

**PERAN MEDIA TERHADAP STRATEGI *FUNDRAISING*
DALAM MENINGKATKAN DANA ZAKAT INFAK SEDEKAH
(ZIS) DI LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT
CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:
Agus Try Sytivo Budhi
NIM : S20165036

Pembimbing :
Daru Anondo, S.E.,M.S.I.
NIP. 197503032009011009

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JULI 2020**

**PERAN MEDIA TERHADAP STRATEGI *FUNDRAISING*
DALAM MENINGKATKAN DANA ZAKAT INFAK SEDEKAH
(ZIS) DI LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT
CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Manajemen Zakat Wakaf

Oleh:

Agus Trv Svtivo Budhi
NIM : S20165036

Disetujui Pembimbing:



Pembimbing :
Daru Anondo, S.E., M.S.I
NIP. 197503032009011009

**PERAN MEDIA TERHADAP STRATEGI *FUNDRAISING* DALAM
MENINGKATKAN DANA ZAKAT INFAK SEDEKAH (ZIS)
DI LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT
CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan disahkan
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari :
Tanggal :

Tim Penguji

Ketua,



M. Saiful Anam, M.Ag
NIP. 197111142003121002

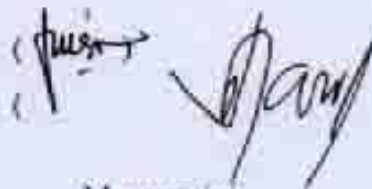
Sekretaris,



Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E.
NLP. 201708173

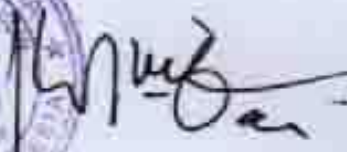
Anggota:

1. Dr. Khairunnisa Musari, M.MT.
2. Daru Anondo, S.E., M.Si.



Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

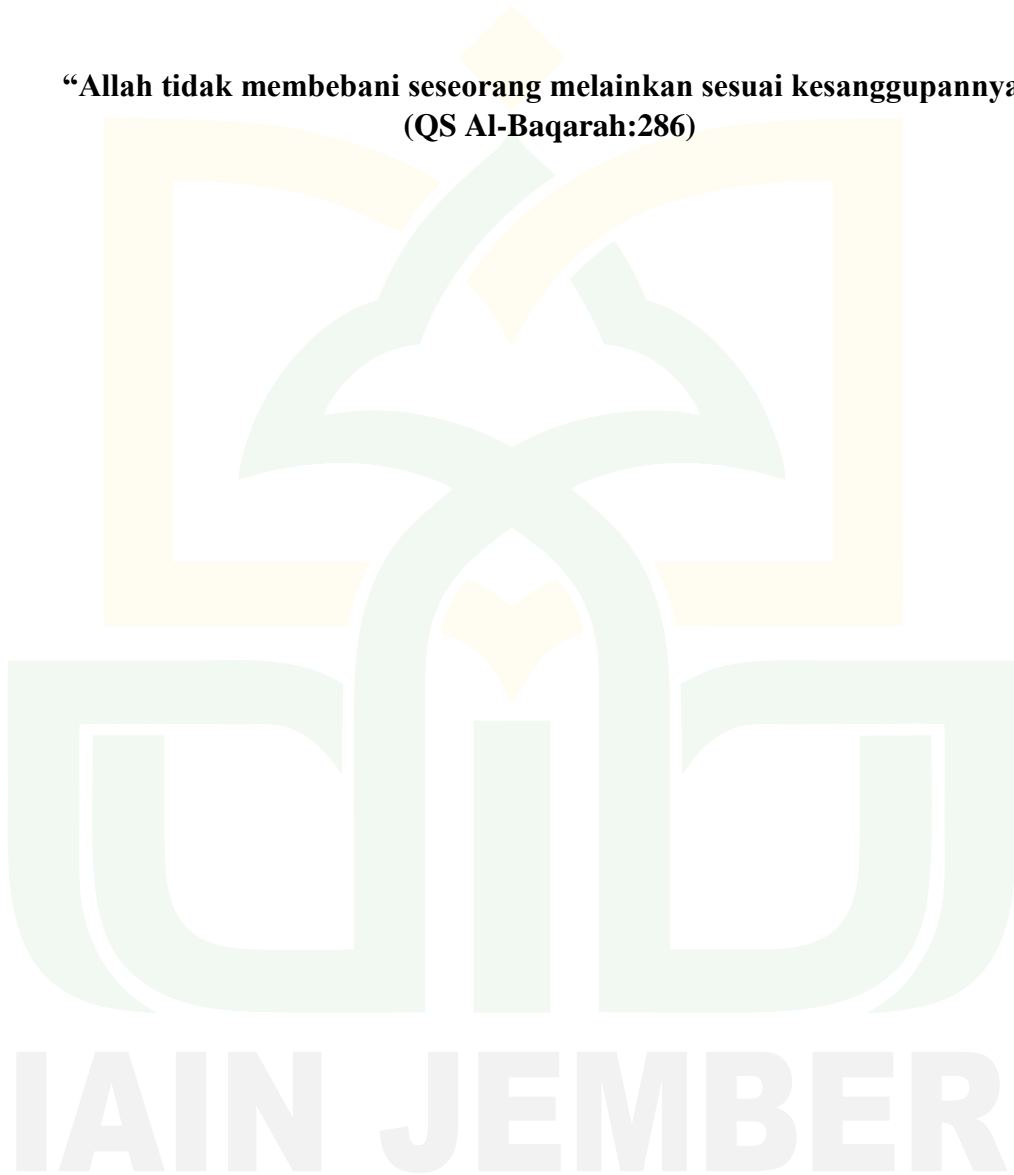


Dr. Khamdan Rifa'i., M.Si.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا.

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”
(QS Al-Baqarah:286)**



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Sepenuhnya untuk kedua orang tua saya bapak Slamet dan ibu Suliha, beliau yang tak pernah mengeluh dan selalu mendukung dalam suka maupun saat tersulit dalam hidup saya, yang tidak pernah lepas mendoakan putra-putrinya sehingga tahap inipun bisa dilalui dengan baik.
2. Teruntuk saudara saya, serta seluruh keluarga besar yang turut mensupport dan mendoakan dalam perjalanan studi penulis selama menempuh S1, kalian semua adalah sumber semangat dan sumber inspirasi terbaik.
3. Untuk Bapak Daru Anondo, S.E., M.S.I, dosen pembimbing skripsi saya, sosok bapak, inspirator, motivator yang tidak pernah lelah membimbing, memotivasi dan mendoakan penulis selama pembuatan karya tulis hingga saat ini.
4. Untuk Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember yang telah menjadi obyek penelitian
5. Untuk seluruh guru-guru dari SD hingga Perguruan Tinggi yang sudah mengajarkan ilmunya pada penulis dan memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini.
6. Untuk teman, sahabat sekaligus keluargaku dari kelas Manajemen Zakat dan Wakaf, Keluarga KKN posko 69, . Terimakasih atas partisipasi semangat dan kasih sayang serta kebersamaan dan dukungan kalian yang luar biasa.
7. Untuk teman-teman organisasi, dan semua kalangan yang sudah membantu dan berpartisipasi dalam perjalanan kuliah penulis sejak awal.
8. Untuk Almamaterku IAIN Jember tercinta

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kemurahannya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini berjudul “*Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul hayat Cabang Jember*”, skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi(S.E.) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

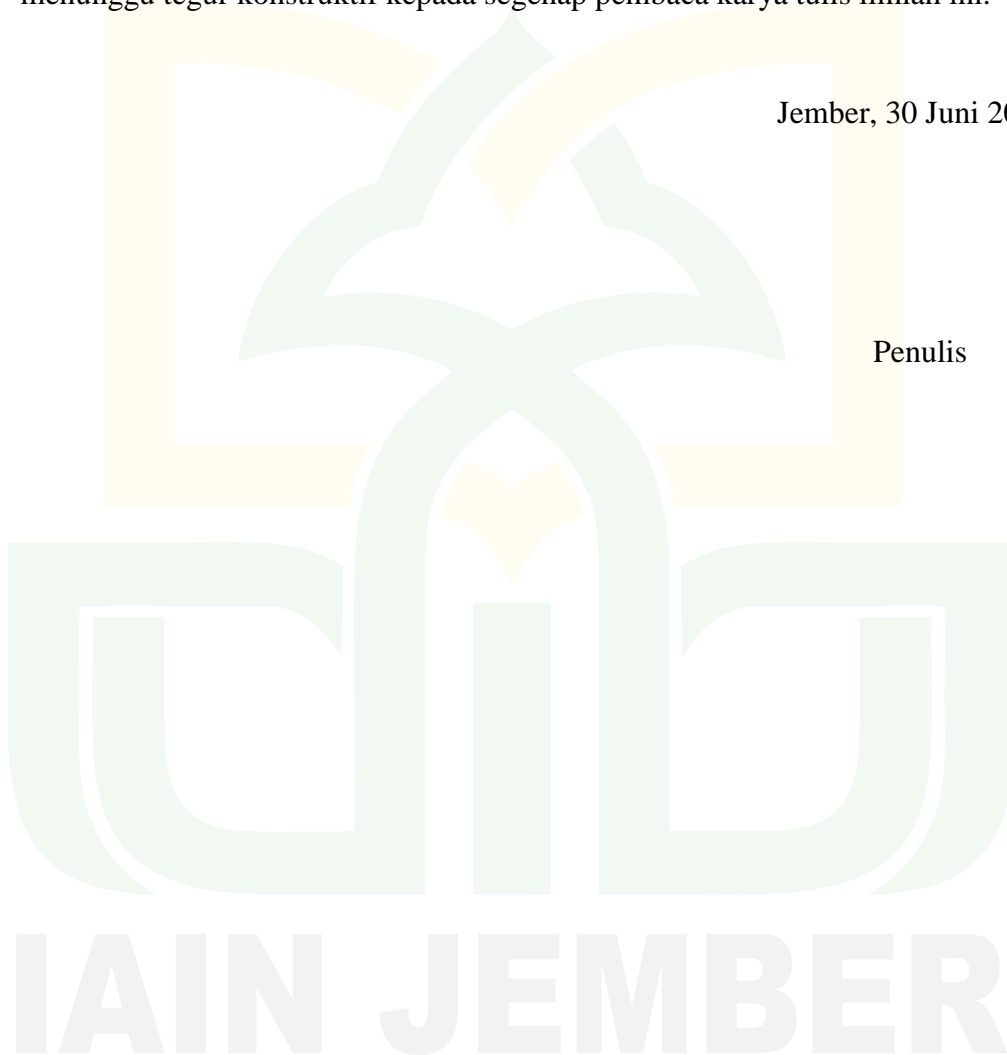
1. Bapak Prof. Dr. Babun Suharto, S.E., MM , selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember yang telah melindungi, mengayomi, dan menyediakan fasilitas pendidikan.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E.,M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Abdul Rokhim, M.E.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
5. Bapak Daru Anondo S.E.,M.S.I. selaku dosen Pembimbing dalam penyelesaian karya tulis ini yang selalu bersedia membantu dan membimbing sejak awal hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang dengan ikhlas mendoakan dan mengajarkan ilmunya kepada penulis sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini.
7. Bapak Abd. Latif selaku pimpinan Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember beserta seluruh jajarannya yang sudah memberikan izin dan turut membantu dalam penelitian skripsi ini.

8. Seluruh partisipan yang sudah ikut membantu dalam proses penyelesaian karya tulis ini, penulis mengucapkan terimakasih, tanpa partisipasi kalian penyelesaian skripsi ini tentu akan lebih sulit.

Akhir kata, hanya kepada Allah SWT penulis memohon ampunan, taufik, dan hidayah-Nya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan mendatangkan barokah bagi penulis dan pembaca, kendati skripsi ini masih belum sempurna dan banyak kekurangan. Untuk memperbaiki hal tersebut, besar harapan penulis menunggu tegur konstruktif kepada segenap pembaca karya tulis ilmiah ini.

Jember, 30 Juni 2020

Penulis



ABSTRAK

Agus Try Sytiyo Budhi, Daru Anondo, S.E.,M.S.I. 2020 : Peran Media Terhadap Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember.

Penghimpunan dana atau *fundraising* merupakan kegiatan penting dan utama dalam sebuah lembaga pengelolaan zakat, infak, dan sedekah. *Fundraising* berperan penting bagi lembaga atau organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dalam kegiatan roda operasional yang telah digariskan. Agar program-program di LAZ Nurul Hayat berjalan dengan baik maka strategi *fundraising* juga harus berjalan dengan baik. Salah satu strategi *fundraising* di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember yaitu dengan cara memanfaatkan peran media.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember ? (2) Bagaimana Peran Media Terhadap Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember ?

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk Mengidentifikasi Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember. (2) Untuk Mengidentifikasi Peran Media Terhadap Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan *Deskriptif*. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *Purposive* dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi *fundraising* di LAZ Nurul Hayat cabang Jember yaitu dengan metode langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*). (2) LAZ Nurul Hayat memanfaatkan media massa sebagai objek promosi untuk membangun *brand image* lembaga dan memberikan informasi kepada umat mengenai kegiatan dan layanan beserta program-programn yang dimiliki LAZ Nurul Hayat sehingga juga akan berpengaruh terhadap tingkat penerimaan dana zakat, infaq, dan sedekah

Kata Kunci : Peran Media, Strategi *Fundraising*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
MOTTO	IV
PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah	11
BAB II KAJIAN KEPUSTKAAN	
A. Penelitian terdahulu	15
B. Kajian Teori	31
1. Peran	32
2. Media	34

3. <i>Fundraising</i> Zakat	42
4. Zakat Infak Sedekah	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	58
B. Lokasi Penelitian	59
C. Subyek Penelitian	59
D. Teknik Pengumpulan Data	60
E. Teknik Analisis Data	62
F. Teknik Keabsahan Data	64
G. Tahap – tahap Penelitian	64

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian	67
1. Sejarah Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat	67
2. Visi dan Misi Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat	70
3. Legalitas Lemabaga Amil Zakat Nurul Hayat	70
4. Struktur Organisasi Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat	71
5. Komitmen Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat	77
6. Progam Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat	78
B. Penyajian Data Dan Analisis	81
1. Strategi <i>Fundraising</i> Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember	81

2. Peran Media Terhadap Strategi <i>Fundraising</i> Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember.....	89
B. Pembahasan Temuan	95
1. Strategi <i>Fundraising</i> Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember	96
2. Peran Media Terhadap Strategi <i>Fundraising</i> Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember	102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	107
B. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Pengumpulan Data
4. Jurnal Kegiatan Penelitian
5. Galeri Foto Penelitian
6. Surat Izin Penelitian Skripsi
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian
8. Gambar Peta YDSF
9. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

No. Keterangan

2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	26
4.2 Penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember	93
4.3 Penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember	94
4.4 Penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember	104
4.5 Penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember	105



DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan

4.1 Persebaran Kantor Cabang Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat	69
4.2 Struktur Organisasi Pengurus Nurul Hayat Pusat	71
4.3 Struktur Organisasi Nurul Hayat Cabang Jember	72
4.4 Piagam Penghargaan Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat	78
4.5 Skema Strategi <i>Fundraising</i> Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember	83



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa sekarang ini media massa sudah menjadi komunikasi masyarakat setiap hari. Kebutuhan akan media massa semakin hari semakin meningkat. Meningkatnya kebutuhan akan media massa ini karena masyarakat merasa haus akan informasi. Selain sebagai bentuk informasi, media massa juga memiliki fungsi sebagai pendidikan, hiburan, dan juga fungsi-fungsi lainnya.

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio, televisi, film, media *on-line* (internet).¹

Perkembangan dunia perekonomian Islam menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara mayoritas penduduk muslim yang dapat meningkatkan ekonomi umat. Salah satu bentuk kegiatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan ekonomi umat Islam adalah dengan mengeluarkan zakat. Zakat merupakan salah satu dari lima nilai instrumental yang strategis dan sangat berpengaruh pada tingkah laku ekonomi manusia dan masyarakat serta pembangunan ekonomi pada umumnya. Zakat sebagai suatu ibadah yang bermakna ganda yaitu disatu sisi merupakan ibadah dan di

¹ Elvinaro Ardianto dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), 103.

sisi lain mempunyai pengaruh sosial. Umat muslim yang mampu diwajibkan mengeluarkan sedikit harta untuk memberdayakan umat lain.²

Dari perspektif ekonomi, zakat merupakan instrumen ekonomi yang memiliki potensi yang sangat besar. Sejumlah kajian dan penelitian telah mencoba mengungkap berapa sesungguhnya potensi zakat yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Sebagai contoh, pusat bahasa dan budaya Universitas Islam Negeri (UIN) Jakarta menyimpulkan bahwa potensi zakat nasional mencapai angka Rp 19,3 triliun. Demikian pula dengan riset Monzer Kahf yang dikutip oleh Habib Ahmed, yang menyatakan bahwa skenario optimis potensi zakat nasional dapat mencapai angka dua persen dari total produk domestik bruto (PDB) sehingga, potensi zakat pertahunnya tidak kurang dari Rp 100 triliun.³ Badan amil zakat nasional (BAZNAS) dan fakultas ekonomi dan manajemen Institut Pertanian Bogor (FEM IPB) mengklasifikasikan potensi zakat ini kedalam tiga kelompok besar. Pertama, potensi zakat rumah tangga secara nasional. Kedua, potensi zakat industri menengah dan besar nasional, serta zakat BUMN. Jika diagresikan, maka nilai potensi zakat secara nasional mencapai angka Rp 217 triliun, atau setara dengan 3,40 persen dari total PDB Indonesia tahun 2010. Angka ini akan semakin meningkat seiring dengan peningkatan jumlah PDB. Tingginya persentase potensi zakat terhadap total

² Ahmad M. Saefuddin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: CV Rajawali, 1987), 71.

