch dalam Mudzakir manajemen startegi adalah sejumlah tindakan dan keputusan yang mengarah pada penyusunan strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.²²

Fundraising adalah pengumpulan dana, sementara itu yang bertugas mengumpulkan dananya adalah *fundraiser*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diartikan sebagai penggalangan

²⁰ Nurdiani, dkk., "Strategi Penghimpunan (*Fundraising*)...", hlm. 51.

²¹ Mudzakir Ilyas, "Strategi Dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq dan Shodaqah (Studi Kasus Pada Laznas Dewan Da'wah Sumatra Selatan Kota Prabumulih)", *Jurnal Asl Islamic Economic*, (Sumatra Selatan: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al-Furqon Prabumulih, Mei 2021) vol. 2:1, hlm.79.

²² *Ibid.*, hlm. 80.

adalah, proses, cara, perbuatan pengarah, pengumpulan.²³ *Fundraising* menurut B. Suyanto dan Sutinah dapat diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat dari masyarakat, baik individu, kelompok atau organisasi, perusahaan atau pemerintah yang digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi atau lembaga sehingga mencapai tujuan.²⁴

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa strategi *fundraising* merupakan sebuah upaya yang disusun oleh lembaga guna mengumpulkan, menggalang, menghimpun, mengumpulkan, membujuk, baik dari perorangan, lembaga, organisasi, perusahaan maupun lembaga untuk guna mencapai sebuah tujuan dengan hasil yang maksimal.

b. Strategi *Fundraising*

Adapun strategi *fundraising* menurut Ridhwan dalam Nurdiana yang dimaksud meliputi:²⁵

- 1) Kampanye, merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk membangkitkan kesadaran akan pembayaran zakat. Langkah – langkah kampanye yang dapat dilakukan antara lain: melalui media massa, film dan video, brosur, portal website, spanduk, gerakan sadar zakat, desa binaan zakat, dan orientasi pengurus lembaga pengelola zakat.

²³ <https://kbbi.web.id/kumpul>, diakses pada 20 Januari 2023, pukul 20.35.

²⁴ Nurdiani, dkk., “Strategi Penghimpunan (*Fundraising...*”, hlm. 51.

²⁵ Nurdiani, dkk., “Strategi Penghimpunan...”, hlm. 52.

- 2) Kerjasama program, dilakukan dengan lembaga atau perusahaan yang berupa aktivitas *fundraising* yang berupa aktivitas *fundraising*/ penghimpunan zakat.
- 3) Melalui seminar dan diskusi dengan tema yang relevan dengan program/kegiatan OPZ (Organisasi Pengelola Zakat).
- 4) Pemanfaatan rekening bank, yang bertujuan memudahkan masyarakat/ donatur menyalurkan ZIS.

Dari penjelasan diatas terdapat strategi *fundraising* yang digunakan untuk menggalang dana. Strategi tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi dalam kegiatan penghimpunan dana guna mencapai tujuan.

c. Metode *Fundraising*

Ada dua metode yang dapat dilakukan dalam *fundraising* dana ZIS, yaitu:²⁶

1) Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*)

Metode ini merupakan metode yang menggunakan teknik-teknik yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Dimana proses interaksi antara pihak lembaga dan donatur dapat langsung dilakukan. Pada metode ini apabila dalam diri donatur muncul keinginan untuk memberikan donasinya setelah mendapatkan promosi secara langsung dari pihak lembaga, maka

²⁶ Guntur, dkk., “Strategi Fundraising dan Filantrop...”, hlm. 109.

segera dapat melakukan proses penghimpunan dana yang dilakukan lembaga tersebut.

2) Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*)

Metode ini adalah metode yang dilakukan menggunakan teknik-teknik yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung dan tidak dilakukan dengan memberikan dana donatur seketika. Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect*) dilakukan dengan cara promosi menggunakan berbagai media sosial atau media cetak yang ada dengan dukungan komunikasi yang baik.²⁷

Dari penjelasan diatas terdapat dua metode yang digunakan untuk menggalang dana, yaitu metode *fundraising* secara langsung (*direct fundraising*) dan *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Kedua metode tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi dalam kegiatan penghimpunan dana.

d. Tujuan *Fundraising*

Terdapat 5 (lima) tujuan dalam kegiatan *fundraising*, yaitu:²⁸

1) Mengumpulkan dana.