³ Badan Amil Zakat Nasional, *Fiqh Zakat Indonesia*, (Jakarta Pusat: Badan Amil Zakat Nasional, 2015), 168

PDB merupakan bukti bahwa zakat dapat dijadikan sebagai instrumen penting untuk menggerakkan perekonomian nasional, khususnya kelompok duafa.⁴

Zakat adalah istilah Al-Qur'an yang menandakan kewajiban khusus memberikan sebagian kekayaan individu dan harta untuk amal. Secara harfiah zakat berasal dari akar kata dalam bahasa Arab yang berarti "memurnikan" dan "menumbuhkan". Makna zakat dalam syariah terkandung dua aspek di dalamnya. Pertama, sebab dikeluarkan zakat itu karena adanya proses tumbuh kembang pada harta itu sendiri atau tumbuh kembang pada aspek pahala yang menjadikan semakin banyak dan subur disebabkan mengeluarkan zakat. Kedua, pensucian karena zakat adalah pensucian atas kerakusan, kebakhilan jiwa, dan kotoran-kotoran lainnya. Sekaligus pensucian jiwa manusia dari dosa-dosanya.⁵ Tentang ancaman bagi orang yang menentang adanya zakat

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 34 :

يَتَّيْمُوا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ
وَيُصَدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ
فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ

("Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya banyak dari orang-orang alim dan rahib-rahib mereka benar-benar memakan harta orang dengan jalan yang batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahnnya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih.)

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, menyatakan bahwa menunaikan zakat

⁴ Ibid.,170

⁵ Nurul Huda, Dkk. 2015, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset Edisi Pertama*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015),

merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam. Bahwa zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Bahwa dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam.

Pengelolaan zakat sudah disahkan oleh negara tahun 1999. Dengan tanda bukti adanya Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat. Kemudian diperbarui pada tahun 2011 yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. Di jelaskan dalam undang-undang jika pengelolaan zakat dilaksanakan oleh dua lembaga yang sudah ada yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Kedua lembaga ini memiliki peran yang penting dalam hal pengelolaan zakat, yang membedakan antara keduanya yaitu jika BAZ dibentuk oleh pemerintah langsung, sedangkan LAZ dibentuk oleh masyarakat ataupun perkumpulan masyarakat yang memiliki tujuan sama yaitu menjadikan pengelolaan berjalan dengan baik dan sesuai dengan aturan maupun sesuai dengan syariah. Lembaga tersebut memiliki sebuah kegiatan yang sama sesuai dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 yaitu meliputi kegiatan perencanaan, pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan.⁶

LAZ merupakan bagian dari organisasi nirlaba, yaitu organisasi yang menjalankan aktifitasnya tidak berorientasi mencari keuntungan. LAZ sangatlah penting dalam hal membantu pengumpulan zakat, yang mana

⁶ Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 113.

lembaga ini sudah bertahan dari tahun ke tahun dan bisa bertahan dari perkembangan masyarakat.⁷ Salah satu LAZ yang sifatnya sebagai lembaga sosial yang secara resmi bertugas untuk mengumpulkan, mendayagunakan, dan mendistribusikan dana ZIS di kota Jember adalah LAZ Nurul Hayat Cabang Jember. LAZ Nurul Hayat merupakan LAZ Nasional berdasarkan surat keterangan (SK) Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 422 Tahun 2015. Sebagai organisasi yang bersifat nirlaba maka organisasi sosial harus memobilisasi sumber-sumber dana yang diperlukan untuk membiayai dirinya (organisasi) agar dapat beroperasi dan mencapai tujuannya. Agar program bantuan dari LAZ Nurul Hayat dapat dijalankan sesuai dengan proker (program kerja) agar tercapai hasil yang diharapkan, maka LAZ Nurul Hayat perlu adanya pemasukan dana untuk bisa merealisasikan program tersebut.

Berbicara mengenai zakat, penghimpunan dana zakat (*fundraising*) boleh jadi merupakan salah satu tema besar yang memegang banyak peran dalam suatu LAZ. Banyak strategi-strategi yang harus diterapkan untuk memenuhi target yang sudah direncanakan. Pelaksanaan penghimpunan zakat secara semestinya, secara ekonomi dapat menghapus tingkat perbedaan kekayaan yang mencolok, serta sebaliknya dapat menciptakan redistribusi yang merata. Di latarbelakangi oleh hal tersebut, beberapa LAZ di berbagai daerah mulai menyusun strategi dan inovasi berbeda dalam mengelola dana ZIS termasuk pada kegiatan pelaksanaan penghimpunan dana masyarakat.

Adapun dalam dasar-dasar strategi *fundraising*, kualitas pelayanan yang

⁷ Nur Malik Ibrahim, Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu, (Bengkulu: *skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019), 2.

diberikan oleh staf suatu LAZ kepada masyarakat dapat memengaruhi beberapa hal termasuk tingkat kesadaran masyarakat dalam menunaikan kewajiban membayar zakat serta tingkat perolehan LAZ. LAZ yang profesional melayani dan mengelola dana masyarakat tentu sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan muzakki/donatur. LAZ yang seperti ini kemudian akan menjadikan sebuah LAZ yang terpercaya.⁸

Penghimpunan dana atau *fundraising* merupakan kegiatan penting dan utama dalam sebuah LAZ. Karena sebuah organisasi pengelolaan zakat dalam aktifitasnya selalu berhubungan dengan dana. *Fundraising* tidak identik dengan uang semata, ruang lingkupnya lebih luas dan mendalam. Karena pengaruh *fundraising* sangat besar bagi eksistensi sebuah lembaga pengelola zakat. Karena dana ZIS dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat untuk mengentaskan kemiskinan dan mempersempit jurang pemisah antara si miskin dan si kaya. Dorongan ajaran islam yang begitu kuat kepada orang-orang yang beriman untuk berzakat, berinfaq, dan bersedakah menunjukkan bahwa ajaran islam mendorong umatnya untuk mampu bekerja dan berusaha sehingga memiliki harta kekayaan yang memenuhi kebutuhan hidup diri dan keluarganya, juga berlomba-lomba menjadi muzakki.⁹

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

⁸ Indah Nafisatun Nisa, analisis keberhasilan dalam pencapaian target fundraising di laz al-irsyad al-islamiyyah purwokerto, (Purwokerto: *skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018), 2.

⁹ H.M D Jamal Doa, *Pengelolaan Zakat oleh Negara untuk Memerangi kemiskinan*, (Jakarta: KORPUS, 2004), 78.

digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi/lembaga sehingga mencapai tujuannya.¹⁰ Dalam *fundraising*, selalu ada proses “mempengaruhi”. Proses ini meliputi kegiatan: memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu atau mengiming-iming, termasuk juga melakukan penguatan (*stressing*), jika hal tersebut memungkinkan atau diperbolehkan.¹¹

LAZ dengan kredibilitas tinggi umumnya mendapat kepercayaan masyarakat sehingga penghimpunan dana zakat semakin besar. Semakin besar dana yang berhasil dihimpun, semakin besar pula kemampuan organisasi pengelola zakat untuk melakukan pengelolaan zakat secara transparan dan profesional sehingga kredibilitas semakin tinggi.¹²

Strategi *fundraising* merupakan titik tolak dalam menentukan kebutuhan organisasi atau lembaga. *Fundraising* berperan penting bagi lembaga atau organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dalam kegiatan roda operasional yang telah digariskan. Oleh karena itu, LAZ perlu mempersiapkan sejak awal strategi supaya dapat meningkatkan pengelolaan dana ZIS. Secara umum, strategi mencapai cara untuk mencapai tujuan.¹³ Strategi merupakan bagian dari manajemen *fundraising* untuk menarik calon donatur/muzakki. Strategi yang tepat mendorong pengelola dana ZIS untuk meningkatkan sumber pendapatan dana ZIS. Maka strategi

¹⁰ Hendra Sutisna, *Fundraising Database*, (Depok: Piramedia, 2006), 23.

¹¹ Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat, Cetakan 1*, (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015), 36.

¹² Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia*, 62.

¹³ Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 2.

akan memberikan kontribusi yang baik bagi LAZ. ZIS adalah rasa syukur kepada Allah SWT atas segala kenikmatan yang diperoleh.

LAZ Nurul Hayat merupakan salah satu LAZ Nasional yang memiliki beberapa cabang kantor salah satunya yaitu berada di kota Jember. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang kemanusiaan, LAZ Nurul Hayat memiliki beberapa kegiatan inti seperti salah satunya penghimpunan dana ZIS. LAZ Nurul Hayat didirikan sudah dicita-citakan untuk menjadi lembaga milik umat yang mandiri dengan mengedepankan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana-dana amanah umat. Lembaga yang mandiri artinya bahwa donasi dari umat berupa ZIS 100% tersalurkan untuk mendukung program layanan sosial, dakwah, kesehatan, pendidikan, dan ekonomi, sebagaimana sesuai dengan visi misi dari LAZ Nurul Hayat. Sedangkan gaji dari karyawan atau amil dipenuhi secara mandiri dari hasil usaha yayasan. Hal ini tentunya tidak lepas dari upaya penghimpunan dana untuk memakmurkan masyarakat melalui kegiatan sosial yang sesuai dan mengedepankan syari'at Islam (dakwah). Adanya inovasi dan pendistribusian yang berkembang di LAZ Nurul Hayat, rupanya telah dirasakan manfaatnya di kabupaten Jember. Berbagai program pemberdayaan di beberapa desa binaan dan pembangunan sarana ibadah dan rumah di beberapa wilayah telah menjadi bukti bahwa LAZ Nurul Hayat khususnya yang berada di Jember telah cukup berhasil dalam menguatkan eksistensinya. Melalui lima rangkaian program diantaranya program di bidang dakwah, sosial, kesehatan, pendidikan, dan ekonomi, telah membawa prestasi dan menjadi bukti keberhasilan tersendiri bagi LAZ Nurul

Hayat cabang Jember sebagai lembaga pendayagunaan dana yang amanah dan profesional. Hal tersebut tentu menjadikan LAZ Nurul Hayat Jember sebagai pengelola lembaga ZIS yang terpercaya sehingga membuat citra lembaganya bagus di hadapan *public* dan tentu tidak terlepas dari peran implementasi strategi *fundraising* dengan memanfaatkan salah satu peluang yang saat ini terus berkembang yaitu media massa.¹⁴

Agar program-program di LAZ Nurul Hayat berjalan dengan baik maka strategi *fundraising* juga harus berjalan dengan baik. Salah satu strategi *fundraising* di LAZ Nurul Hayat Jember yaitu dengan cara memanfaatkan media massa. Dengan memanfaatkan peran media sebagai strategi *fundraising* terjadi peningkatan dana ZIS. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Peran Media Terhadap Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana (ZIS) di LAZ Nurul Hayat cabang Jember ?
2. Bagaimana peran media terhadap strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana (ZIS) di LAZ Nurul Hayat cabang Jember ?

¹⁴ Abdul Latif, *Wawancara*, (16, 11, 2019).

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana (ZIS) di LAZ Nurul Hayat cabang Jember.
2. Untuk mengidentifikasi peran media terhadap strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana (ZIS) di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoretis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.¹⁵

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak, antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan yang sama, serta menambah keilmuan dalam aspek ekonomi syariah, khususnya yang berkenaan dengan peran media terhadap strategi *fundraising*.

¹⁵Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember:IAIN Jember Press, 2017), 45.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Merupakan sarana dalam menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah dipelajari di bangku perkuliahan, khususnya memberikan tambahan ilmu pengetahuan tentang peran media terhadap strategi *fundraising*.

b. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pemilik yang berguna untuk mengevaluasi kebijakan-kebijakan yang telah diterapkan, khususnya kebijakan dalam strategi *fundraising*.

c. Bagi IAIN Jember

Dapat menambah kepustakaan dalam *chazanah* keilmuan yang ada di perpustakaan IAIN Jember sebagai bahan rujukan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut tentang strategi *fundraising* yang lebih sempurna, khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang akan datang.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹⁶

¹⁶Ibid.,45.

1. Peran

Peranan bersinonim dengan “pengaruh”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh berarti daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Jika dikaitkan dengan sesuatu yang bersifat kolektif didalam masyarakat maka, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari organisasi yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan masyarakat.

Sementara itu, Alvin L. Bertrand, seperti dikutip oleh Soleman B. Taneko menyebutkan bahwa: “yang dimaksud dengan peran adalah pola tingkah laku yang diharapkan dari seseorang yang memegang status atau kedudukan tertentu.

Hal tersebut senada dengan yang dikatakan oleh Margono Slamet, yang mendefinisikan peranan sebagai “sesuatu perilaku yang dilaksanakan oleh seseorang yang menempati suatu posisi dalam masyarakat. Sedangkan Astrid S. Susanto menyatakan bahwa peranan adalah dinamisasi dari statis ataupun penggunaan dari pihak dan kewajiban atau disebut subjektif.¹⁷

2. Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia,

¹⁷ Fitriyah, Peranan KH. ACH. Muzakki Syah Dalam Meningkatkan Spiritual Quotient Masyarakat Kemuningsari Lor, (Jember: *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2016),10.

maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indera selanjutnya di proses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.¹⁸

Jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.¹⁹

Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Media sosial merupakan salah satu bagian dari media elektronik. Menurut Gohar F. Khan, menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam kepada khalayak yang lebih banyak lagi.²⁰

Adapun media *online* yang digunakan LAZ Nurul Hayat dalam strategi *fundraising* yaitu Instagram, Facebook, Website, dan aplikasi Nurul Hayat.

¹⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998), 131.

¹⁹ Ibid., 134

²⁰ Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018), 4.

3. Strategi *Fundraising*

Fundraising dapat diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi. Proses mempengaruhi dalam *fundraising* yaitu meliputi kegiatan: memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu dan mengiming-imingi, termasuk juga melakukan penguatan (*stressing*), jika hal tersebut memungkinkan. *Fundraising* sangat berhubungan dengan kemampuan perseorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran, kepedulian dan motivasi untuk membayarkan zakatnya.²¹

4. Zakat, Infak, dan Sedekah

Dalam istilah fikih, zakat berarti “sejumlah harta tertentu dengan sifat-sifat tertentu yang wajib diserahkan kepada golongan tertentu (mustahiq). Sedangkan istilah infak, adalah segala macam bentuk pengeluaran (pembelanjaan), baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, ataupun yang lain. Adapun sedekah adalah, segala bentuk pembelanjaan di jalan Allah SWT. Berbeda dengan zakat, sedekah tidak dibatasi dengan ketentuan-ketentuan khusus, juga tidak bersifat wajib.²²

²¹ Ahmad, *Manajemen Zakat*, 36.

²² Muchib Aman Aly, *Panduan Praktis Zakat Empat Madzhab*, (Pasuruan: Pustaka Sidogiri Pondok Pesantren Sidogiri, 2013), 15.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.²³

Untuk menghindari terjadinya duplikasi terhadap penelitian ini, maka penulis melakukan pengkajian terhadap karya-karya yang telah ada. Penelitian yang berkaitan dengan peran media terhadap strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di lembaga amil zakat memang bukan yang pertama kali. Sebelumnya sudah ada penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, diantara penelitian yang sudah pernah dilakukan adalah berikut ini:

1. Penelitian dari Aprizal, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2015, yang berjudul “Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat”.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan analisis deskriptif karena pada penelitian ini

²³Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

peneliti mendeskripsikan penghimpunan dana zakat pada lembaga Al-Azhar Peduli Ummat. Hasil dari penelitian bahwa dengan menerapkan strategi membuat program, menyentuh hati donatur, dan strategi membuat layanan baik maka peningkatan penerimaan dana zakat Al-Azhar Peduli Ummat semakin meningkat setiap tahunnya.²⁴

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian ini di LAZ Al-Azhar Peduli Ummat Jakarta, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu persamaannya yaitu sama-sama menerapkan strategi secara langsung (*direct*) maupun tidak langsung (*indirect*).

2. Penelitian dari Wahyuna Marinda, Universitas Islam Negeri Raden fatah Palembang pada tahun 2016, yang berjudul “Analisis Strategi Menghimpun Dana Zakat, Infak, dan Sedekah Pada Rumah Zakat Cabang Palembang”.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif untuk memperoleh data yang terkait dengan permasalahan. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa rumah zakat cabang Palembang telah mengikuti perubahan zaman yang ada terutama dalam hal teknologi informasi yaitu berupa media elektronik. Rumah zakat cabang Palembang juga melakukan sosialisasi ke perusahaan-perusahaan dan membagikan

²⁴ Aprizal, “Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat”, (Jakarta: *skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

brosur-brosur serta memanfaatkan media *online* sebagai sarana untuk melakukan *fundraising*. Adapun hambatan yang dihadapi rumah zakat cabang Palembang dalam pelaksanaan strategi pemasaran yaitu antara lain kurangnya pemahaman masyarakat tentang kewajiban zakat, belum ada sanksi yang tegas bagi orang yang sengaja tidak membayar zakat, dan sebagainya.²⁵

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian ini di Rumah Zakat cabang Palembang, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian dimana dalam penelitian ini fokus penelitiannya yaitu bagaimana strategi menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah. Selain itu fokus penelitian tersebut yaitu mengenai faktor penghambat strategi pemasaran penghimpunan. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan juga memanfaatkan media sebagai salah satu strategi *fundraising*.

3. Penelitian dari Dina Siti Anggraeni, Universitas Islam Negeri Walisongo pada tahun 2018 yang berjudul “Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online Di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang”.

Jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan metode fenomenologi artinya bahwa dalam menggambarkan suatu peristiwa akan selalu berhubungan dengan lingkungan sekitar atau objek sekitar dimana

²⁵ Wahyuna Marinda, “Analisis Strategi Menghimpun Dana Zakat, Infak, dan Sedekah Pada Rumah Zakat Cabang Palembang”, (Palembang: *skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2016).

penelitian tersebut dilakukan. Hasil dari penelitian ini bahwa LAZ Nurul Hayat ikut serta dalam memanfaatkan perkembangan teknologi dalam hal penghimpunan zakat (*fundraising*) melalui media *online*. Metode *fundraising online* ini juga merupakan sebuah terobosan dalam hal membangun *brand image* lembaga zakat. Sehingga hal tersebut dapat memberikan dampak yang positif bagi perkembangan LAZ Nurul Hayat.²⁶

Perbedaan penelitian ini yakni terletak pada objek penelitian. Penelitian ini di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat cabang Semarang, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu metode yang digunakan yaitu dengan metode fenomenologi. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu dengan metode kualitatif deskriptif. Adapun persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang strategi *fundraising* di LAZ Nurul Hayat dan juga memanfaatkan media online sebagai strategi dalam menghimpun dana.

4. Penelitian dari Indah Nafisatun Nisa, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto pada tahun 2018 yang berjudul “Analisis Keberhasilan Dalam Pencapaian Target Fundraising Di LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto”.

Jenis penelitian ini yaitu berupa metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan kualitatif lapangan (*field research*) dengan mengambil lokasi penelitian di LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto.

²⁶ Dina Siti Anggraeni, “Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Semarang”, (Semarang: *skrips*,: universitas Islam Negeri Walisongo Semarang,2018).

Hasil dari penelitian ini bahwa bentuk keberhasilan *fundraising* LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto merupakan keberhasilan penghimpunan dana dan keberhasilan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya ZISWAF. Keberhasilan tersebut diketahui dari beberapa indikator, dimana dari masing-masing indikator tersebut terdapat indikator yang sudah sesuai dengan apa yang sudah dicapai dalam hal peningkatan jumlah donatur, perolehan penghimpunan dana, program pendistribusian dana, kuantitas kerja, kualitas kerja dan kerjasama eksternal.²⁷

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian ini di LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu bahwa LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto selain telah mencapai target dalam perolehan dana LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto juga berhasil mengedukasi beberapa instansi seperti Telkom Purwokerto, DINSOS, BPJS Kesehatan, dll. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Selain itu persamaannya yaitu penghimpunan dana yang dilakukan yaitu dengan cara langsung dan tidak langsung.

5. Penelitian dari Siti Rohmawati, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tahun 2018, yang berjudul “Analisis Manajemen

²⁷ Indah Nafisatun Nisa, “Analisis Keberhasilan Dalam Pencapaian Target Fundraising Di LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto”, (Purwokerto: *skripsi*, Institut Agama Islam negeri Purwokerto, 2018).

Fundraising Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAZIS) Baiturrahman Semarang”.

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan penelitian dengan metode kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa LAZIS Baiturrahman Semarang telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen dan menjalankan langkah-langkah manajemen *fundraising* dengan baik.²⁸

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian ini di LAZIS Baiturrahman Semarang, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaannya yaitu dalam penelitian ini lebih fokus membahas tentang manajemen *fundraising* di lembaga tersebut. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu fokus terhadap peran media dalam strategi *fundraising*. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu, sama-sama membahas tentang dana (ZIS).

6. Penelitian dari Muhammad Renald Reagen, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta pada tahun 2018 yang berjudul “Dampak Penerapan Strategi *Fundraising* Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana Zakat (Studi Pada Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta)”.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu dengan cara memaparkan informasi aktual yang terjadi di lapangan (*field*

²⁸ Siti Rohmawati, “Analisis Manajemen Fundraising Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAZIS) Baiturrahman Semarang”, (Semarang: *skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018).

research). Hasil dari penelitian ini adalah strategi *fundraising* sangat perlu dilaksanakan karena terkait bertahannya sebuah lembaga zakat, menghimpun dana, langkah perluasan/pengembangan, dukungan moral legal serta keberlanjutan eksistensi muzakki itu sendiri. Penerapan strategi yang dilakukan secara *direct* dan *indirect* berdampak pada peningkatan pengetahuan masyarakat dalam berzakat, tersedianya para muzakki untuk memberi tanggapan secara langsung, peningkatan kepercayaan masyarakat, terciptanya kedekatan personal serta interaktif, terciptanya komunikasi dua arah, terjangkaunya wilayah tertentu, peningkatan kesadaran, peningkatan motivasi, meningkatkan citra lembaga dan meningkatkan kepuasan muzakki.²⁹

Perbedaan penelitian ini yakni terletak pada objek penelitian. Penelitian ini di Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa cabang Yogyakarta, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian yang membahas tentang bagaimana strategi *fundraising* dalam menghimpun dana zakat dan bagaimana dampak dari strategi tersebut. Selain itu perbedaannya dalam penelitian ini hanya membahas tentang dana zakat saja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas bukan hanya tentang dana zakat namun juga membahas dana infak, dan sedekah. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan

²⁹ Muhammad Renald Reagen, “Dampak Penerapan Strategi *Fundrising* Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana Zakat (Studi Pada Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta)”, (Yogyakarta: *skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018).

kualitatif deskriptif. Selain itu persamaannya yaitu strategi yang dilakukan dengan cara langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*).

7. Penelitian dari Muhammad Anggi Syahrullah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah pada tahun 2018, yang berjudul “Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat”.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dikarenakan pada penelitian ini penulis mendeskriptifkan strategi *fundraising* yang dilakukan oleh BAZNAS pusat. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa strategi yang dilakukan BAZNAS menjadi 3 tahapan strategi yaitu 1. Terdiri dari beberapa analisis SWOT yang terbentuk menjadi formulasi strategi. 2. Implementasi strategi *fundraising* UPZ dan ritel. 3. Evaluasi strategi yang efektif dari dua strategi yang diterapkan BAZNAS yang terbukti selalu meningkatkan penghimpunan setiap tahunnya dan terbukti semakin meningkat kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS.³⁰

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian.

Penelitian ini pada BAZNAS pusat, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaan dari penelitian yaitu bahwa BAZNAS melakukan dua strategi *fundraising* sehingga terjadi peningkatan penghimpunan dan kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS pusat selain itu strategi yang dilakukan oleh

³⁰ Muhammad Anggi Syahrullah, “Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat”, (Jakarta: *skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat terdiri dari beberapa analisis SWOT, sedangkan penelitian yang akan diteliti yaitu peneliti melakukan penelitian terhadap peran media online terhadap strategi *fundraising* di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

8. Penelitian dari Ramona Dui Susanti, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2018, yang berjudul “Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Lampung”.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif , data yang digunakan data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi, sedangkan metode analisis datanya menggunakan teknik koperatif. Hasil penelitian diketahui bahwa Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Lampung menggunakan strategi *fundraising* menggunakan 2 strategi dan 6 metode dimana setiap strategi ada 3 metode. Dengan strategi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dan penghimpunan dana zakat pada setiap tahunnya.³¹

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian.

Penelitian ini di Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Lampung, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di

³¹ Ramona Dui Susanti, “Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Lampung”, (Lampung: *skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian yang membahas strategi *fundraising* dalam meningkatkan muzakki sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu membahas strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana (ZIS). Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dan juga sama-sama terjadi peningkatan penghimpunan dana zakat setiap tahunnya.

9. Penelitian dari Janatin, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijogo Yogyakarta pada tahun 2018, yang berjudul “Penerapan Manajemen Fundraising Pada Lembaga Global Zakat-Aksi Cepat Tanggap (ACT) Yogyakarta”.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen *fundraising* lembaga global zakat-ACT Yogyakarta telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen dengan baik dan juga dalam memilih program sebagai kegiatan *fundraising* berdasarkan kebutuhan masyarakat. Pemilihan media dalam *campaign* program lembaga global zakat menggunakan media internet untuk *website* dan *social media*, dan sebagainya.³²

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian.

Penelitian ini pada Lembaga Global Zakat (ACT) Yogyakarta, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di LAZ Nurul Hayat

³² Janatin, “Penerapan Manajemen Fundraising Pada Lembaga Global Zakat-Aksi Cepat Tanggap (ACT) Yogyakarta”, (Yogyakarta: *skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijogo Yogyakarta, 2018).

cabang Jember. Selain itu perbedaannya yaitu dalam penelitian ini lebih fokus membahas tentang manajemen *fundraising*. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu persamaannya yaitu sama-sama menggunakan media sebagai strategi *fundraising*-nya.

10. Penelitian dari Nur Malik Ibrahim, Institut Agama Islam Bengkulu pada tahun 2019, yang berjudul “Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu”.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif evaluatif dengan pendekatan kualitatif. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1. perumusan strateginya adalah dari segi konten dan waktu pelaksanaannya. 2. Implementasi yang dilakukan bertujuan untuk menghimpun dana ZIS. 3. Dari perumusan strategi dan implementasi yang sudah dilakukan maka dengan melakukan model evaluasi dapat disimpulkan bahwa *fundraising* yang dilakukan oleh BMH sudah sesuai dengan tujuan *fundraising*.³³

Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian ini di Baitul Maal Hidayatullah perwakilan Bengkulu, sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di LAZ Nurul Hayat cabang Jember. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu juga membahas strategi dan implementasi dengan menggunakan model evaluasi CIPP. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu

³³ Nur Malik Ibrahim, “Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu”, (Bengkulu: *skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019).

persamaannya yaitu membahas tentang media yang digunakan sebagai strategi menghimpun dana (ZIS).

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Perbedaan	Persamaan
1.	Penelitian dari Aprizal, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2015, yang berjudul “Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat”.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian.	Persamaannya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, Selain itu persamaannya yaitu sama-sama menerapkan strategi secara langsung (<i>direct</i>) maupun tidak langsung (<i>indirect</i>).
2.	Penelitian dari Wahyu Marinda, Universitas Islam Negeri Raden fatah Palembang pada tahun 2016, yang berjudul “Analisis Strategi Menghimpun Dana Zakat, Infak, dan Sedekah Pada Rumah Zakat Cabang Palembang”.	Perbedaannya terletak pada obyek penelitian. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian dimana dalam penelitian ini fokus penelitiannya yaitu bagaimana strategi menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah. Selain itu fokus penelitian tersebut yaitu mengenai faktor penghambat strategi pemasaran penghimpunan.	Persamaannya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan kualitatif deskriptif dan dan juga memanfaatkan media sebagai salah satu strategi <i>fundraising</i> .
3.	Penelitian dari Dina Siti Anggraeni, Universitas Islam Negeri Walisongo pada tahun 2018 yang	Perbedaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu dengan metode	Persamaannya yaitu sama meneliti tentang peran media terhadap strategi <i>fundraising</i> ,

	berjudul “Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online Di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang”.	fenomenologi. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu dengan metode kualitatif deskriptif.	dan sama-sama menggunakan penelitian jenis kualitatif.
4.	Penelitian dari Indah Nafisatun Nisa, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto pada tahun 2018 yang berjudul “Analisis Keberhasilan Dalam Pencapaian Target Fundraising Di LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto”.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu bahwa LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto selain telah mencapai target dalam perolehan dana LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah Purwokerto juga berhasil mengedukasi beberapa instansi seperti Telkom Purwokerto, DINSOS, BPJS Kesehatan,dll.	Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian jenis penelitian kualitatif, selain itu persamaannya yaitu penghimpunan dana yang dilakukan yaitu dengan cara langsung dan tidak langsung.
5.	Penelitian dari Siti Rohmawati, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tahun 2018, yang berjudul “Analisis Manajemen Fundraising Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAZIS) Baiturrahman Semarang”.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Selain itu perbedaannya yaitu dalam penelitian ini lebih fokus membahas tentang manajemen <i>fundraising</i> di lembaga tersebut. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu fokus terhadap peran media dalam strategi <i>fundraising</i> .	Persamaannya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metodologi kualitatif deskriptif, selain itu, sama-sama membahas tentang dana zakat, infak, dan Sedekah (ZIS)
6.	Penelitian dari Muhammad Renald Reagen, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Selain itu perbedaan dari	Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif

	<p>pada tahun 2018 yang berjudul “Dampak Penerapan Strategi <i>Fundraising</i> Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana Zakat (Studi Pada Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta)”.</p>	<p>penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian yang membahas tentang bagaimana strategi <i>fundraising</i> dalam menghimpun dana zakat dan bagaimana dampak dari strategi tersebut. Selain itu perbedaannya dalam penelitian ini hanya membahas tentang dana zakat saja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas bukan hanya tentang dana zakat namun juga membahas dana infak, dan sedekah.</p>	<p>dengan menggunakan kualitatif deskriptif, selain itu persamaannya yaitu strategi yang dilakukan dengan cara langsung (<i>direct</i>) dan tidak langsung (<i>indirect</i>).</p>
7.	<p>Penelitian dari Muhammad Anggi Syahrullah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah pada tahun 2018, yang berjudul “Strategi <i>Fundraising</i> Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat”.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Selain itu perbedaan dari penelitian yaitu bahwa BAZNAS melakukan dua strategi dalam strategi <i>fundraising</i> sehingga terjadi peningkatan penghimpunan dan kepercayaan muzakki terhadap BAZNAS pusat selain itu terdiri dari beberapa analisis SWOT, sedangkan penelitian yang akan diteliti yaitu peneliti melakukan penelitian terhadap peran media terhadap strategi <i>fundraising</i> di LAZ Nurul Hayat cabang</p>	<p>Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu juga sama-sama terjadi peningkatan jumlah kuota donatur.</p>

		Jember.	
8.	Penelitian dari Ramona Dui Susanti, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2018, yang berjudul “Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Lampung”.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian yang membahas strategi <i>fundraising</i> dalam meningkatkan muzakki sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu membahas strategi <i>fundraising</i> dalam meningkatkan dana (ZIS).	Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dan juga sama-sama terjadi peningkatan penghimpunan dana zakat setiap tahunnya.
9.	Penelitian dari Janatin, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijogo Yogyakarta pada tahun 2018, yang berjudul “Penerapan Manajemen Fundraising Pada Lembaga Global Zakat-Aksi Cepat Tanggap (ACT) Yogyakarta”.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Selain itu perbedaannya yaitu dalam penelitian ini lebih fokus membahas tentang manajemen <i>fundraising</i> .	Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu persamaannya yaitu sama-sama menggunakan media sebagai strategi <i>fundraising</i> -nya.
10.	Penelitian dari Nur Malik Ibrahim, Institut Agama Islam Bengkulu pada tahun 2019, yang berjudul “Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu”.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Selain itu perbedaan dari penelitian ini yaitu juga membahas strategi dan implementasi dengan menggunakan model evaluasi CIPP.	Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu persamaannya yaitu membahas tentang media yang digunakan sebagai strategi menghimpun dana (ZIS).

Sumber data: Skripsi penelitian terdahulu.

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah, teori-teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti. Teori-teori yang digunakan bukan sekedar pendapat dari pengarang, pendapat penguasa, tetapi teori yang betul-betul telah teruji kebenarannya.³⁴ Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peran

Teori peran (*Role Theory*) adalah teori yang merupakan perpaduan berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Selain dari Psikologi, teori peran berawal dari dan masih tetap digunakan dalam Sosiologi dan Antropologi. Dalam ketiga bidang ilmu tersebut, istilah peran diambil dari dunia teater. Dalam teater, seorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Dalam teorinya Biddle & Thomas membagi peristilahan dalam teori peran dalam empat golongan, yaitu istilah-istilah yang menyangkut:

- a. Orang-orang yang mengambil bagian dalam interaksi sosial,
- b. Perilaku yang muncul dalam interaksi tersebut,
- c. Kedudukan orang-orang dalam perilaku,
- d. Kaitan antara orang dan perilaku.

Menurut Biddle & Thomas, ada lima istilah tentang perilaku dalam kaitannya dengan peran:

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: ALFABETA, 2002), 305.

- a. *Expectation* (harapan),
- b. *Norm* (norma),
- c. *Performance* (wujud perilaku),
- d. *Evaluation* (penilaian) dan *sanction* (sanksi).³⁵

Harapan tentang peran adalah harapan-harapan orang lain (pada umumnya) tentang perilaku yang pantas, yang seyogianya ditunjukkan oleh seseorang yang mempunyai peran tertentu. Contoh, masyarakat umum, pasien-pasien, dan orang-orang sebagai individu mempunyai harapan tertentu tentang perilaku yang pantas dari seorang dokter. Harapan tentang perilaku dokter ini bisa berlaku umum (misalnya, dokter harus menyembuhkan orang sakit) bisa merupakan harapan dari segolongan orang saja (misalnya, golongan yang kurang mampu mengharapkan agar dokter bersikap sosial) dan bisa juga merupakan harapan dari satu orang tertentu (misalnya seorang pasien tertentu mengharapkan dokternya bisa juga memberi nasihat-nasihat tentang persoalan rumah tangganya selain menyembuhkannya dari penyakit).³⁶

Peran diwujudkan dalam perilaku oleh aktor. Berbeda dari norma, wujud perilaku ini nyata, bukan sekedar harapan. Dan berbeda pula dari norma, perilaku yang nyata ini bervariasi, berbeda-beda dari satu aktor ke aktor yang lain. Misalnya, peran ayah seperti yang diharapkan oleh norma adalah mendisiplinkan anaknya. Namun, dalam kenyataannya ayah yang satu bisa memukul untuk mendisiplinkan anaknya, sedangkan ayah yang

³⁵ Sarlito Wirawan Sarwono, *Teori-teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 215.

³⁶ *Ibid.*, 217

lain mungkin hanya menasehati. Variasi ini dalam teori peran dipandang normal dan tidak ada batasnya. Persis dalam teater, dimana tidak ada dua aktor yang bisa betul-betul identik dalam membawakan suatu peran tertentu. Bahkan satu aktor bisa berbeda-beda caranya membawakan suatu peran tertentu pada waktu yang berbeda. Oleh karena itu teori peran tidak cenderung mengklasifikasikan istilah-istilahnya menurut perilaku khusus, melainkan berdasarkan klasifikasinya pada sifat asal dari perilaku dan tujuannya (motivasinya). Jadi, wujud perilaku peran dapat digolongkan misalnya kedalam jenis hasil kerja, hasil sekolah, hasil olah raga, pendisiplinan anak, pencarian nafkah, pemeliharaan ketertiban dan sebagainya. Jelaslah bahwa peran dilihat wujudnya dari tujuan dasarnya atau hasil akhirnya, terlepas dari cara mencapai tujuan atau hasil tersebut.

Walaupun demikian, tidak tertutup kemungkinan adanya cara-cara tertentu dalam suatu peran yang mendapat sanksi dari masyarakat. Misalnya, seorang ayah yang berusaha mewujudkan perannya untuk mendisiplinkan anaknya dengan cara menggantung kaki anak sehingga kepalanya terbalik kebawah, akan mendapat celaan dari masyarakat sehingga cara seperti ini akan dihindari oleh ayah-ayah pada umumnya.³⁷

2. Media

a. Pengertian Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada

³⁷ Ibid., 218

beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya di proses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.³⁸

Jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, televisi dan internet.³⁹

Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Media sosial merupakan bagian dari media elektronik. Media sosial sangat bermanfaat untuk melakukan komunikasi, edukasi, rekreasi, promosi, diseminasi berinteraksi, dll. Menurut Gohar F. Khan, menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam kepada khalayak yang lebih banyak lagi.⁴⁰

³⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 131.

³⁹ *Ibdi.*, 134

⁴⁰ Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, 4.

Adapun media sosial yang digunakan LAZ Nurul Hayat dalam strategi fundraising yaitu instagram, facebook, whatsapp, *website*, dan aplikasi Nurul Hayat.

1) Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial milik Facebook, inc. yang memungkinkan para penggunanya berbagi konten baik dalam bentuk video maupun gambar.

2) Facebook

Merupakan aplikasi yang ditemukan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg, dimana menyediakan layanan dengan fitur paling lengkap, mulai dari facebook *feed*, facebook *stories*, hingga facebook *marketplace*.