Mengumpulkan dana merupakan tujuan dari kegiatan *fundraising*. Dana yang dimaksud adalah dana zakat maupun dana pengoperasionalan zakat. Keberhasilan penghimpunan dana

²⁷ *Ibid.*, hlm. 109.

²⁸ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana...", hlm. 61-62.

zakat akan mempengaruhi keberlangsungan lembaga zakat tersebut, apabila kegiatan fundraising berjalan tidak baik dan tidak menghasilkan dana maka akan berpengaruh terhadap keberlangsungan programnya, sehingga pada akhirnya lembaga akan melemah.

2) Meningkatkan jumlah *muzakki*/donatur.

Amil melakukan fundraising dengan harapan mampu menambah jumlah dana yang terkumpul. Untuk menambah dana zakat maka amil dilakukan dua cara, yaitu menambah donasi dari *muzakki* atau menambah jumlah *muzakki* baru. Di antara kedua hal tersebut, maka lebih mudah meningkatkan donasi dari *muzakki*, namun amil juga tetap mengusahakan pertumbuhan jumlah *muzakki* baru.

3) Meningkatkan kepuasan *muzakki*.

Kepuasan *muzakki* dalam berzakat, infak ataupun sedekah akan berpengaruh kepada nilai donasi yang diberikan. Karena kepuasan *muzakki* akan membawa dampak yang cukup baik terhadap lembaga zakat. *muzakki* akan terus menyalurkan zakatnya melalui lembaga yang di rasa aman, nyaman dan dipercaya. Oleh karena itu, kepuasan *muzakki* akan membawa keuntungan untuk lembaga tersebut.

- 4) Membangun, mempertahankan, dan meningkatkan citra lembaga.

Fundraising merupakan kegiatan yang paling berpengaruh dalam lembaga zakat salah satunya berinteraksi dengan para *muzakki*, oleh karena itu citra suatu lembaga yang positif akan membawa dampak positif. Apabila yang ditunukan oleh lembaga adalah citra positif maka dukungan akan mengalir dengan sendirinya.

- 5) Menghimpun simpatisan, relasi, dan pendukung.

Muzakki ataupun mereka yang memiliki kesan positif dan simpatik terhadap lembaga amil zakat biasanya akan dengan sendirinya mendukung dengan cara membagikan informasi secara sukarela tanpa paksaan. Hal ini perlu diperhitungkan dalam kegiatan fundraising, mereka tidak hanya memberikan bantuan dana namun dapat juga menjadi promotor ataupun informasi kepada orang lain secara cuma-cuma.

Berdasarkan penjelasan diatas terdapat lima tujuan *fundraising* guna meningkatkan dana yang dihimpun diantaranya, mengumpulkan dana, meningkatkan jumlah *muzakki*/donatur, meningkatkan kepuasan *muzakki*, Membangun, mempertahankan meningkatkan citra lembaga, menghimpun simpatisan, relasi dan pendukung.

2. Tinjauan Badan Amil Zakat (BAZNAS)

a. Definisi BAZNAS

BAZNAS merupakan lembaga resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. BAZNAS memiliki misi menjadi badan amil zakat yang amanah, transparan, dan profesional. BAZNAS bersama pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berdasarkan; syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi, dan akuntabilitas.²⁹

Sebagaimana termuat dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 yang diatur oleh dua model, yaitu: pertama, zakat dikelola lembaga yang dibentuk oleh pemerintah. Kedua, zakat dikelola lembaga yang dibentuk oleh masyarakat. Sinergi antara peran negara dan masyarakat sangat diperlukan karena pengelolaan zakat membutuhkan skala prioritas, kerjasama dan data yang komprehensif untuk pendayagunaan zakat.