3) WhatsApp

Merupakan aplikasi dimana menyediakan banyak fitur yang tidak kalah lengkap dengan facebook. Adapun fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi whatsapp dari berbagi gambar, video, tulisan (ms.word, pdf, dll), suara, dan juga dapat berbagi tempat orang tersebut berupa dengan bantuan gps. Dengan banyaknya fitur-fitur tersebut tidak heran jika whatsapp digunakan oleh masyarakat dan LAZ Nurul Hayat dalam menerapkan strategi *fundraising*.

4) Website

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi

dengan jaringan internet. *Website* merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi, sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.⁴¹

5) *Aplikasi Nurul Hayat*

Aplikasi adalah program siap pakai yang dapat digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari pengguna aplikasi tersebut dengan tujuan mendapatkan hasil yang lebih akurat sesuai dengan tujuan pembuatan aplikasi tersebut.⁴² Aplikasi Nurul Hayat merupakan aplikasi yang di desain khusus untuk LAZ Nurul Hayat dengan berbagai fitur-fitur tentang zakat yang ditujukan bagi donatur, sehingga dapat memudahkan donatur untuk mengetahui tentang LAZ Nurul Hayat.⁴³

Marshall McLuhan 1964 dalam bukunya *Understanding Media* mengemukakan bahwa dalam tatanan sosial dan budaya teknologi komunikasi memainkan peran penting yang akan membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik. Media berkaitan erat dengan internet. Internet merupakan suatu jaringan (*network*) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa

⁴¹ Ibid, 44.

⁴² Adi Widarma dan Sri Rahayu, Perancangan Aplikasi Gaji Karyawan Pada PT. PP London Sumatera Indonesia Tbk. Gunung Malayu Estate-Kabupaten Asahan, (Sumatera Utara: jurnal, Universitas Asahan Sumatera Utara), 2.

⁴³ Dede lilis, *Media Anak Indonesia Representasi Idola Anak Dalam Majalah Anak-anak*, (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014),37.

global). Dalam kehidupan sehari-hari kita telah mengetahui jika kertas dalam surat kabar dapat disentuh dan diraba oleh indera manusia demikian pula radio dapat didengar dan televisi tidak hanya didengar namun juga dapat dilihat. Maka lain halnya dengan internet merupakan sebuah jaringan yang membentuk komunitas maya dan tidak ada satupun manusia yang dapat pergi ke desa global itu. Misalnya pengguna komputer hanya dapat saling mengirimkan dan menerima pesan antar sesama pengguna, meskipun tidak ada manusia yang pernah sampai ke tempat itu, namun dunia itu nyata ada karena setiap detik dan menit manusia melakukan aktivitas pertukaran pesan dan data. Apa yang dikemukakan Mc Luhan itu terbukti benar dengan kehadiran internet dewasa ini yang hampir mendominasi seluruh kegiatan manusia, bahkan sekarang peran internet bukan hanya tempat mencari informasi tetapi kini menjadi sumber pendapatan baik individu atau lembaga.⁴⁴

Dalam internet berkembang berbagai program lain yang intinya menjadi aplikasi komunikasi antar sesama masyarakat maya. Terutama yang ada hubungan dengan hubungan-hubungan transaksional mereka satu dengan lainnya. *E-Commerce* digunakan untuk mendukung kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran produk, jasa, dan informasi melalui internet atau *extranet*. *E-Commerce* umumnya dikelompokkan menjadi dua buah kategori yaitu: *business-to-business*

⁴⁴ Dina Siti Anggraeni, *Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang*, 46.

(B2B) dan *business-to-consumer* (B2C). Pada perkembangan terakhir juga muncul jenis hubungan yang disebut *consumer-to-consumer* (C2C) dan *consumer-to-business* (C2B).

Beberapa di antara manfaat dari internet dalam hal *marketing* antara lain:

- 1) Memberikan kemudahan dalam interaksi dan komunikasi secara langsung dengan konsumen potensial. Hal tersebut menggambarkan kondisi yang ideal untuk membangun komunikasi secara nyata
- 2) Mampu memberikan target yang tepat sasaran dan menyampaikan pesan kepada target yang spesifik dituju
- 3) Para pengguna internet memiliki kebebasan dalam memilih pesan yang dipromosikan atau informasi yang ingin diakses
- 4) Mampu memberikan gambaran profil suatu perusahaan atau lembaga dengan setiap detil produk atau jasa yang dihasilkan atau ditawarkan
- 5) Memiliki jangkauan yang luas
- 6) Menghabiskan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kanal tradisional.⁴⁵

b. Peran media massa

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai *institusi* pelopor perubahan. Tidak bisa

⁴⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 137.

dipungkiri media massa kini memiliki pengaruh yang kuat bagi masyarakat. Secara tidak sadar masyarakat banyak berpengaruh oleh media massa dalam kehidupan sehari-hari seperti media massa membujuk masyarakat untuk menggunakan suatu produk tertentu. Oleh karena itu banyak perusahaan yang menggunakan media massa untuk menjual atau mempromosikan produknya. Tidak hanya sebagai alat untuk mempromosikan produk, kini media massa menjadi mitra bagi perusahaan untuk mendapatkan citra yang baik di masyarakat. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan:

- 1) Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju.
- 2) Selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur dan benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya dengan informasi, masyarakat yang terbuka dengan informasi, sebaliknya pula masyarakat akan menjadi masyarakat informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa. Selain itu, informasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat, menjadikan masyarakat

sebagai masyarakat dunia yang dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya.

- 3) Terakhir media massa sebagai media hiburan. Sebagai *agent of change*, media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai *agent of change* yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.

Secara lebih spesifik peran media massa saat ini lebih menyentuh persoalan-persoalan yang terjadi di masyarakat secara aktual, seperti:

- 1) Harus lebih spesifik dan proporsional dalam melihat sebuah persoalan sehingga mampu menjadi media edukasi dan media informasi sebagaimana diharapkan oleh masyarakat.
- 2) Dalam memotret realitas, media massa harus fokus pada realitas masyarakat, bukan pada potret kekuasaan yang ada di masyarakat itu, sehingga informasi tidak menjadi propaganda kekuasaan, potret figur kekuasaan.
- 3) Sebagai lembaga edukasi, media massa harus dapat memilah kepentingan pencerahan dengan kepentingan media massa sebagai

lembaga produksi, sehingga kasus-kasus pengaburan berita dan iklan tidak harus terjadi dan merugikan masyarakat.

- 4) Media massa juga harus menjadi *early warning system*, hal ini terkait dengan peran media massa sebagai media informasi, dimana lingkungan saat ini menjadi sumber ancaman. Media massa menjadi sebuah sistem dalam sistem besar peringatan terhadap ancaman lingkungan, bukan hanya menginformasikan informasi setelah terjadi bahaya dari lingkungan itu.
- 5) Dalam hal menghadapi ancaman masyarakat yang lebih besar seperti terorisme, seharusnya media massa lebih banyak menyoroti aspek fundamental pada terorisme seperti mengapa terorisme itu terjadi bukan hanya pada aksi-aksi terorisme.⁴⁶

3. *Fundraising* Zakat

a. Pengertian Penghimpunan (*Fundraising*)

Penghimpunan dana atau *fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.⁴⁷ *Fundraising* atau penghimpunan dana dapat pula diartikan sebagai proses memengaruhi masyarakat baik

⁴⁶ Ibid., 85.

⁴⁷ Hendra, *Fundraising Databasez*, 1.

perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.⁴⁸

Dari berbagai pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi penghimpunan dana (*fundraising*) adalah rencana sebuah proses memengaruhi masyarakat atau calon donatur agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proses mempengaruhi disini yaitu meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu. Dalam kerangka *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari *fundraising* disuatu lembaga, maka dibutuhkan suatu strategi dan pendekatan yang tepat serta harus menentukan arahan yang benar demi keberlanjutan langkah berikutnya. Namun, tanpa strategi yang kuat dalam menjalankan *fundraising* maka tidak akan maksimal dalam memperoleh dana.⁴⁹

⁴⁸ April Purwanto, *Manajemen Fundrising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Sukses, 2009), 12.

⁴⁹ Badan Amil Zakat Nasional, *Fikih Zakat Konstektual Indonesia*, (Jakarta Pusat: Badan Amil Zakat Nasional, 2018), 257.

b. Tujuan Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

Adapun tujuan *fundraising* menurut Juwaini adalah sebagai berikut:

- 1) Tujuan menghimpun dana adalah sebagai tujuan yang paling mendasar. Tujuan inilah yang paling pertama dan utama dalam pengelolaan lembaga dan ini pula yang menyebabkan mengapa dalam pengelolaan *fundraising* harus dilakukan.
- 2) Tujuan kedua adalah menambah calon donatur atau menambah populasi donatur. Lembaga yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donaturnya.
- 3) Meningkatkan atau membangun citra lembaga, bahwa aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat (LSM), baik secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga.
- 4) Menghimpun relasi dan pendukung, kadangkala ada seseorang sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktifitas *fundraising* yang telah dilakukan oleh organisasi atau lembaga swadaya masyarakat (LSM), mereka punya kesan positif dan bersimpati terhadap lembaga tersebut. Akan tetapi, pada saat itu mereka tidak mempunyai kemampuan untuk memberikan sesuatu kepada lembaga tersebut karena ketidakmampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini harus diperhitungkan dalam aktifitas *fundraising*, meskipun

mereka tidak mempunyai donasi, mereka akan berusaha melakukan dan berbuat apa saja untuk mendukung lembaga dan akan fanatik terhadap lembaga. Dengan adanya kelompok ini, sebuah lembaga telah memiliki jaringan informal yang sangat menguntungkan dalam aktifitas *fundraising*.

5) Tujuan kelima yaitu meningkatkan kepuasan donatur, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang, meskipun dalam pelaksanaan kegiatan secara teknis dilakukan sehari-hari. Kepuasan donatur akan berpengaruh terhadap nilai donasi yang akan diberikan kepada lembaga. Mereka akan mendonasikan dananya kepada lembaga secara berulang-ulang, bahkan menginformasikan kepuasannya terhadap lembaga secara positif kepada orang lain. Dengan demikian, secara otomatis kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.⁵⁰

c. Ruang Lingkup Penghimpunan (*Fundraising*)

Pada dasarnya *fundraising* tidak identik hanya dengan uang semata, ruang lingkungnya begitu luas dan mendalam, untuk memahaminya terlebih dahulu dibutuhkan pemahaman tentang substansi daripada *fundraising* tersebut. Adapun substansi *fundraising* menurut Miftahul Huda dapat diringkas dalam dua hal, yaitu:

⁵⁰ Ibid., 258

- 1) Motivasi. Motivasi diartikan sebagai serangkaian pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan, dan alasan-alasan yang mendorong calon donatur untuk mengeluarkan sebagian hartanya.
- 2) Program substansi *fundraising* berupa program yaitu kegiatan dari implementasi visi dan misi lembaga yang jelas sehingga masyarakat mampu tergerak untuk melakukan ZIS.⁵¹

d. Prinsip-Prinsip *Fundraising*

Adapun prinsip-prinsip *fundraising* dalam lembaga zakat antara lain:

- 1) Prinsip *fundraising* harus meminta. Sebuah penelitian yang diadakan oleh sebuah organisasi amal besar menanyakan kepada orang-orang yang tidak memberi sumbangan. Biasanya donatur akan memberi sumbangan ketika mereka diminta. Walaupun mereka tidak mengharapkan imbalan. Bagi donatur, ia tetap menyakini bahwa melakukan sesuatu yang berharga menjadi hal yang penting bagi donatur seperti donasi ternyata dapat meningkatkan taraf hidup dalam masyarakat tertentu. Tetapi ada beberapa donatur yang menyumbang karena butuh penghargaan dari orang lain dan dari masyarakat karena ia bermurah hati memberikan sumbangan.
- 2) Prinsip *fundraising* berarti berhubungan dengan orang lain, artinya semakin banyak berinteraksi dengan orang lain maka akan

⁵¹ Ibid., 260

mempunyai jaringan dengan banyak pihak, dan kemungkinan mendapatkan sumbangan akan semakin besar pula. Adanya keinginan untuk menolong orang lain atau melakukan sesuatu bagi masyarakat luas adalah salah satu faktor yang mendorong seseorang untuk menjadi donatur pada sebuah lembaga. Kemudian tugas LAZ adalah bagaimana lembaga dapat berperan dalam melakukan apa yang diinginkan donatur atau masyarakat.

- 3) Prinsip *fundraising* berarti menjual. Penggalangan dana atau daya adalah sebuah proses yang terdiri dari dua tahap. Tahap pertama, menunjukkan kepada calon donatur bahwa ada kebutuhan penting yang dapat ditawarkan oleh lembaga melalui kegiatan lembaga. Pada umumnya, orang atau suatu lembaga yang telah sependapat bahwa kebutuhan itu penting dan perlu melakukan sesuatu hal maka otomatis masyarakat dengan mudah bersedia untuk diminta menjadi donatur atau memberikan sumbangan. Tahap selanjutnya, sebuah lembaga siap melakukan sesuatu yang berarti untuk mengabdikan pada masyarakat dan dapat menunjukkan bahwa dukungan dari mereka berperan penting dan dapat membuahkan hasil yang lebih baik lagi. Penggalangan dana atau daya bukan hanya meminta uang saja tetapi lebih mengenai menilai bahwa donatur dapat merespon apa yang dibutuhkan masyarakat melalui program lembaga dengan menerima program tersebut.

4) Prinsip kepercayaan dan hubungan masyarakat. Biasanya donatur lebih berminat memberikan sumbangan kepada organisasi dalam suatu kegiatan yang mereka kenal. Ini berarti reputasi dan hubungan masyarakat yang baik akan menjadi penting, seperti: menginformasikan hasil-hasil yang dicapai melalui brosur yang dikirimkan kepada masyarakat. Dari contoh tersebut akan lebih mudah menyakinkan masyarakat bahwa sebuah lembaga dapat melakukan kegiatan yang berguna dan membuahkan hasil. Inilah yang membuat mereka lebih mudah memutuskan untuk mendukung lembaga.

5) Prinsip *fundraising* adalah mengucapkan terima kasih. Mengucapkan terima kasih adalah hal yang penting sebagai sebuah penghargaan dan pengakuan kedermawanan donatur. Juga merupakan tindakan untuk kepentingan sendiri dalam arti yang baik, yaitu donatur akan merasa lebih dihargai oleh lembaga dan memungkinkan bagi donatur untuk memberikan sumbangan secara berulang-ulang kepada lembaga. Lembaga yang mengucapkan terima kasih setiap saat ada kesempatan tentu akan mendapat imbalan yang berarti dalam bentuk kesetiaan donatur sebagai pendukung.⁵²

⁵² Norton, Menggalang Dana: *Pedoman Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Obor, 2002), 11.

e. Strategi *Fundraising*

Beberapa langkah perlu dilakukan untuk persiapan rencana strategis mobilitas dan penggalangan sumber-sumber dana/daya sebuah lembaga. Langkah-langkah tersebut adalah:

- 1) Rencana program jangka panjang atau rencana strategis.
- 2) Anggaran jangka panjang untuk rencana strategis.
- 3) Menetapkan skala prioritas program.
- 4) Membangun skenario penggalangan sumber lembaga.
- 5) Tujuan *fundraising*.
- 6) Strategi *fundraising*.
- 7) Identifikasi sumber-sumber dana/daya.
- 8) Membuat tim kerja dan rencana kerja.
- 9) Pemantauan hasil kerja.
- 10) Evaluasi dan rencana ke depan.⁵³

f. Metode *Fundraising* Zakat

Ada dua metode yang dapat dilakukan dalam *fundraising* dana ZIS, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

- 1) Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) yaitu sebuah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipan donatur secara langsung. Bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap

⁵³ April, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelolaan Zakat*, 20.

respon donatur bisa seketika langsung dilakukan. Seperti: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising*, dan presentasi langsung.

- 2) Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) yaitu sebuah metode yang menggunakan teknik-teknik dan cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi pada saat itu.⁵⁴

4. Zakat, infak, dan sedekah

a. Zakat

Kata zakat merupakan kata dasar dari *zaka* mengandung beberapa arti berkah, tumbuh, dan baik. Menurut lisan al-Arab kata zakat mengandung arti suci, tumbuh, berkah, dan terpuji. Zakat menurut istilah fikih adalah sejumlah harta tertentu yang harus diserahkan kepada yang berhak menurut syariat Allah SWT.⁵⁵ Menurut istilah zakat berarti kewajiban seorang muslim untuk mengeluarkan nilai bersih dari kekayaannya yang tidak melebihi satu nisab, diberikan kepada *mustahik* dengan beberapa syarat yang telah ditentukan.

1) Dasar hukum zakat

Hukum zakat adalah *wajib 'aini* dalam arti kewajiban yang di tetapkan untuk diri pribadi dan tidak mungkin di bebankan

⁵⁴ Ahmad, *Manajemen Zakat*, 42.

⁵⁵ Mursyidi, *Akuntansi Zakat Kontemporer*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 75.

kepada orang lain, walaupun dalam pelaksanaannya dapat diwakilkan kepada orang lain. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 110:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ, إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ. (البقرة: ١١٠)

Artinya: (Dan dirikanlah sholat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan.)

a) Syarat dan rukun zakat

Rukun adalah unsur-unsur yang terdapat dalam zakat, yaitu orang yang berzakat, harta yang dizakatkan dan orang yang menerima zakat. Syarat dari orang yang berzakat atau *muzakki* ialah orang islam yang *baligh* dan berakal memiliki harta yang memenuhi syarat. Tidak wajib zakat atas orang-orang yang tidak memenuhi syarat tersebut. Syarat harta yang dizakatkan adalah harta yang baik, milik yang sempurna dari yang berzakat, berjumlah satu nisab atau lebih dan telah tersimpan selama satu tahun atau haul.⁵⁶

b) Macam-macam zakat

Harta yang dikenai zakat harus memenuhi syarat sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Menurut garis besarnya, zakat terbagi menjadi dua. Pertama, zakat mal (harta). Kedua, zakat

⁵⁶ Amir syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2003), 40.

nafs, zakat jiwa yang disebut juga “zakatul fitrah” (zakat yang diberikan berkenaan dengan selesainya mengerjakan puasa yang di fardhukan).⁵⁷

(1) Zakat mal (harta)

Zakat mal adalah bagian dari harta kekayaan seseorang (juga badan hukum) yang wajib dikeluarkan untuk golongan orang-orang tertentu setelah dipunyai selama jangka waktu tertentu dalam jumlah minimal tertentu. Jenis-jenis yang termasuk dalam zakat mal diantaranya:

- (a) Zakat emas dan perak
 - (b) Zakat *tijarah* (perniagaan)
 - (c) Zakat nabati (tumbuh-tumbuhan)
 - (d) Zakat hewan ternak
 - (e) Zakat *rikaz* dan barang tambang (*ma'din*)
 - (f) Zakat profesi
- (2) Zakat *nafs* (fitrah)

Zakat fitrah merupakan pengeluaran wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mempunyai kelebihan dari keperluan yang wajar pada malam dan hari raya idul fitri. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai hukum mengeluarkan zakat fitrah dan untuk menghilangkan was-

⁵⁷ M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pedoman Zakat*, (Semarang: PT Pustakan Rizki Putra, 2009), 7.

was, keraguan, dan lain-lainnya yang mungkin ditimbulkan oleh perselisihan ulama dalam soal ini, perhatikanlah firman Allah sebagai berikut: “sesungguhnya telah menang orang yang mengeluarkan zakat (fitrahnya) menyebut nama tuhanmu (mengucapkan takbir, membesarkan Allah) lalu ia mengerjakan sholat (hari raya idul fitri)” .

c) Orang-orang yang berhak menerima zakat

Orang-orang yang berhak menerima zakat diterangkan secara langsung dalam surat At-Taubah ayat 60:

(1) Fakir

Fakir adalah orang yang tidak memiliki harta untuk menunjang kehidupan dasarnya. Orang fakir berhak mendapat zakat dari lembaga amil zakat sesuai dengan kebutuhan pokoknya. orang tersebut disebabkan ketidakmampuannya dalam mencari nafkah, orang-orang yang kehilangan keluarga, dan tawanan.

(2) Miskin

Miskin adalah orang yang tidak memiliki harta untuk kehidupan dasarnya, namun ia mampu berusaha mencari nafkah hanya penghasilannya tidak mencukupi bagi kehidupan dasarnya untuk kehidupannya sendiri dan/atau keluarganya.

(3) Amil Zakat

Amil zakat adalah petugas yang ditunjuk pemerintah atau masyarakat untuk mengumpulkan zakat, menyimpan, dan kemudian membagi-bagikannya kepada yang berhak menerimanya (*mustahik*).

(4) Orang *Mualaf*

Muallaf adalah orang yang baru masuk Islam dan memerlukan masa pematapan dalam agama barunya itu dan untuk itu memerlukan dana. yang termasuk dalam kriteria *muallaf* ini adalah orang yang dirayu untuk memeluk islam, orang yang dirayu dalam membela islam, dan orang yang baru masuk Islam kurang dari satu tahun yang memerlukan bantuan untuk adaptasi dengan kondisi yang baru.

(5) Budak

Riqab secara arti kata berarti perbudakan, yang dimaksud disini adalah untuk kepentingan memerdekakan budak, baik dengan membeli budak-budak untuk kemudian di merdekakan, atau memberi dana untuk kepentingan menebus dirinya dari perbudakan.

(6) Orang yang berutang

Orang yang berhutang karena dua sebab, yaitu berhutang untuk kepentingan diri sendiri dan berhutang

untuk kemaslahatan umat, seperti pembangunan masjid, sekolah, klinik, dan sebagainya, demikian pendapat Imam Malik, Syafi'i dan Ahmad.

(7) Fisabilillah

Bila disebut "*fisabilillah*" biasanya tergambar dalam pikiran orang adalah perang (*jihad*). Padahal pengertiannya lebih luas lagi dari yang dimaksud, mencakup semua kemaslahatan umat Islam baik untuk kepentingan agama dan lain-lainnya yang bukan untuk kepentingan perorangan, seperti membangun masjid, rumah sakit, panti asuhan, sekolah, irigasi, dan sebagainya yang dimanfaatkan untuk kepentingan umum yang tidak mengandung maksiat.

(8) *Ibnu Sabil*

Ibnu sabil dapat diartikan dengan perantau (*musafir*). Tetapi *ibnu sabil* yang mendapat bagian dari zakat adalah bukan karena maksiat. Dia kekurangan atau kehabisan belanja dalam perjalanan, mungkin karena uangnya hilang, Karena dicopet atau sebab-sebab lainnya.⁵⁸

d) Hikmah Zakat

Ibadah zakat memiliki hikmah banyak, baik berkaitan dengan Allah SWT maupun hubungan diantara manusia, diantaranya:

⁵⁸ M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak: Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*, (Jakarta: PrenaMedia Group, 2006), 93.

- (1) Menyucikan harta
- (2) Menyucikan jiwa si pemberi zakat dari sifat kikir (*bakhl*)
- (3) Menciptakan ketenangan dan keamanan bagi pemberi dan penerima zakat. selain itu, zakat juga dapat menghilangkan kedengkian dan iri hati dalam masyarakat.
- (4) Menjadi dorongan untuk terus mengembangkan harta benda baik dari segi mental spiritual maupun dari segi ekonomis psikologis.
- (5) Menciptakan dan memelihara persatuan, persaudaraan sesama umat manusia dan menumbuhkan solidaritas sosial secara nyata dan berkesinambungan.

b. Infak

Infak berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. secara syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam. Jika zakat ada nisabnya, infak tidak mengenal nisab. Infak dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah ia sedang lapang ataupun sempit.⁵⁹

Perbedaan Infak dengan zakat adalah: jika zakat memiliki nisab sedangkan infak tidak memakai syarat nisab, zakat dikeluarkan oleh orang-orang yang sudah wajib zakat (*muzakki*), kepada orang yang

⁵⁹ Sumadi, Optimalisasi Potensi Zakat Infak Sedekah Dalam Pemerataan Ekonomi Di Kabupaten Sukoharko Studi Kasus Di Badan Amil Zakat Daerah Kab. Sukoharko, (*Sukoharko: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2017), 18.

berhak menerimanya (*mustahik*), sedangkan infak dikeluarkan oleh orang yang beriman baik orang yang berpenghasilan tinggi atau rendah, apakah ia di saat lapang maupun sempit yang diberikan kepada keluarga maupun orang lain.

c. Sedekah

Sedekah berasal dari kata *shadaqa*, jamak dari *shidaqan* yang berarti adalah kejujuran, berkata benar. Secara terminologi sedekah diartikan sebagai sebuah pemberian seseorang secara ikhlas kepada orang yang berhak menerima yang diiringi juga oleh pahala dari Allah. Contohnya memberikan sejumlah uang, beras, atau benda-benda lain yang bermanfaat kepada orang lain yang membutuhkan.

Seringkali kata-kata sedekah dipergunakan dalam Al-Qur'an, tetapi maksud sesungguhnya adalah zakat. Misalnya firman Allah dalam Al-Qur'an surat At-Taubah 60 dan 103. Perlu diperhatikan, jika seseorang telah berzakat tetapi masih memiliki kelebihan harta, sangat dianjurkan sekali untuk berinfaq dan bersedekah.

Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menyebutkan perbedaan antara zakat, infak, dan sedekah. Pada pasal 1 (2-4) disebutkan sebagai berikut:

- 1) Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.

- 2) Infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umat.
- 3) Sedekah adalah harta atau non harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umat.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁶⁰

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.⁶¹

Adapun dipilihnya jenis penelitian ini diambil, karena penelitian ini berdasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap peran media terhadap strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di LAZ Nurul Hayat cabang Jember.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.⁶²

⁶⁰Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 6.

⁶¹Ibid., 11.

⁶²Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Jl. Imam Bonjol No. 07, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68194. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena LAZ Nurul Hayat Cabang Jember merupakan salah satu LAZ di Jember yang menyalurkan zakatnya secara 100%. Dengan kata lain gaji amil tidak diperoleh dari zakat, melainkan dari hasil laba penjualan dari LAZ Nurul Hayat itu sendiri. Selain itu LAZ Nurul Hayat merupakan salah satu LAZ di Jember yang dapat memanfaatkan media secara maksimal dalam menjalankan strategi *fundraising* sehingga jumlah dana ZIS pertahunnya semakin meningkat. Pada tahun 2018, LAZ Nurul Hayat mendapat penghargaan LAZNAS terbaik dalam BAZNAS Award.

C. Subyek Penelitian

Untuk mendukung data yang peneliti perlukan, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive*. Yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁶³ Maksudnya adalah peneliti hanya memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang yang paling tahu terhadap fenomena disertai alasan mengambil informan tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan utama adalah orang yang dianggap paling tahu mengenai segala aktifitas yang ada di lembaga tersebut yaitu peneliti memilih Bapak Abdul Latif sebagai pimpinan LAZ Nurul Hayat cabang Jember, bidang zakat *Adviser* yaitu Bapak Andri Warisandre, bidang

⁶³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 219.

fundraising LAZ Nurul Hayat cabang Jember yaitu Bapak Ahmad Iqbal Asrofi..

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.⁶⁴ Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam pengertian yang sederhana, observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati. Teknik yang digunakan dalam observasi ini adalah observasi partisipasi pasif yakni peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁶⁵

Dengan menggunakan teknik observasi ini, peneliti mendapatkan data tentang :

- a. Letak geografis LAZ Nurul Hayat Cabang Jember
- b. Kegiatan *fundraising*

⁶⁴Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 47.

⁶⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 227.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁶ Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden. Lalu, pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁶⁷

Dengan menggunakan teknik wawancara ini, peneliti mendapatkan data tentang :

- a. Sejarah LAZ Nurul Hayat cabang Jember
- b. Visi misi LAZ Nurul Hayat cabang Jember
- c. Struktur organisasi LAZ Nurul Hayat cabang Jember
- d. Strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana ZIS di LAZ Nurul Hayat cabang Jember
- e. Peran media terhadap strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana ZIS di LAZ Nurul Hayat cabang Jember.

3. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang

⁶⁶Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 132.

berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya. Hal yang berkaitan dengan data LAZ Nurul Hayat cabang Jember adalah data tentang gambaran umum. Adapun yang dikumpulkan dengan cara metode ini adalah :

- a. Laporan pendapatan atau penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat cabang Jember
- b. Struktur organisasi LAZ Nurul Hayat cabang Jember
- c. Foto terkait dengan aktifitas penelitian di LAZ Nurul Hayat cabang Jember

Teknik dokumentasi ini digunakan oleh peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, dengan cara mempelajari dan menganalisa berbagai dokumen agar data yang diperoleh valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah lengkap. Aktifitas dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.⁶⁸ Adapun langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut :

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 246.

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁶⁹

2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dengan teks yang bersifat naratif. Dengan men-*display* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan reduksi dan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

F. Teknik Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi.

Triangulasi adalah teknik data, pengumpulan data yang bersifat

⁶⁹ Ibid., 247.

menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi dengan sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁷⁰

Hal ini dapat di capai dengan jalan diantaranya:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan presepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁷¹

G. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pra lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Berikut penjelasannya :

1. Tahap pra-lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian
 - b. Memilih objek penelitian

⁷⁰ Ibid.,274.

⁷¹Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 331.

- c. Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.
 - d. Mengajukan judul kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Peneliti mengajukan judul dilengkapi dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.
 - e. Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
 - f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
 - g. Mengurus perizinan penelitian.
 - h. Mempersiapkan penelitian lapangan.
2. Tahap pelaksanaan penelitian

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan strategi *fundraising*.

3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahapan yang paling akhir, yaitu penulisan laporan atau hasil penelitian. Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul setelah melalui beberapa tahapan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat

Yayasan Nurul Hayat didirikan pada tahun 2001. Waktu itu masih bernama Yayasan Sosial Panti Asuhan (YSPA) Nurul Hayat. Pada awalnya yayasan ini dibentuk sebagai penghimpunan dana ZIS dan penyaluran program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. FIRDHA PRIMA, perusahaan yang berkantor di Surabaya yang bergerak dalam bidang bisnis jamu tradisional.

Muhammad Molik, pemimpin perusahaan PT. FIRDHA PRIMA melaksanakan program pemberian santunan kepada anak-anak yatim dan fakir miskin yang berasal dari keuntungan bisnisnya melalui YSPA Nurul Hayat yang didirikannya. Dalam memberikan bantuan kepada anak-anak yatim, ada dua sistem yang digunakan, yaitu sistem beasiswa tahunan dan panti asuhan.

Pada tahun 2002, untuk mendukung pelaksanaan programnya, selain subsidi CSR PT. FIRDHA PRIMA YSPA Nurul Hayat kemudian berinisiatif untuk mendirikan sebuah unit usaha inovatif di Surabaya. Yaitu unit usaha akikah siap saji. Dengan tujuan, usaha ini yang menjadi motor utama kemandirian Nurul Hayat. Keberhasilan unit usaha akikah yang di tunjukkan dengan meningkatnya laba dari bulan ke bulan, membuat kondisi keuangan YSPA Nurul Hayat kemudian memperluas

target program sosialnya. Tidak hanya panti asuhan dan beasiswa anak yatim.

Untuk mendukung misi program sosial tersebut, Nurul Hayat harus “berganti kostum” yang lebih besar. Yaitu menghilangkan kata “panti asuhan” dalam penamaan. Akhirnya pada 2 September 2003, YSPA Nurul Hayat secara hukum dibubarkan, kemudian didirikan lembaga baru bernama “Yayasan Nurul Hayat”. Pendanaan Nurul Hayat kini sebagian besar berasal dari donasi umat. Hal ini menunjukkan bahwa Nurul Hayat sekarang adalah bukan milik perseorangan melainkan milik umat dan dipersembahkan kepada umat. Yayasan Nurul Hayat bergerak dalam bidang layanan sosial dan dakwah. Karya nyata yang dilakukan selama ini adalah memberi beasiswa, pendidikan anak yatim, memberikan bantuan modal usaha bagi duafa, mendirikan pesantren Islam dan pesantren menghafal Qur’an di beberapa kota, memberikan insentif bulanan kepada guru-guru Al-Qur’an, aksi tanggap bencana dan beberapa program kemanusiaan dan dakwah lainnya. Hingga sampai saat ini, sumber daya manusia persurat keputusan Januari 2015 terdapat 108 karyawan (santri *khidmad*), karyawan tersebut terbagi dalam 3 bidang, yaitu bidang teknis (penghimpunan, pendistribusian, dan pendayagunaan) sebanyak 75 karyawan, administrasi sebanyak 20 karyawan, dan keuangan sebanyak 12 karyawan. Jumlah karyawan keseluruhan baik di kantor pusat maupun di kantor-kantor cabang, kurang lebih terdapat 450 karyawan.

Yayasan Nurul Hayat sejak awal didirikan sudah dicita-citakan untuk menjadi lembaga milik umat yang mandiri. “lembaga milik umat” artinya lembaga yang dipercaya oleh umat, karena mengedepankan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana-dana amanah umat. Sedangkan “lembaga yang mandiri” artinya semua biaya operasional (gaji karyawan) berusaha dipenuhi secara mandiri dari hasil usaha yayasan.

Adapun unit bisnis pendukung kemandirian Nurul Hayat yaitu:

- a. PT. Nur Hamdalah Prima Boga (NH Prima Boga): Akikah Nurul Hayat dan Walimah *Organizer*.
- b. PT. Nur Hamdalah Prima Wisata (NH Prima Wisata): *NH Tour and Travel*
- c. PT. Nur Hamdalah Prima Cipta (NH Prima Cipta): *NH Property*
- d. CV Nusa Hikmah: Percetakan dan industri kreatif
- e. Koperasi: Pilar mandiri

Gambar 4.1
Kantor cabang LAZ Nurul Hayat



2. Visi Misi LAZ Nurul Hayat

- f. Visi: Mengabdikan kepada Allah dengan membangun umat
- g. Misi: Melaksanakan program-program dakwah, pemberdayaan ekonomi dhuafa, pemberdayaan pendidikan yatim-duafa, dan pemberdayaan kesehatan

3. Legalitas LAZ Nurul Hayat

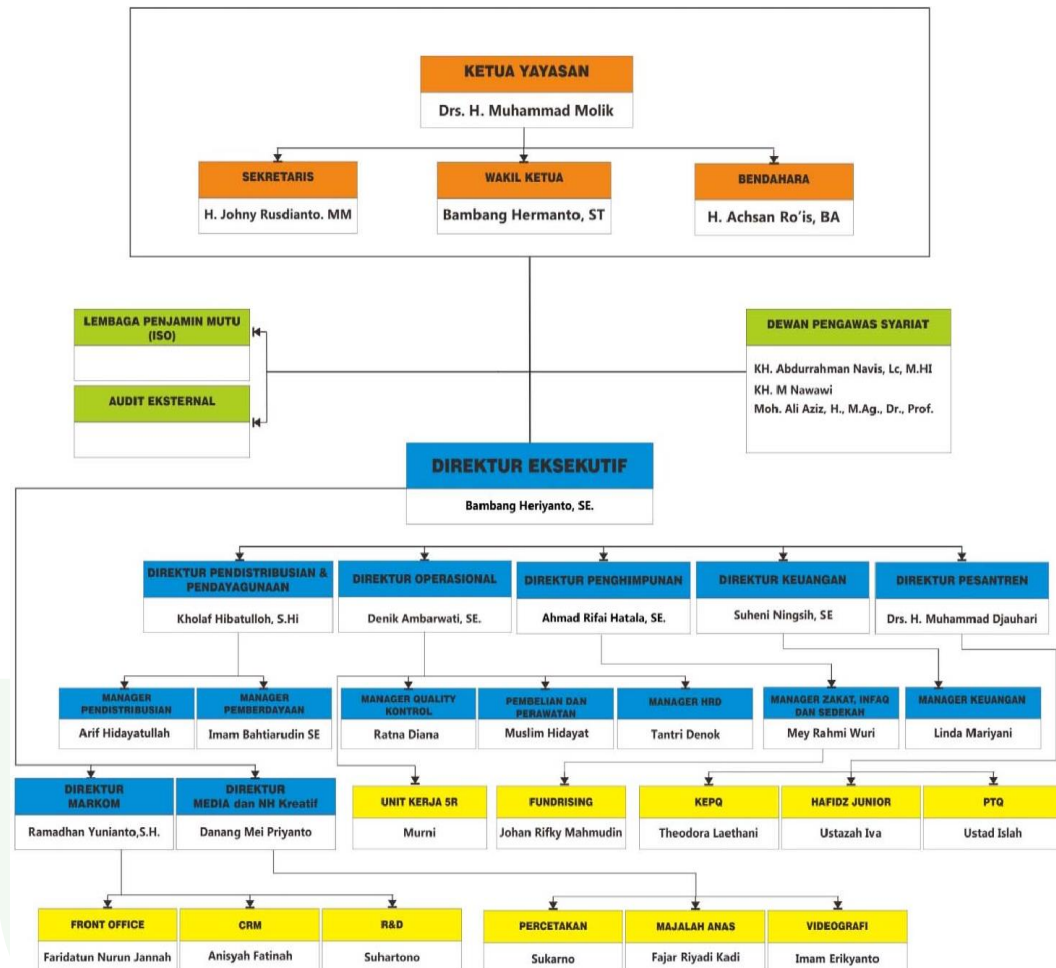
- a. Keputusan Menteri Agama nomor 244 tahun 2015 tentang Pelantikan Nurul Hayat sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS).
- b. Surat Pendaftaran *Nadir* Wakaf Produktif Nomor 3.3.00186 tahun 2017 dari Badan Wakaf Indonesia (BWI).
- c. Rundown Rapat Luar Biasa Yayasan Nurul Hayat Surabaya nomor 117, tanggal 27 Februari 2012.
- d. Ratifikasi Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia tanggal 3 Oktober 2007 Nomor: C-3242. HT. 01.02.TH 2007. Dan telah diumumkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia pada tanggal 2 Januari 2008 Nomor 1 dengan tambahan No. 3 Tahun 2008