Dengan dibentuknya lembaga khusus yang menangani pengelolaan zakat, memudahkan pengelola zakat secara sinergis. Dalam rangka melaksanakan tugasnya sebagai lembaga pengelolaan zakat

²⁹ Nina Triyani, dkk, "Manajemen Resiko Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Jurnal Al-Muzara'ah, Vol. 5, No. 2, thn.2007, hlm. 116.

nasional, Baznas menjalankan fungsi-fungsi utama sebagaimana diatur pada pasal 7 ayat (1) UU No. 23/11, adalah sebagai berikut:

- 1) Perencanaan pengumpulan, pendistribusiian, dan pendayagunaan zakat.
- 2) Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.³⁰

b. Aspek Lembaga Zakat

Lembaga zakat adalah organisasi atau badan yang bertanggung jawab untuk mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan zakat, yang merupakan salah satu pilar utama dalam agama Islam. Ada beberapa aspek yang perlu dipahami tentang lembaga zakat:³¹

- 1) Pengumpulan Zakat, Salah satu tugas utama lembaga zakat adalah mengumpulkan zakat dari individu Muslim yang berkewajiban membayar zakat. Pengumpulan zakat dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk sumbangan sukarela, pendekatan pribadi, atau melalui program-program pengumpulan yang lebih terstruktur.
- 2) Pengelolaan Dana Zakat, Lembaga zakat memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana zakat dengan baik. Mereka harus memastikan bahwa dana tersebut diinvestasikan atau digunakan secara efisien untuk membantu mereka yang berhak menerima zakat.
- 3) Penentuan Penerima Zakat, Lembaga zakat juga harus memiliki prosedur yang jelas untuk menentukan siapa yang berhak menerima

³⁰ Kementerian Agama RI, Standarisasi Amil Zakat di Indonesia, 2015, hlm. 45.

³¹ Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2011, Tentang Pengelolaan Zakat.

<https://jatim.kemenag.go.id/file/file/Undangundang>

zakat. Ini melibatkan identifikasi individu atau keluarga yang memenuhi syarat sebagai penerima zakat berdasarkan pedoman agama Islam.

- 4) Pendistribusian Zakat, Salah satu peran utama lembaga zakat adalah mendistribusikan zakat kepada penerima yang berhak. Ini bisa dilakukan dalam berbagai bentuk, termasuk bantuan tunai, bantuan dalam bentuk barang atau layanan, atau investasi dalam proyek-proyek produktif.
- 5) Transparansi dan Akuntabilitas, Lembaga zakat diharapkan untuk beroperasi secara transparan dan akuntabel. Mereka harus memberikan laporan reguler kepada para donatur dan masyarakat tentang bagaimana dana zakat digunakan.
- 6) Pengembangan Program Kesejahteraan, Beberapa lembaga zakat juga terlibat dalam pengembangan program-program kesejahteraan dan proyek-proyek sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Muslim dan non-Muslim di daerah mereka.
- 7) Pendidikan dan Kesadaran, Lembaga zakat juga dapat berperan dalam pendidikan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat dalam Islam serta hak dan kewajiban dalam pembayaran zakat.
- 8) Kepatuhan Hukum, Lembaga zakat harus mematuhi hukum-hukum yang berlaku dalam yurisdiksi mereka, termasuk regulasi terkait dengan pengumpulan dan penggunaan dana amal.

Lembaga zakat dapat berbeda-beda dalam struktur dan operasi mereka tergantung pada negara, budaya, dan konteks sosial. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa zakat digunakan untuk membantu mereka yang membutuhkan dan memenuhi salah satu kewajiban dasar dalam agama Islam.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dengan demikian penelitian kualitatif berarti mempelajari suatu dalam *setting* alami mereka, dan mencoba membuat pengertian atau interpretasi fenomena dalam konteks mereka.³²

Tujuan peneliti menggunakan penelitian kualitatif agar dapat menggambarkan sesuai dengan kondisi realita dari kejadian yang diteliti atau penelitian yang dilakukan agar mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui dan memahami bagaimana Strategi *Fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah di BAZNAS Dearah Istimewa Yogyakarta serta melakukan wawancara dan pengumpulan data.

³² A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 329

1. Ruang Lingkup Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber tempat memperoleh data dan keterangan dalam penelitian.³³ Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan BAZNAS D.I.Yogyakarta, *staff* BAZNAS D.I.Yogyakarta, dan *muzakki* atau donatur BAZNAS D.I.Yogyakarta.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan fokus peneliti dari penelitian yang dilakukan. Objek dari penelitian ini adalah strategi *fundraising* zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS DIY.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan subyek darimana data dapat diperoleh dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh langsung dari sumber utama yang diteliti.³⁴ Data primer diperoleh dengan menggunakan wawancara yang dalam pengumpulan datanya dengan tanya jawab langsung kepada objek yang diteliti. Sumber

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 8.