IAIN JEMBER

4. Struktur Organisasi LAZ Nurul Hayat Cabang Jember

Gambar 4.2

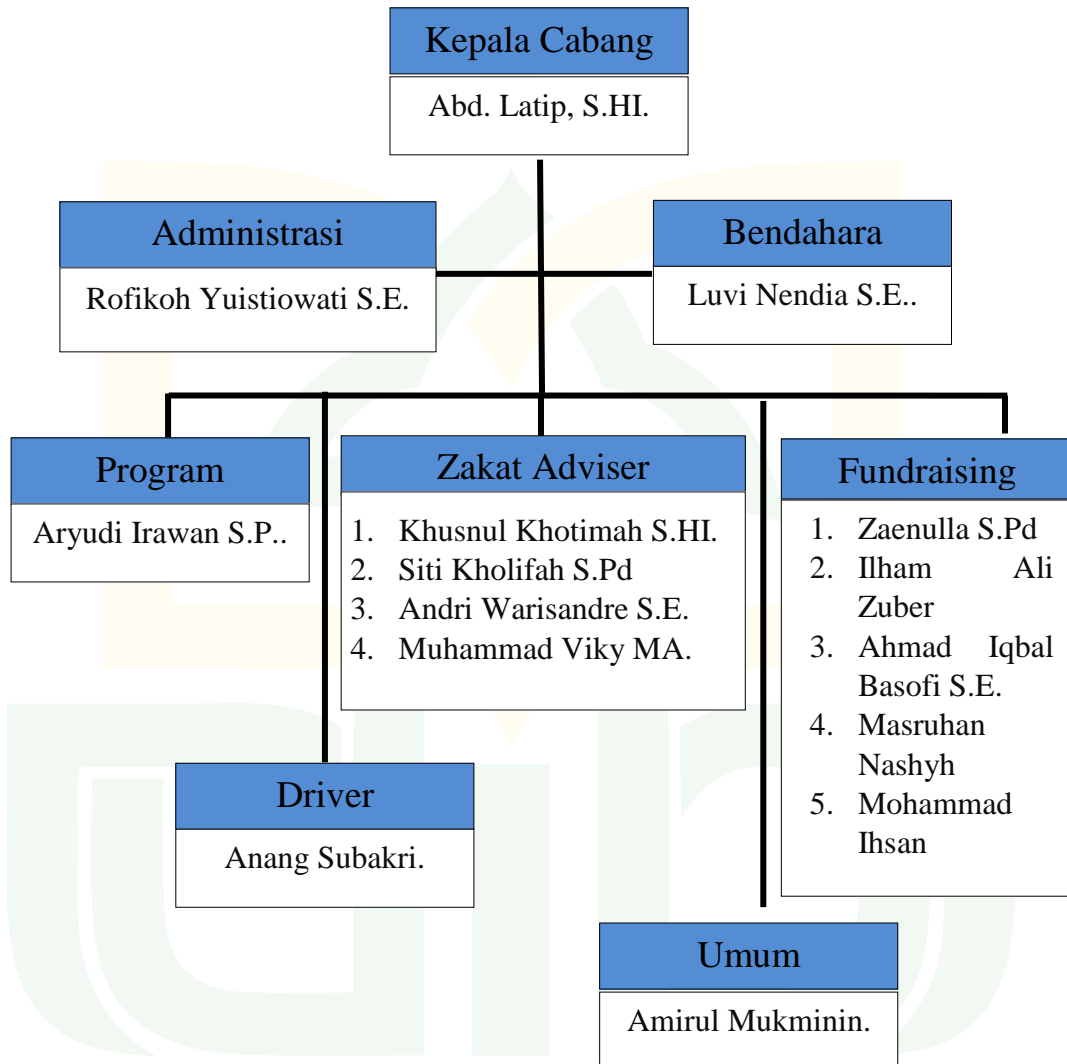
Pengurus LAZ Nurul Hayat Pusat



IAIN JEMBER

Gambar 4.3

Pengurus LAZ Nurul Hayat Cabang Jember



Job deskripsi tugas dan tanggung jawab di Nurul Hayat cabang Jember

a. Kepala Cabang

1) Tugas :

- a) Membuat *Roadmap*/Agenda tahunan.
- b) Target yang akan dicapai.

- c) Program-program yang akan dijalankan 1 tahun beserta agenda-agendanya.
- d) Mengontrol pekerjaan staf agar sesuai dengan SOP.
- e) Menjalankan dan menjaga perjalanan sistem serta memperbaharui sistem yang perlu diperbaiki.
- f) Mengontrol kesesuaian staf dalam menjalankan sistem.

2) Kepala cabang bertanggung jawab atas :

- a) Bertanggung jawab untuk mencapai target yang ditentukan.
- b) Bertanggung jawab melancarkan segala agenda-agenda yang sudah diprogramkan.
- c) Bertanggung jawab menjaga perjalanan sistem dan juga memperbaharui yang perlu diperbaiki.
- d) Bertanggung jawab ketertiban administrasi.
- e) Memenuhi hak-hak karyawan.
- f) Mengingatkan kewajiban-kewajiban karyawan.
- g) Mengecek daftar hadir karyawan dan memanggil karyawan yang terlambat.

b. Staff administrasi

1) Tugas:

- a) Menginput data kedalam *cyber* dan merapikan data/*file* di komputer.
- b) Mengerjakan laporan-laporan bulanan.

- c) Merekap data pendapatan Zakat *Adviser* tiap hari dilaporkan setiap bulan.
- d) Merekap data pendapatan *fundraising* tiap pekan dilaporkan setiap bulan.
- e) Merekap data akikah setiap ada pesanan
- f) Melaporkan pendapatan akikah setiap bulannya

2) Staf administrasi bertanggung jawab atas:

- a) Staf administrasi disini bertanggung jawab terlaksananya menginput data kedalam *cyber* dan merapikan data digudang atau lemari setiap hari
- b) Bertanggung jawab utuk merekap data ZIS mingguan dan di laporkan bulanan
- c) Bertanggung jawab untuk merekap data akikah dan melaporkannya setiap bulan

c. Staf Keuangan

1) Tugas:

- a) Menginput data-data keuangan,dan merekap data keuangan juga membuat laporan keuangan bulanan.
- b) Membuat BKK (Bukti Kas Keluar) dan BKM (Bukti Kas Masuk) serta LKH (Laporan Kas Harian)
- c) Menginput ke *Myob* (aplikasi yang digunakan oleh LAZ Nurul Hayat untuk mencatat kas masuk dan kas keluar) keuangan
- d) Mengikuti dan menyiapkan audit bulanan

2) Staf keuangan bertanggung jawab atas:

- a) Staf keuangan bertanggung jawab terlaksananya menginput dan merekap data keuangan serta membuat laporan keuangan bulanan
- b) Bertanggung jawab membukukan semua keuangan yang masuk atau keluar yang dibuktikan dengan nota, kwitansi yang asli
- c) Bertanggung jawab membuat BKK (Bukti Kas Keluar) dan BKM (Bukti Kas Masuk) serta LKH (Laporan Kas Harian).

d. Staf Program

1) Tugas :

- a) Menjalankan agenda-agenda kemanfaatan untuk umat atau program pemberdayaan umat.
- b) Menginformasikan kepada koordinator jika ada penambahan kuota
- c) Bertanggung jawab tersurveinya *mustahik* yang mengajukan
- d) Menghubungi *mustahik* yang mengajukan
- e) Berjalan sesuai dengan jadwal yang telah dibuat sepertiga bulan

2) Staf program bertanggung jawab atas:

- a) Bertanggung jawab untuk menjalankan dan melancarkan agenda kemanfaatan umat atau pemberdayaan umat.

- b) Bertanggung jawab semua dana yang keluar dibuktikan dengan adanya kwitansi atau nota yang asli dan falid

e. Staf zakat *adviser* (penyediaan zakat)

1) Tugas:

- a) Berdakwa
- b) Mengajak masyarakat untuk melaksanakan ZIS
- c) Dan juga menginformasikan atau mengajak tentang akikah

2) Staf *adviser* bertanggung jawab atas:

- a) Bertanggung jawab untuk berdakwah setiap hari 10 minimal orang
- b) Bertanggung jawab untuk mengajak atau menginformasikan kepada masyarakat untuk melaksanakan ZIS dan akikah

f. Staf *Fundraising* (penghimpunan)

1) Tugas: Menjemput dana ZIS

- 2) Staf *fundraising* (penghimpunan) bertanggung jawab atas:
menjemput dana ZIS dari donatur minimal 96% yang terambil

g. Staf *Driver*

- 1) Tugas: mengantarkan makanan akikah Nurul Hayat dan juga menyebarkan akikah Nurul Hayat.

- 2) Staf *driver* bertanggung jawab atas: bertanggung jawab untuk mengantarkan makanan dan menyebarkan akikah Nurul Hayat

h. Staf Umum

- 1) Tugas: membersihkan kantor dan menyebarkan brosur akikah Nurul Hayat
- 2) Staf Umum bertanggung jawab atas kebersihan kantor dan juga menyebarkan brosur akikah Nurul Hayat

5. Komitmen LAZ Nurul Hayat

a. Mandiri

Gaji karyawan Nurul Hayat dipenuhi dari hasil unit usaha, sehingga amanah dana ZIS makin optimal untuk program pemberdayaan

b. Amanah

Keuangan Nurul Hayat teraudit akuntan publik dengan nilai “Wajar Tanpa Pengecualian”

c. Profesional

- 1) Nurul Hayat telah menerapkan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 : 2008
- 2) Konsisten menerapkan budaya kerja 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin)
- 3) Diakui sebagai Yayasan beretos Perusahaan dari Koran Jawa Pos

d. Memberdayakan

Lebih dari 22 ribu orang tiap bulan menerima program kemanfaatan Nurul Hayat. Karena kemanfaatan itu pula Nurul Hayat menerima berbagai apresiasi seperti :

Gambar 4.4

Piagam Penghargaan LAZ Nurul Hayat



6. Program LAZ Nurul Hayat Cabang Jember

- a. Kesehatan
- b. Pendidikan
- c. Pemberdayaan Ekonomi
- d. Dakwah dan layanan masyarakat

Diantaranya:

- a. Pesantren Binaan Nurul Hayat Jember, Bertempat di Karanganyar Ambulu, ada 73 anak yang di Biayai Nurul Hayat Jember dan masuk kategori yatim duafa.
- b. Sayang (Sahabat Yatim Cemerlang), ada 450 anak yatim duafa mendapat beasiswa dari Nurul Hayat Jember setiap bulan.
- c. Pembinaan Yatim, ada di 9 titik / wilyah pembinaan khusus untuk anak yatim dhu'afa dengat mecaru bakat, binaan terdiri dari: Latihan Qari', al-Banjari, kursus Bahasa Arab, kursus Bahasa Inggris, kursus kumputer.
- d. SAJADA (Santunan Janda Tua Duafa) ada 15 mbah-mbah sepuh duafa setiap bulannya mendapat sembako dari LAZ Nurul Hayat Jember.
- e. Warung Berkah, setiap Jum'at LAZ Nurul Hayat Jember membuka warung berkah di 5 titik, depan RS. Soebandi, Pasar Tanjung, Pasar Gebang, Selatannya Pasar Mangli, dan Jenggawah. setiap hari Jum'at makan gratis bagi yang tidak mampu.
- f. Sahabat (Santunan Kesehatan dan Berobat) ribuan fakir miskin yang kita obati dengan gratis.
- g. Dansos (Dana Sosial) dana sosial bantuan untuk yang sangat membutuhkan, seperti bantuan menebus obat bagi pasien yang tidak mampu membeli / menebus obatnya, biaya menebus ijazah karena punya tunggakan utang di sekolah, dll.

- h. SIGAP (Aksi Tanggap Bencana) bantuan makanan dan obat-obatan saat bencana. Tahun ini LAZ Nurul Hayat membantu korban bencana letusan Gunung Kelud, Gunung Sinabung dan tragedi kemanusiaan di Gaza, Palestina, Lombok, Palu, Donggala, Banten, Kencong Jember, Gowa Sulawesi, dll.
- i. Genpres (Generasi Prestasi) beasiswa untuk anak yatim duafa yang berprestasi.
- j. Rombongan Berkah, rombongan berkah ini merupakan program untuk membantu keluarga yang mau berusaha tapi tidak ada rombongan / sudah rusak rombongnya dengan kriteria tertentu.
- k. PILAR MANDIRI (Penciptaan Lapangan kerja Mandiri), Berupa bantuan modal usaha tanpa bunga dan pendampingan kewirausahaan bagi anggota binaan. KBJ (Kopras Berani Jujur), Rombongan Berkah dll.
- l. MATABACA (Majelis Taklim Abang Becak), program pendampingan dan pemberdayaan abang becak. Yang berada di pasar tanjung, patrang, RS. Soebandi, dan Pasar Sabtu.
- m. IBUQU (Insentif Bulan Guru Al-Quran), pemberian insentif dan pendampingan usaha ekonomi kreatif bagi ratusan guru al-Quran.
- n. Desa Madani, pembinaan desa tertinggal menjadi desa yang lebih berdaya melalui pendirian pusat dakwah dan program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Seperti ternak Kambing di daerah Garahan Silo.

- o. Sarpras TPQ (Sarana dan Prasarana TPQ), kurang lebih 116 TPQ yang telah mendapat bantuan sarana dan prasarana dari LAZ Nurul Hayat Jember.
- p. Surga Desa, (Sumur Untuk Warga Desa), LAZ Nurul Hayat membangun (*ngebor*) air di tempat-tempat yang kesulitan Air.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan fokus permasalahan dan analisis data yang relevan. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Secara berurutan akan dijelaskan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian.

1. Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember

Zakat adalah kewajiban, karena itu Islam mewajibkan untuk memberikan sebagian harta yang terkandung dalam harta orang-orang kaya kepada yang berhak menerimanya. Sempitnya pemahaman umat Islam tentang jenis harta yang harus dikeluarkan dan masih kuatnya masyarakat bahwa membayar zakat langsung ke *mustahik* lebih utama daripada melalui lembaga pengelola zakat. Berbicara mengenai zakat, penghimpunan dana zakat (*fundraising*) merupakan kegiatan penting dan utama dalam sebuah lembaga pengelolaan ZIS. Karena sebuah organisasi pengelolaan zakat dalam aktifitasnya selalu berhubungan dengan dana.

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 digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi/lembaga sehingga mencapai tujuannya.⁷² Strategi *fundraising* merupakan titik tolak dalam menentukan kebutuhan organisasi atau lembaga. *Fundraising* berperan penting bagi lembaga atau organisasi sosial dalam upaya mendukung jalannya program dalam kegiatan roda operasional yang telah digariskan. Strategi merupakan bagian dari manajemen *fundraising* untuk menarik calon donatur dan muzakki. Strategi yang tepat mendorong pengelola dana ZIS untuk meningkatkan sumber pendapatan dana ZIS.

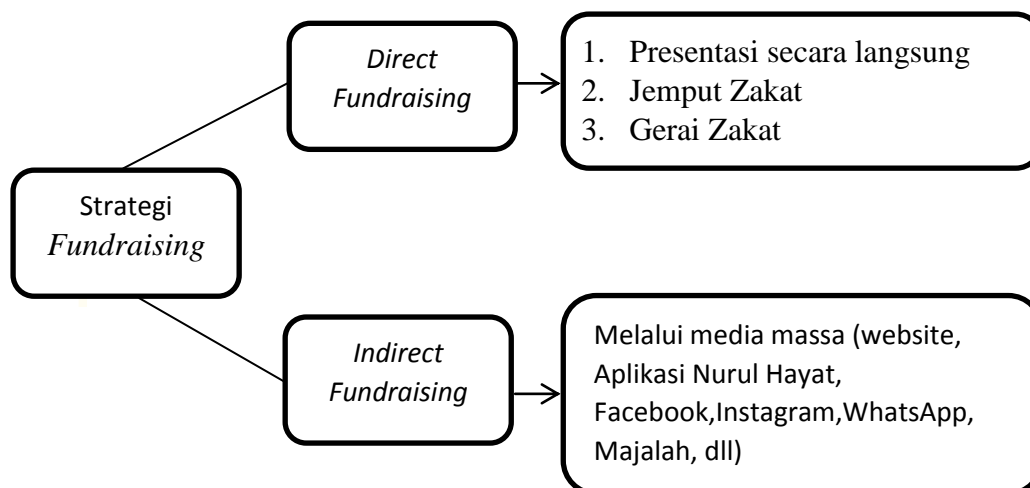
Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak Andri Warisandre sebagai zakat *adviser* di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember pada tanggal 9 Maret 2020, dalam melakukan *fundraising* dana ZIS:

“Strategi *fundraising* kami di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember ada dua strategi atau metode, yaitu pertama, strategi *fundraising* secara langsung (*direct fundraising*) adalah strategi yang melibatkan muzakki secara langsung dimana terdapat proses interaksi dan adanya daya muzakki dalam merespon secara seketika langsung. Kedua, strategi *fundraising* secara tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah sebuah strategi yang menggunakan teknik-teknik dan cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi muzakki secara langsung.”⁷³

⁷² Hendra *Fundraising Database*, 23.

⁷³ Andri, wawancara, 09 Maret 2020

Gambar 4.5

Skema Strategi *Fundraising* LAZ Nurul Hayat Cabang Jembera. *Direct Fundraising*

LAZ Nurul Hayat cabang Jember menggunakan strategi *direct fundraising*, yaitu bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung). Alat-alat *direct fundraising* yang digunakan oleh LAZ Nurul Hayat cabang Jember diantaranya adalah presentasi secara langsung, jemput zakat, dan gerai zakat.

1) Presentasi Secara Langsung

Presentasi secara langsung merupakan cara yang dilakukan oleh LAZ Nurul Hayat untuk mengajak calon donatur agar mau berdonasi. Adapun kegiatan tersebut biasanya dilaksanakan di rumah calon donatur (*door to door*) atau juga biasanya dilaksanakan di instansi-instansi. Namun cara ini dianggap kurang maksimal karena

banyaknya kendala, seperti orang yang akan ditemui sedang berada diluar rumah, proses perizinan yang cukup lama, dan lain sebagainya.

“Salah satu cara LAZ Nurul Hayat mensosialisasikan zakat yaitu dengan cara datang langsung (*door to door*) baik ke rumah calon donatur atau ke instansi-instansi. Tujuannya yaitu mensosialisasikan zakat yang kemudian membayar zakatnya ke LAZ Nurul Hayat. Adapun kendala di lapangan biasanya sulitnya bertemu dengan calon donatur dan proses perizinan yang cukup lama”⁷⁴

2) Jemput Zakat

Kegiatan ini dilaksanakan melalui sebuah kunjungan dan pertemuan dengan seorang donatur maupun calon donatur. Layanan jemput zakat ini bukan hanya sekedar mengambil dana zakat saja dari donatur, namun juga tim *fundraiser* LAZ Nurul Hayat juga mensosialisasikan pengetahuan tentang zakat seperti macam-macam dari zakat itu sendiri, penghitungan nishab zakat, dan mendoakan donatur serta mensosialisasikan program-program LAZ Nurul Hayat itu sendiri sehingga jumlah donasi dari donatur tersebut bisa bertambah.

“Layanan jemput zakat yaitu kami (tim *fundraiser* LAZ Nurul Hayat) menjemput dana zakat dari donatur yang sebelumnya sudah membuat janji dengan donatur tersebut. Dalam layanan jemput zakat tersebut kami tidak hanya mengambil dana zakat yang kemudian pulang begitu saja, namun kami juga dituntut untuk mensosialisasikan zakat itu sendiri dan kami juga mensosialisasikan program-program yang ada di LAZ Nurul Hayat cabang Jember sehingga donatur tersebut mau menambah donasinya ke LAZ Nurul Hayat cabang Jember.”⁷⁵

⁷⁴ Abdul, wawancara, 4 Agustus 2020

⁷⁵ Ahmad Iqbal Basofi, wawancara, 16 Januari 2020

3) Gerai Zakat

Salah satu cara untuk berdakwa dan menarik calon donatur agar mau berdonasi di LAZ Nurul Hayat salah satunya yaitu dengan cara melalui gerai zakat. Gerai zakat LAZ Nurul Hayat biasanya dilaksanakan pada Bulan Ramadhan dan efen-efen besar seperti halal-bihalal dengan donatur, dan sebagainya. Pada Bulan Ramadhan tempat yang dijadikan gerai zakat LAZ Nurul Hayat biasanya di tempat-tempat keramaian seperti di supermarket dan pom bensin.

“Selain itu strategi *fundraising* LAZ Nurul Hayat dalam mencari donatur baru biasanya melalui gerai zakat yang diadakan pada Bulan Ramadhan dan efen-efen tertentu. gerai zakat biasanya dilaksanakan di tempat-tempat keramaian seperti di mall dan Pom Bensin. Tujuannya yaitu untuk mesosialisasikan zakat yang mana pada bulan Ramadhan banyak orang yang membayar zakat fitrah”⁷⁶

b. *Indirect Fundraising*

Yaitu bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode *indirect* LAZ Nurul Hayat lebih kepada promosi, menginformasikan kepada masyarakat “pembayaran zakat dan informasi yang bersifat insidental (bencana alam, bedah rumah) yang bersifat dadakan. Dalam mempublikasikan informasi tersebut LAZ Nurul Hayat menggunakan media massa seperti, *website*, aplikasi Nurul Hayat, facebook, instagram, WhatsApp, majalah, Dll.

⁷⁶ Abdul, wawancara, 4 Agustus 2020

1) Website

Website adalah salah satu strategi *indirect fundraising* yang sangat sesuai dengan dinamika yang saat ini terjadi dengan banyaknya pengguna internet, LAZ Nurul Hayat membuat web yang mana nantinya didalamnya terdapat visi misi serta berbagai keunggulan untuk mempromosikan lembaga atau organisasinya sehingga dapat dilihat oleh pengguna internet yang mana jangkauannya sangatlah luas. *Website* LAZ Nurul Hayat dikelola langsung oleh pusat, sehingga LAZ Nurul Hayat cabang tidak memiliki *website* khusus. Adapun *website* dari LAZ Nurul Hayat itu sendiri yaitu www.nurulhayat.org.com.

“*Website* merupakan strategi *indirect fundraising* dimana didalam *website* itu sendiri terdapat keunggulan dari LAZ Nurul Hayat sehingga masyarakat luas dapat melihat keunggulannya yang kemudian tertarik untuk berdonasi kepada LAZ Nurul Hayat tanpa harus dibujuk atau di rayu oleh tim *fundraiser*”⁷⁷

2) Aplikasi Nurul Hayat

Aplikasi Nurul Hayat ini dapat diunduh di *Playstore*. Dalam aplikasi tersebut terdapat fitur-fitur seperti profil dari LAZ Nurul Hayat, dan fitur kalkulator zakat, dimana calon danatur dan donatur lama tersebut dapat mengetahui secara otomatis kadar zakat yang harus dikeluarkan. Fitur-fitur tersebut bertujuan untuk mempermudah para donatur dalam mengeluarkan zakatnya melalui LAZ Nurul Hayat yang kemudian dapat membayar langsung melalui *via rekening*.

“Salah satu strategi *fundraising* LAZ Nurul Hayat dalam mempertahankan donatur lama sehingga donatur tersebut masih

⁷⁷ Andri, wawancara, 9 Maret 2020

tetap membayar zakat di LAZ Nurul Hayat yakni dengan cara diluncurkannya aplikasi Nurul Hayat. Fitur-fitur yang terdapat didalam aplikasi tersebut yaitu antara lain kalkulator zakat, profil LAZ Nurul Hayat, Pembayaran zakat via transfer, dan majalah LAZ Nurul Hayat.”⁷⁸

3) Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang juga memiliki banyak pengguna di Indonesia. Meskipun instagram hanya dapat berbagi foto dan video saja namun hal tersebut tidak menjadi masalah bagi kaum millennial sekarang ini dan juga bagi LAZ Nurul Hayat cabang Jember, karena hal itu juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk menghimpun dana ZIS dari calon donatur.

“Instagram juga dapat digunakan sebagai sarana untuk mencari donatur baru, caranya dengan memposting foto atau video maka hal tersebut juga sudah dapat dilihat oleh orang lain. Selain itu kita juga dapat mencari nomor calon donatur melalui instagram yang kemudia bisa melalui *direct Message*.”⁷⁹

4) WhatsApp

Aplikasi yang juga banyak digunakan oleh masyarakat yaitu aplikasi whatsapp. Aplikasi ini memuat banyak fitur, antara lain dapat berbagi foto, video, suara, file tulisan (ms.Word, pdf, dll). Dari fitur-fitur tersebut dapat digunakan untuk menerapkan strategi *fundraising* dengan menggunakan peran media whatsapp.

“whatsapp juga dapat digunakan untuk sarana strategi *fundraising*. Dengan memanfaatkan fitur-fitur dari whatsapp itu sendiri. Dengan cara kita membagikan foto atau video kepada calon donatur yang kita dapatkan nomornya dari media facebook dan instagram. Kemudian dari calon donatur tersebut akan

⁷⁸ Abdul, wawancara, 4 Agustus 2020

⁷⁹ Andri, wawancara, 9 Maret 2020.

bersimpati hingga mau mengeluarkan zakatnya di LAZ Nurul Hayat cabang Jember.”⁸⁰

5) Facebook

Facebook merupakan aplikasi yang banyak digemari oleh kalangan masyarakat modern saat ini, sehingga hal ini dapat menjadi suatu wadah bagi tim *fundraiser* untuk melakukan kegiatan *fundraising*. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh tim *fundraiser* yaitu dengan memposting program-program LAZ Nurul Hayat ataupun dengan mencari nomor telepon dari pemilik akun Facebook itu sendiri. Dengan tujuan untuk mempromosikan LAZ Nurul Hayat sehingga menjadi donatur dan mendonasikan zakatnya.

“Kami (tim *fundraiser*) memanfaatkan sarana aplikasi facebook sebagai sarana strategi *fundraising*, karena facebook merupakan suatu aplikasi yang banyak peminatnya dikalangan masyarakat modern seperti saat ini. Biasanya strategi kami yaitu dengan cara memposting beberapa program yang ada di LAZ Nurul Hayat agar si pembaca tertarik untuk berdonasi dan menjadi donator. Selain itu, facebook juga kami gunakan untuk mencari nomor telepon dari pemilik akun tersebut yang kemudian kami chat melalui aplikasi WhatsApp dengan tujuan untuk mensosialisasikan program-program yang ada di LAZ Nurul Hayat.”⁸¹

6) Majalah Nurul Hayat

Majalah juga merupakan salah satu strategi *fundraising Indirect*. Majalah tersebut diluncurkan setiap bulan sekali. Dalam majalah tersebut memuat berbagai dokumentasi kegiatan yang diperoleh dari dana-dana para donatur yang telah disalurkan berupa program-program

⁸⁰ Andri, wawancara, 9 Maret 2020.

⁸¹ Andri, wawancara, 9 Maret 2020

LAZ Nurul Hayat, sehingga para donatur semakin percaya dengan menyalurkan dana zakatnya di LAZ Nurul Hayat, dan juga dapat menambah donasinya.

“Majalah juga merupakan sarana strategi *fundraising*. Karena didalam majalah tersebut memuat dokumentasi tentang penyaluran dana zakat dari para donatur sehingga donatur tersebut semakin percaya kepada LAZ Nurul Hayat dan bahkan juga dapat menambah donasi dari donatur tersebut. Majalah tersebut kami bagikan kepada donatur setiap satu bulan sekali secara gratis”.⁸²

2. Peran Media Terhadap Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁸³ Marshall McLuhan 1964 dalam bukunya *Understanding Media* mengemukakan bahwa dalam tatanan sosial dan budaya, teknologi komunikasi memainkan peran penting yang akan membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik. Media berkaitan erat dengan internet. Internet merupakan suatu jaringan (*network*) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa global).⁸⁴

LAZ Nurul Hayat merupakan salah satu LAZ Nasional yang bergerak di bidang kemanusiaan, LAZ Nurul Hayat didirikan sudah dicita-

⁸² Andri, wawancara, 9 Maret 2020

⁸³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 131.

⁸⁴ Dina Siti Anggraeni, *Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang*, 46

citakan untuk menjadi lembaga milik umat yang mandiri dengan mengedepankan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana-dana amanah umat. Lembaga yang mandiri artinya bahwa donasi dari umat berupa ZIS 100% tersalurkan untuk mendukung program layanan sosial, dakwah, kesehatan, pendidikan, dan ekonomi, sebagaimana sesuai dengan visi misi dari LAZ Nurul Hayat. Sedangkan gaji dari karyawan atau amil dipenuhi secara mandiri dari hasil usaha yayasan.

Selain itu LAZ Nurul Hayat juga memiliki layanan akikah siap saji yaitu penyediaan jasa akikah yang praktis, itu juga bisa dikatakan sebagai layanan pertama yang digagas oleh Nurul Hayat, hal ini membuktikan bahwa Nurul Hayat merupakan lembaga yang sangat inovatif dan kreatif karena memunculkan beberapa layanan yang dapat membantu mengembangkan lembaga itu sendiri. LAZ Nurul Hayat juga mengedepankan peran media terlebih pada media *online* atau media sosial untuk memperluas jangkauan terhadap pencarian *muzakki*. Adapun berbagai layanan media yang digunakan sebagai sarana strategi *fundraising*, yakni: aplikasi, *website*, facebook, instagram, dan whatsapp, serta majalah.

LAZ Nurul Hayat menerapkan strategi *fundraising* dengan memafaatkan peran media khususnya di media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp yaitu mulai tahun 2017 dimana pada saat itu aplikasi tersebut banyak digunakan oleh masyarakat. Selain itu penerapan strategi tersebut merupakan anjuran dari LAZ Nurul Hayat Surabaya

(pusat). *Website* digunakan oleh LAZ Nurul Hayat dalam menghimpun dana ZIS sejak tahun 2014, meskipun *website* masih kalah penggunaannya dengan media sosial namun LAZ Nurul Hayat masih tetap menggunakannya karena dengan *website* dapat membagikan informasi dan gambar sehingga juga dapat digunakan sebagai sarana *fundraising*. LAZ Nurul Hayat pada tahun 2016 membuat aplikasi dengan fitur-fitur lengkap adapun aplikasi tersebut yaitu aplikasi Nurul Hayat. Tujuan dibuatnya aplikasi tersebut yaitu dapat digunakan sebagai sarana *fundraising*, selain itu juga digunakan untuk mempertahankan donatur lama dan donatur baru. Selain media-media tersebut LAZ Nurul Hayat juga menggunakan majalah sebagai sarana untuk menghimpun dana ZIS sejak tahun 2006, karena dalam majalah itu sendiri memuat berbagai informasi dan gambar tentang program-program LAZ Nurul Hayat.

“LAZ Nurul Hayat menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp sejak tahun 2017 karena pada saat itu media-media tersebut banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, selain itu LAZ Nurul Hayat menggunakan media tersebut merupakan anjuran dari kantor pusat. Kalau *website* LAZ Nurul Hayat menggunakannya sejak tahun 2014 karena didalam *website* itu sendiri juga dapat membagikan informasi dan gambar sehingga dapat juga dijadikan sebagai sarana untuk menghimpun donatur. Pada tahun 2016 LAZ Nurul Hayat menggunakan aplikasi Nurul Hayat sebagai sarana *fundraising* dan mempertahankan donatur yang lama dan donatur baru. Majalah juga dapat digunakan sebagai sarana *fundraising* LAZ Nurul Hayat karena dalam majalah juga dapat berbagi informasi dan gambar tentang program-program LAZ Nurul Hayat, adapun penggunaannya yaitu sejak tahun 2006.”⁸⁵

⁸⁵ Abdul, wawancara, 4 Agustus 2020.

Selain digunakan sebagai sarana *fundraising*, media tersebut juga digunakan sebagai obyek promosi untuk membangun *brand image* lembaga dan memberikan informasi kepada umat mengenai kegiatan dan layanan beserta program-program yang dimiliki, sehingga juga akan berpengaruh terhadap tingkat penerimaan dana ZIS. Adapun program-programnya yaitu : kesehatan, pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dakwah dan layanan masyarakat

“LAZ Nurul Hayat memanfaatkan media dalam strategi *fundraising*, selain itu media juga berperan dalam membangun *brand image* lembaga dimata masyarakat sehingga masyarakat menjadi tertarik menjadi donatur, sehingga juga berpengaruh dalam peningkatkan penghimpunan dana ZIS”⁸⁶

Dengan memanfaatkan berbagai media sosial sebagai sarana strategi *fundraising* LAZ Nurul Hayat dapat menghemat biaya dan tenaga dalam mencari donatur. Selain itu manfaat dari peran media sosial yaitu terjadinya peningkatan penerimaan dana ZIS. Hal tersebut senada dengan hasil wawancara dengan petugas *fundraising* di LAZ Nurul Hayat cabang Jember yaitu Bapak Andri Warisandre.

“Dengan adanya media sosial *fundraiser* Nurul Hayat merasa terbantu dalam mencari donatur seperti menghemat biaya, waktu, tenaga, dan lebih mudah dalam mensosialisasikan. Selain itu dengan memanfaatkan peran media penerimaan dana (ZIS) juga mengalami kenaikan setiap bulannya.”⁸⁷

Adapun laporan penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat cabang Jember dengan memanfaatkan peran media dalam strategi *fundraising* yaitu:

⁸⁶ Abdul, wawancara, 4 Agustus 2020

⁸⁷ Andri, wawancara, 09 Maret 2020

Tabel 4.2**Penerimaan Dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember**

Tahun	Jumlah (Rp)
2017	1.745.505.000
2018	2.405.505.000
2019	2.888.686.500

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2020.

Hasil di atas merupakan hasil penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember. Jika dibandingkan pada tabel tersebut terdapat peningkatan penerimaan dana ZIS setiap tahunnya. Adapun terjadinya peningkatan tersebut merupakan hasil dari strategi *fundraising* yang memanfaatkan peran media sebagai sarana mencari donatur.

Adapun penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat cabang Jember sebelum menerapkan strategi *fundraising* dengan memanfaatkan media massa khususnya pada media sosial yaitu :

Tabel 4.3.**Penerimaan Dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember**

Tahun	Jumlah
2015	1.590.965.000
2016	1.747.885.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2020.

Jika dibandingkan penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat cabang Jember terjadi peningkatan setiap tahunnya. Namun, peningkatan terbanyak ketika LAZ Nurul Hayat menerapkan strategi *fundraising* dengan memanfaatkan media massa khususnya pada media sosial.

Adapun proses *fundraising* LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dengan memanfaatkan peran media sosial memiliki beberapa tahap pendekatan terhadap masyarakat dan strategi dalam pelaksanaannya yang tidak lepas dari definisi *fundraising* itu sendiri, yakni agar peran dalam *fundraising* tersebut dapat memotivasi/mendorong minat masyarakat menjadi donatur. Tahapan pendekatan tersebut pertama-tama yaitu berita tentang program dan layanan LAZ Nurul Hayat yang dibagikan melalui media WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Masyarakat sebagai pengguna aktif sosial media terutama yang sudah mengikuti sosial media LAZ Nurul Hayat Cabang Jember secara otomatis akan membaca berita tersebut. Kemudian ketika masyarakat merasa tertarik dengan program tersebut mereka dapat langsung mengunjungi website resmi LAZ Nurul Hayat atau mereka dapat melanjutkan via telepon, WhatsApp, atau *contact person* yang tercantum, selanjutnya calon donatur bisa membayar zakatnya melalui rekening dan jika merasa kurang puas mereka bisa meminta LAZ Nurul Hayat untuk menjemput zakatnya.