³⁴ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 147.

data yang diperoleh didapatkan dari pimpinan, *staff* dan *muzakki* BAZNAS DIY.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumberdata yang diperoleh dari buku, dokumen, atau artikel yang berkaitan dengan topik zakat, penelitian, tentang zakat, dan sumber data yang relevan dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian di BAZNAS DIY dengan mengikuti kegiatan dalam pengumpulan dana, mengamati kegiatan, dan strategi yang dilakukan oleh BAZNAS DIY.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telaah dirancang sebelumnya.³⁵ Dengan demikian peneliti memberikan pertanyaan kepada responden secara lisan kepada pimpinan, *staff*, dan *muzakki* BAZNAS DIY.

³⁵ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 372.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini adalah berupa dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh secara langsung dari BAZNAS DIY.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini untuk mengkasi dua fokus penelitian, maka peneliti menggunakan metode analisis data sebagai berikut:

a. Dalam mendeskripsikan implementasi strategi *fundraising* Zakat, Infak, dan Sedekah di BAZNAS DIY pada teknik analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa dalam proses penelitian lapangan dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, aktivitas yang dilakukan dalam analisis data, yaitu reduksi data (*data reduction*), display data (*data display*), kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).³⁶

b. Analisis kegiatan *fundraising* di BAZNAS DIY, peneliti menggunakan analisis IFAS, EFAS dan SWOT.

1) IFAS DAN EFAS

Internal Strategic Factor Analisis Summary (IFAS) ini mempengaruhi terbentuknya *strenght and weaknesses* (S dan W). dimana faktor ini menyangkut kedalam kondisi yang terjadi di dalam perusahaan, yang mana

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 404

mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. *External Strategic Factor Analisis Summary* (EFAS) faktor ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi kedalam pembuatan keputusan.³⁷

Menentukan IFAS dan EFAS yaitu dengan mengevaluasi segala aspek SWOT yang berkaitan dengan variabel dengan memberikan skor antara 0,00 hingga 1,00. dengan hasil dari total skor masing-masing faktor yaitu mengalihkan skor faktor (bobot) dan kriteria (rating) yang telah dirancang sebelumnya.

Kemudian hasil total dari perkalian skor (bobot) dan kriteria (rating) menentukan nilai faktor X (kekuatan-kelemahan) dan faktor Y (peluang- ancaman). Setelah matriks faktor strategi internal dan eksternal tersusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matriks SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.³⁸ Berikut tabel untuk mendukung dan menganalisis IFAS dan EFAS:

³⁷ Freddy Rangkuti, "*Analisis SWOT Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Stretgis Untuk menghadapi Abad 21*", Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2005, hlm. 18.

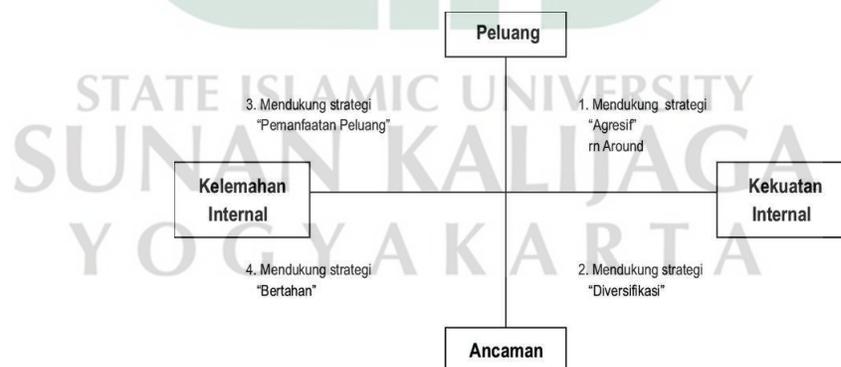
³⁸ *Ibid.*, hlm. 20.

Tabel 1.2*Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)³⁹*

Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Kekuatan	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Kelemahan	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Tabel 1.3*External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)⁴⁰*

Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Peluang	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Kelemahan	X	X	X	
Jumlah	X	X	X	
Total	X	X	X	

Gambar 1.1
Analisis SWOT³⁹ *Ibid.*, hlm. 24.⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 25.

Kuadran 1: letak posisi ini merupakan sisi yang menguntungkan, sebab perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*)

Kuadran 2: letak posisi ini perusahaan menghadapi berbagai ancaman, tetapi perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan dan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi.

Kuadran 3: letak posisi ini perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, namun ada pihak lain menghadapi kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah internal pada perusahaan sehingga mendapatkan peluang yang banyak.

Kuadran 4: letak posisi ini perusahaan menghadapi situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena perusahaan mendapati ancaman dan kelemahan internal.

1) Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Analisa didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang, usaha sekaligus dan

sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman.⁴¹

Matriks ini menghasilkan empat alternatif yaitu: Strategi SO (*Strenght* dengan *Oppotunity*), Stretegi ST (*Strenght* dengan *Threats*), strategi WO (*Weaknesses* dengan *Opportunity*) Strategi WT (*weaknessess* dengan *Threats*).

Tabel 1.4
Matriks SWOT

IFAS	STRENGHTS (S) Faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Faktor-faktor kelemahan eksternal
EFAS		
OPPORTUNITIES (O) Faktor-faktor peluang internal	SRATEGI SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
THREATS (T) Faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

a) Strategi SO (*Strengths- Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 24.

b) Strategi ST (*Strenghts- Threats*)

Stategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c) Strategi WO (*Weaknesses- Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi WT (*Weaknesses- Threats*)

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensve dan berusaha meminimalkan kelemahan yang da serta menghindari ancaman.

5. Uji Keabsahan Data

Berdasarkan jenis data yang telah dikumpulkan pada penelitian ini merupakan data kualitatif, maka uji validitas data yang dilakukan ditekankan pada uji validitas data kualitatif. Kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data penelitian kualitatif antara lain dengan menggunakan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif dan bahan refrensi.⁴² Triangulasi merupakan suatu teknik dalam pengumpulan data untuk mendapatkan temuan dan interprestasi data yang lebih akurat.⁴³

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian terdapat 2 macam teknik triangulasi yaitu triangulasi teknik pengambilan data dan

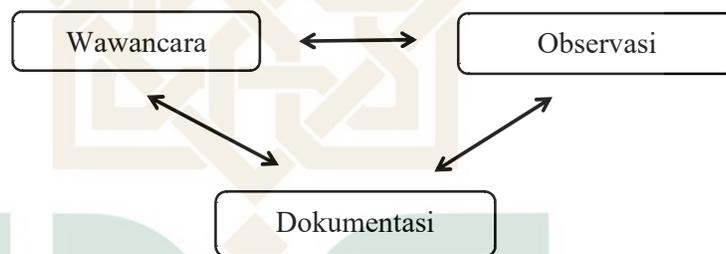
⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 273.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 273.

triangulasi sumber data. Triangulasi teknik untuk menguji data yang telah diperoleh dengan mengecek sumber yang sama dengan teknik yang berbeda seperti dokumen arsip, hasil wawancara, dan dokumentasi. Berikutnya uji keabsahaan menggunakan triangulasi teknik sebagai berikut:

Gambar 1.2

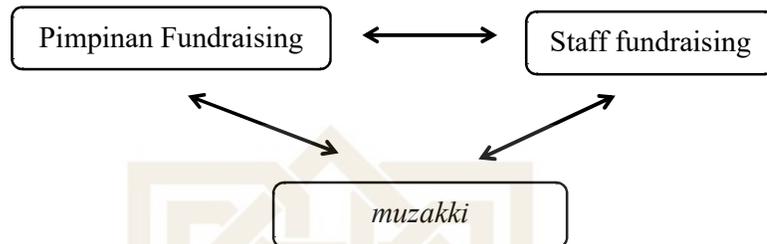
Triangulasi Teknik Pengumpulan Data⁴⁴



Sumber: buku Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen.

Triangulasi sumber data dilakukan pengecekan data melalui beberapa sumber data, seperti Pimpinan BAZNAS DIY, Pelaksana BAZNAS DIY dan donatur. Berikutnya uji keabsahaan menggunakan triangulasi sumber sebagai berikut:

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 273.

Gambar 1.3Triangulasi Teknik Sumber Data⁴⁵

Sumber: buku Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

G. Sistematika Pembahasan

Gambaran sistematika dalam penelitian yang akan peneliti paparkan adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: Gambaran umum, pada bab ini berisikan tentang Lembaga penelitian, letak geografis, sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, dan struktur kepengurusan BAZNAS DIY.

BAB III: Pembahasan, pada bab ini berisikan tentang analisis hasil strategi *fundraising* zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS DIY.

BAB IV: Penutup, pada bab ini merupakan penutup pada penelitian ini yang berisikan kesimpulan, saran dan penutup. Selanjutnya daftar pustaka dan lampiran pendukung pada skripsi ini.

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 273.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait strategi fundraising zakat, infak, dan sedekah di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta, dapat diambil kesimpulan bahwasannya kegiatan fundraising sudah dilaksanakan dengan baik, namun masih perlu pengembangan lagi agar dapat mencapai hasil yang lebih optimal. Penerapan strategi fundraising di BAZNAS DIY menggunakan 2 (dua) metode, yaitu metode langsung (direct) dan metode tidak langsung (indirect). Setiap metode fundraising menggunakan 2 dua media, yakni media dalam jaringan (offline) dan media luar jaringan (online) dengan memanfaatkan media sosial dalam kegiatan fundraising.

Berdasarkan hasil temuan dari faktor strategi yang direkomendasikan BAZNAS DIY adalah mendukung kebijakan yang Agresif. Adapun hasil perhitungan IFAS dan EFAS BAZNAS DIY berada di kuadran I, dimana posisi tersebut menguntungkan. Kemudian pada analisis SWOT terdapat beberapa strategi alternatif yang dapat digunakan. Adapun strategi berdasarkan *strenght-opportunities* dimana BAZNAS DIY dapat meningkatkan pada pelayanan prima dan merawat muzaki lama

B. Saran

1. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan terkait strategi fundraising zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS DIY, maka peneliti memberikan saran untuk membangun dan meningkatkan. Stretegi yang dilakukan BAZNAS sudah

cukup baik, namun perlu di tingkatkan lagi supaya perolehan dana ZIS dapat lebih optimal. Sebagai lembaga nonstructural yang dibentuk oleh pemerintah, BAZNAS DIY dapat lebih menggalakan sosialisasi dan pengenalan kepada masyarakat agar dapat lebih dikenal dan di percaya oleh masyarakat. Berdasarkan jumlah Sumber Daya Manusia BAZNAS DIY dapat ditambah lagi agar kinerja amil dapat lebih maksimal dan perolehan zakat juga dapat optimal.

2. Peneliti Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti mengenai evaluasi kegiatan *fundraising* maupun evaluasi kinerja karyawan BAZNAS DIY. Strategi adalah tahap awal yang memberikan panduan dalam mencapai tujuan. Evaluasi merupakan kegiatan sebagai penaksiran atau mengukur proses yang telah dilaksanakan sebelumnya serta memperbaiki kendala yang terjadi sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Nur dan Abdillah Mundir, “Pengelolaan Zakat, infak dan Sedekah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Pelaku UMKM di BAZNAS Kota Pasuruan” *Jurnal Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, vol.12:1, Desember 2020.
- Al Hasyim, Rauf, K.H.A dan S.A. Rasyid., Zakat cet. 3, Jakarta: PT. Grafikatama Jaya, 1992.
- Al-Zuhayly, Wahbah., *Zakat Kajian Berbagai Mahzab*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Aziz, Subhan., “Analisis Manajemen Pendistribusian Zakat (Strudi Kasus Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta)”, *Skripsi*, Yogyakarta: Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2020.
- Brosur Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta dan ditulis kembali oleh peneliti.
- Chaniago, dan Siti Aminah., “Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentas Kemiskinan”, *Jurnal Hukum Islam (JHI)* vol. 13:1, Pekalongan: Syariah dan Ekonomi Islma STAIN, Juni, 2015.
- Dewi, Novia, Pini., *Fundraising Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (ZIS) Di BAZNAS Kabupaten Indragiri Hulu*, *skripsi*, Riau: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Guntur, dkk., Strategi Fundraising Dan Filantropi Dalam Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZIZMU) Di Kabupaten Sambas, *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, Vol. 6 No. 2, Agustus, 2021.
- Hamang, NASRI, M. dan Anwar, Munawwir., “Potensi Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) dalam Membangun UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di LAZISMU Kota Parepare”, *Jurnal Al-Ibrah*, Vol. 3:1, Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, Maret 2019.
- <https://diy.baznas.go.id/home>
- <https://diy.baznas.go.id/profil-dasar-hukum--kelembagaan-1>
- <https://diy.baznas.go.id/profil-gambaran-umum-4>
- <https://diy.baznas.go.id/profil-struktur-baznas-daerah-istimewa-yogyakarta-2>
- <https://diy.baznas.go.id/profil-visi-dan-misi-32>
- <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1396/dukcapil-kemendagri-rilis-data-penduduk-semester-i-tahun-2022>
- <https://kbbi.web.id/kumpul>,
- <https://kbbi.web.id/strategi>,

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1930/persentase-penduduk-miskin-maret-2022-turun-menjadi-9-54-persen.html>

<https://www.google.com/maps/place/BAZNAS+Daerah+Istimewa+Yogyakarta>,

<https://www.indonesia.go.id/profil/agama>

Hunger, David, J dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 1996)

Ilyas, Mudzakkir., “Strategi Dalam Menghimpun Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqah (Studi Kasus Pada Laznas Dewan Da’wah Sumatra Selatan Kota Prabumulih)”, *Jurnal*, Sumatra Selatan: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al-Furqon Prabumulih, 2021.

Istiqomah dan Ahmad Fauzi., “Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri”, *Jurnal At Tamwil*, vol. 3:1, Maret, 2021.

Ma’wa, Futuhul, dan Muhammad Agus., “Strategi Fundraising Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di PW NU CARE-LAZIZNU D.I. Yogyakarta”, *Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi., *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.

Nopiardo, Widi., “ Strategi Fundraising Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar” *Jurnal Imara*, vol. 1:1, Desember, 2017.

Nurdiani, dkk., “Strategi Penghimpunan (*Fundraising*) Dana Zakat, Infaq Dan sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Baitull Mall Hidayatullah Jambi Di Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Najaha Iqtishod*, Jambi: Universitas Jambi, vol. 1:1, Agustus 2022.

Ramadhani, Indah. *Manajemen Digital Fundraising di Badan Amil Zakat Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta*, *Skripsi*, (Yogyakarta, Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan kalijaga Yogyakarta, 2022).

Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Stretgis Untuk menghadapi Abad 21*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2005.

Robbins, Sthepen P. dan Coulter, Marry., *Manajemen, edisi kedelapan*, Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009.

Sari, Kartika, Elsi., *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, Jakarta: PT Grasindo, 2007.

Sari, Wulan, Siti, dkk., “Strategi Rumah Yatim Dalam Meningkatkan Penghimpunan Zakat Infaq Sedekeah Di Kota Medan (Studi Kasus Rumah Yatim Kota Medan)”, *Jurnal*, Medan: Prodi Ekonomi Syariah Universitas Potensi Utama Medan, 2020.

Soewadji, Jusuf., *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumadi, Optimalisasi Potensi Dana Zakat, Infaq, Shadaqoh dalam pemerataan ekonomi di Kabupaten Sukoharjo (Studi kasus di Badan Amil Zakat Daerah Kab. Sukoharjo) *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, vol. 03:01, 2017.
- Susilawati, Nilda., “Analisis Model Fundraising Zakat, infak, dan Sedekah Dilembaga Zakat”, *Jurnal Al Intaj*, vol. 4:1, Maret, 2018.
- Syarullah, Anggi, Muhammad., “Strategi Fundraising dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan *muzakki* Pada Badan Amil Zakat (BAZNAS) Pusat”, *Skripsi*, Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018.
- Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2011, Tentang Pengelolaan Zakat, <https://jatim.kemenag.go.id/file/file/Undangundang>
- Wawancara dengan Bapak Dr. H. Munjahid, M.Ag, Wakil Ketua 1 Bidang Pengumpulan ZIS-DSKL BAZNAS D.I. Yogyakarta pada tanggal 23 Mei 2023.
- Wawancara dengan Mas mas Rahmad penerima Beasiswa Riset 2022 tahap 1 BAZNAS D.I. Yogyakarta pada tanggal 18 Agustus 2023.
- Wawancara dengan Ghina, Relawan Bulan Ramadhan BAZNAS D.I. Yogyakarta pada tanggal 19 Agustus 2023.
- Wawancara dengan Ibu Astuti, Pegawai BAPEDA D.I. Yogyakarta pada tanggal 18 Agustus 2023.
- Wawancara dengan Mas Dedi Hermawan, Pelaksana Bidang Pengumpulan ZIS-DSKL BAZNAS D.I. Yogyakarta pada tanggal 5 April 2023.
- Yusuf, Muri, A., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.