Adapun tim *fundraiser* Nurul Hayat dalam mencari data nomor telepon biasanya memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram yang biasanya didalam akun profil atau di sebuah grup jual beli

online terdapat nomor teleponnya. Setiap *fundraiser* dalam mengumpulkan nomor telepon biasanya ditarget dalam satu hari, sehingga pada keesokan harinya *fundraiser* tersebut dapat mempromosikan LAZ Nurul Hayat. Hal tersebut senada dengan hasil wawancara bersama Bapak Andri selaku karyawan di bidang Zakat *Adviser*.

“Adapun proses strategi *fundraising* dengan memanfaatkan peran media sosial yaitu pertama dengan mencari nomor dari calon donatur tersebut melalui media sosial facebook dan instagram yang biasanya tercantum pada profil pengguna dan dari grup jual beli. Biasanya kami tim *fundraiser* mengumpulkan nomor telepon tersebut dalam sehari bisa mendapatkan 50 nomor. Kemudian pada keesokan harinya kami bisa mempromosikan LAZ Nurul Hayat dan memberikan wawasan tentang zakat sehingga calon donatur tersebut mau mengeluarkan zakatnya. Dari sekian banyak nomor telepon tersebut pasti setiap harinya ada yang mau berdonasi. Jadi peran media sangatlah bermanfaat dan membantu kami dalam mencari donatur, daripada kami harus *door to door* ke rumah-rumah dengan penerimaan dana zakatnya yang tidak pasti.”⁸⁸

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis peneliti dari data yang diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkenaan dengan peran media terhadap strategi *fundraising* dalam meningkatkan dana ZIS, maka hasil tersebut perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan berkaitan dengan topik penelitian ini, untuk itu pembahasan temuan ini akan disesuaikan dengan sub yang menjadi pokok pembahasan, guna mempermudah dalam menjawab pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian. Hasil temuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

⁸⁸ Andri, wawancara, 9 Maret 2020

1. Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember

Fundraising atau penghimpunan dana dapat pula diartikan sebagai proses memengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.⁸⁹

Ada dua metode yang dapat dilakukan dalam *fundraising* dana ZIS, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

- a. Metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) yaitu sebuah metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipan *muzakki* secara langsung. Bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon *muzakki* bisa seketika langsung dilakukan. Seperti: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising*, dan presentasi langsung.
- b. Metode *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) yaitu sebuah metode yang menggunakan teknik-teknik dan cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi *muzakki* secara langsung. Metode ini misalnya dilakukan dengan metode promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa diarahkan untuk transaksi pada saat itu.⁹⁰

⁸⁹ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, 12.

⁹⁰ Ahmad, *Manajemen Zakat*, 42.

Adapun strategi *fundraising* di LAZ Nurul Hayat cabang Jember yaitu dengan metode langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

a. *Direct Fundraising*

LAZ Nurul Hayat cabang Jember menggunakan Strategi *direct fundraising*, yaitu bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donator bisa seketika (langsung). Alat-alat *direct fundraising* yang digunakan oleh LAZ Nurul Hayat cabang Jember diantaranya adalah presentasi secara langsung, jemput zakat, dan gerai zakat.

1) Presentasi Secara Langsung

Presentasi secara langsung merupakan cara yang dilakukan oleh LAZ Nurul Hayat untuk mengajak calon donatur agar mau berdonasi. Adapun kegiatan tersebut biasanya dilaksanakan di rumah calon donatur (*door to door*) atau juga biasanya dilaksanakan di instansi-instansi. Namun cara ini dianggap kurang maksimal karena banyaknya kendala, seperti orang yang akan ditemui sedang berada di luar rumah, proses perizinan yang cukup lama, dan lain sebagainya.

Kegiatan ini dilaksanakan melalui sebuah kunjungan dan pertemuan dengan seorang donatur maupun calon donatur. Layanan jemput zakat ini bukan hanya sekedar mengambil dana zakat saja dari donatur, namun tim *fundraiser* LAZ Nurul Hayat juga mensosialisasikan pengetahuan tentang zakat seperti macam-macam

dari zakat, penghitungan nishab zakat, dan mendoakan donator serta mensosialisasikan program-program LAZ Nurul Hayat sehingga jumlah donasi dari donatur bisa bertambah.

2) Jemput Zakat

Kegiatan ini merupakan sebuah kunjungan dan pertemuan dengan seorang donatur maupun calon donatur. Layanan jemput zakat ini bukan hanya sekedar mengambil dana zakat saja dari donatur, namun juga tim *fundraiser* LAZ Nurul Hayat juga mensosialisasikan pengetahuan tentang zakat seperti macam-macam dari zakat itu sendiri, penghitungan *nishab* zakat, dan mendoakan donatur serta mensosialisasikan program-program LAZ Nurul Hayat itu sendiri sehingga jumlah donasi dari donatur tersebut bisa bertambah.

3) Gerai Zakat

Salah satu cara untuk berdakwa dan menarik calon donatur agar mau berdonasi di LAZ Nurul Hayat salah satunya yaitu dengan cara melalui gerai zakat. Gerai zakat LAZ Nurul Hayat biasanya dilaksanakan pada Bulan Ramadhan dan *efent-efent* besar seperti halal-bihalal dengan donatur, dan sebagainya. Pada bulan ramadhan tempat yang dijadikan gerai zakat LAZ Nurul Hayat biasanya di tempat-tempat keramaian seperti di supermarket dan pom bensin.

b. *Indirect Fundraising*

Yaitu bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika.

Metode *indirect* LAZ Nurul Hayat lebih kepada promosi, menginformasikan kepada masyarakat “pembayaran zakat dan informasi yang bersifat insidental (bencana alam, bedah rumah) yang bersifat dadakan. Dalam mempublikasikan informasi tersebut LAZ Nurul Hayat menggunakan media massa seperti, *website*, aplikasi Nurul Hayat, Facebook, Instagram, WhatsApp, Majalah, Dll.

1) *Website*

Website adalah salah satu strategi *indirect fundraising* yang sangat sesuai dengan dinamika yang saat ini terjadi dengan banyaknya pengguna internet, LAZ Nurul Hayat membuat *website* yang mana nantinya didalamnya terdapat visi misi serta berbagai keunggulan untuk mempromosikan lembaga atau organisasinya sehingga dapat dilihat oleh pengguna internet yang mana jangkauannya sangatlah luas. Website LAZ Nurul Hayat hayat satu dimana dikelola langsung oleh pusat, sehingga LAZ Nurul Hayat cabang tidak memiliki website khusus. Adapun *website* dari LAZ Nurul Hayat itu sendiri yaitu www.nurulhayat.org.com.

2) Aplikasi Nurul Hayat

Aplikasi Nurul Hayat ini dapat diunduh di *Playstore*. Dalam aplikasi tersebut terdapat fitur-fitur seperti profil dari LAZ Nurul Hayat, dan fitur kalkulator zakat, dimana calon donatur dan donatur lama tersebut dapat mengetahui secara otomatis kadar zakat yang harus dikeluarkan. Fitur-fitur tersebut bertujuan untuk mempermudah

para donatur dalam mengeluarkan zakatnya melalui LAZ Nurul Hayat yang kemudian dapat membayar langsung melalui via rekening.

3) Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang juga memiliki banyak pengguna di Indonesia. Meskipun instagram hanya dapat berbagi foto dan video saja namun hal tersebut tidak menjadi masalah bagi kaum millennial sekarang ini dan juga bagi LAZ Nurul Hayat cabang Jember, karena hal itu juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk menghimpun dana ZIS dari calon donatur.

4) WhatsApp

Aplikasi yang juga banyak digunakan oleh masyarakat yaitu aplikasi whatsapp. Aplikasi ini memuat banyak fitur, antara lain dapat berbagi foto, video, suara, file tulisan (ms. Word, pdf, dll). Dari fitur-fitur tersebut dapat digunakan untuk menerapkan strategi *fundraising* dengan menggunakan peran media whatsapp.

5) Facebook

Facebook merupakan aplikasi yang banyak digemari oleh kalangan masyarakat modern saat ini, sehingga hal ini dapat menjadi suatu wadah bagi tim fundraiser untuk melakukan kegiatan *fundraising*. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh tim *fundraiser* yaitu dengan memposting program-program LAZ Nurul Hayat ataupun dengan mencari nomor telepon dari pemilik akun Facebook itu sendiri.

Dengan tujuan untuk mempromosikan LAZ Nurul Hayat sehingga menjadi donatur dan mendonasikan zakatnya.

6) Majalah Nurul Hayat

Majalah juga merupakan salah satu strategi *fundraising Indirect*. Majalah tersebut diluncurkan setiap bulan sekali. Dalam majalah tersebut memuat berbagai dokumentasi kegiatan yang diperoleh dari dana-dana para donatur yang telah disalurkan berupa program-program LAZ Nurul Hayat, sehingga para donatur semakin percaya dengan menyalurkan dana zakatnya di LAZ Nurul Hayat, dan juga dapat menambah donasinya.

Dari pemaparan diatas terdapat kesesuaian antara teori yang dikemukakan dengan apa yang ada di lapangan, dimana strategi *fundraising* yang diterapkan di LAZ Nurul Hayat cabang Jember yaitu dengan cara metode langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

2. Peran Media Terhadap Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁹¹ Marshall McLuhan 1964 dalam bukunya *Understanding Media* mengemukakan bahwa dalam tatanan sosial dan budaya, teknologi komunikasi memainkan

⁹¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 131.

peran penting yang akan membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik. Media berkaitan erat dengan internet. Internet merupakan suatu jaringan (*network*) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa global).⁹²

LAZ Nurul Hayat merupakan salah satu LAZ Nasional yang bergerak di bidang kemanusiaan, LAZ Nurul Hayat didirikan sudah dicitakan untuk menjadi lembaga milik umat yang mandiri dengan mengedepankan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana-dana amanah umat. Lembaga yang mandiri artinya bahwa donasi dari umat berupa ZIS 100% tersalurkan untuk mendukung program layanan sosial, dakwah, kesehatan, pendidikan, dan ekonomi, sebagaimana sesuai dengan visi misi dari LAZ Nurul Hayat. Sedangkan gaji dari karyawan atau amil dipenuhi secara mandiri dari hasil usaha yayasan.

Selain itu LAZ Nurul Hayat juga memiliki layanan akikah siap saji yaitu penyediaan jasa akikah yang praktis, itu juga bisa dikatakan sebagai layanan pertama yang digagas oleh Nurul Hayat, hal ini membuktikan bahwa Nurul Hayat merupakan lembaga yang sangat inovatif dan kreatif karena memunculkan beberapa layanan yang dapat membantu mengembangkan lembaga itu sendiri. LAZ Nurul Hayat juga mengedepankan peran media terlebih pada media *online* atau media sosial untuk memperluas jangkauan terhadap pencarian *muzakki*. Adapun

⁹² Dina Siti Anggraeni, *Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di LAZ Nurul Hayat Cabang Semarang*, 46

berbagai layanan media yang digunakan sebagai sarana strategi *fundraising*, yakni: aplikasi, website, facebook, instagram, dan whatsapp.

LAZ Nurul Hayat menerapkan strategi *fundraising* dengan memanfaatkan peran media khususnya di media sosial yaitu mulai sejak tahun 2017 dimana penerapan strategi tersebut merupakan anjuran dari LAZ Nurul Hayat Surabaya (pusat). Selain itu media tersebut digunakan sebagai objek promosi untuk membangun *brand image* lembaga dan memberikan informasi kepada umat mengenai kegiatan dan layanan beserta program-program yang dimiliki, sehingga juga akan berpengaruh terhadap tingkat penerimaan dana ZIS. Adapun program-programnya yaitu : kesehatan, pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dakwah dan layanan masyarakat.

Dengan memanfaatkan berbagai media sosial sebagai sarana strategi *fundraising* LAZ Nurul Hayat dapat menghemat biaya dan tenaga dalam mencari donatur. Selain itu manfaat dari peran media sosial yaitu terjadinya peningkatan penerimaan dana ZIS.

Adapun laporan penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat cabang Jember dengan memanfaatkan peran media dalam strategi *fundraising* yaitu:

Tabel 4.4

Penerimaan Dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember

Tahun	Jumlah
2017	1.745.505.000
2018	2.405.505.000
2019	2.888.686.500

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2020.

Hasil diatas merupakan hasil penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember. Jika dibandingkan pada tabel tersebut terdapat peningkatan penerimaan dana ZIS setiap tahunnya. Adapun terjadinya peningkatan tersebut merupakan hasil dari strategi *fundraising* yang memanfaatkan peran media sebagai sarana mencari donatur.

Adapun penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat cabang Jember sebelum menerapkan strategi *fundraising* dengan memanfaatkan media massa khususnya pada media sosial yaitu :

Tabel 4.5

Penerimaan Dana ZIS LAZ Nurul Hayat Cabang Jember

Tahun	Jumlah
2015	1.590.965.000
2016	1.74.885.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2020.

Jika dibandingkan penerimaan dana ZIS LAZ Nurul Hayat cabang Jember terjadi peningkatan setiap tahunnya. Namun, peningkatan terbanyak ketika LAZ Nurul Hayat menerapkan stretegi *fundraising* dengan memanfaatkan media massa khususnya pada media sosial.

Adapun proses *fundraising* LAZ Nurul Hayat cabang Jember dengan memanfaatkan peran media sosial memiliki beberapa tahap pendekatan terhadap masyarakat dan strategi dalam pelaksanaannya yang tidak lepas dari definisi *fundraising* itu sendiri, yakni agar peran dalam *fundraising* tersebut dapat memotivasi/mendorong minat masyarakat menjadi donatur. Tahapan pendekatan tersebut pertama-tama yaitu berita

tentang program dan layanan LAZ Nurul Hayat yang dibagikan melalui media whatsapp, facebook, dan instagram. Masyarakat sebagai pengguna aktif sosial media terutama yang sudah mengikuti sosial media LAZ Nurul Hayat cabang Jember secara otomatis akan membaca berita tersebut. Kemudian ketika masyarakat merasa tertarik dengan program tersebut mereka dapat langsung mengunjungi website resmi LAZ Nurul Hayat atau mereka dapat melanjutkan via telepon, whatsapp, atau *contact person* yang tercantum, selanjutnya calon donatur bisa membayar zakatnya melalui rekening dan jika merasa kurang puas mereka bisa meminta LAZ Nurul Hayat untuk menjemput zakatnya.

Adapun tim *fundraiser* Nurul Hayat dalam mencari data nomor telepon biasanya memanfaatkan media sosial seperti facebook dan instagram yang biasanya didalam akun profil atau di sebuah grup jual beli *online* terdapat nomor teleponnya. Setiap fundraiser dalam mengumpulkan nomor telepon biasanya ditarget dalam satu hari, sehingga pada keesokan harinya *fundraiser* tersebut dapat mempromosikan LAZ Nurul Hayat. Hal tersebut senada dengan hasil wawancara bersama Bapak Andri selaku karyawan di bidang Zakat *Adviser*.

Dari pemaparan diatas terdapat tidak kesesuaian antara teori yang dikemukakan dengan fakta yang ada dilapangan. Dimana lembaga amil zakat Nurul Hayat cabang Jember memanfaatkan peran media hanya sebagai sarana strategi *fundraising* dan meningkatkan citra lembaga sehingga berpengaruh terhadap jumlah penerimaan dana zakat, infak, dan sedekah di lembaga tersebut.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah memberikan pengantar dan gambaran secara terpadu dan menganalisis beberapa permasalahan-permasalahan yang diteliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. BStrategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember

Adapun strategi *fundraising* di LAZ Nurul Hayat cabang Jember yaitu dengan metode langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

a. *Direct Fundraising*

LAZ Nurul Hayat cabang Jember menggunakan strategi *direct fundraising*, yaitu bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung). Alat-alat *direct fundraising* yang digunakan oleh LAZ Nurul Hayat cabang Jember diantaranya adalah presentasi secara langsung, jemput zakat, dan gerai zakat.

b. *Indirect Fundraising*

Yaitu bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode *indirect* LAZ Nurul Hayat lebih kepada promosi, menginformasikan kepada masyarakat, pembayaran zakat dan informasi yang bersifat insidental (bencana alam, bedah rumah) yang

bersifat dadakan. Dalam mempublikasikan informasi tersebut LAZ Nurul Hayat menggunakan media massa seperti, *website*, aplikasi Nurul Hayat, facebook, instagram, whatsApp, majalah, Dll.

1. Peran Media Terhadap Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember

LAZ Nurul Hayat memanfaatkan media massa sebagai objek promosi untuk membangun *brand image* lembaga dan memberikan informasi kepada umat mengenai kegiatan dan layanan beserta program-program yang dimiliki LAZ Nurul Hayat sehingga juga akan berpengaruh terhadap tingkat penerimaan dana ZIS. Adapun program-programnya yaitu: kesehatan, pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dakwah dan layanan masyarakat

B. Saran

Setelah penelitian dilakukan dan dideskripsikan ke dalam skripsi ini, peneliti akan menyampaikan beberapa saran kepada LAZ Nurul Hayat Cabang Jember dalam meningkatkan penerimaan dana (ZIS). peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam memanfaatkan media LAZ Nurul Hayat cabang Jember harus lebih bervariasi lagi seperti memberikan informasi mengenai pentingnya berzakat, serta informasi-informasi berguna yang lain sehingga masyarakat menjadi lebih faham.

2. Agar LAZ Nurul Hayat lebih transparan mengenai keuangan lembaga sehingga masyarakat percaya dan tertarik untuk berzakat di LAZ Nurul Hayat cabang Jember.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M Hasan. 2006. *Zakat dan Infak: Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial Di Indonesia*. Jakarta: Prena Media Group.
- Aman, Muchib Aly. 2013. *Panduan Praktis Zakat Empat Madzhab*. Pasuruan: Pustaka Sidogiri Pondok Pesantren Sidogiri.
- Anggi, Muhammad Syahrullah. 2018. *Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*. Jakarta: skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aprizal. 2015. *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat*. Jakarta: skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badan Amil Zakat Nasional. 2015. *Fiqh Zakat Indonesia*. Jakarta Pusat: Badan Amil Zakat Nasional.
- Badan Amil Zakat Nasional. 2018. *Fikih Zakat Konstektual Indonesia*. Jakarta Pusat: Badan Amil Zakat Nasional.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Dui, Ramona Susanti. 2018. *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Lampung*. Lampung: skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Fitriyah. 2016. *Peran KH. ACH. Muzakki Syah Dalam meningkatkan Spiritual Quotient Masyarakat Kemuningsari Lor*. Jember: skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Furqon, Ahmad. 0215. *Manajemen Zakat Cetakan 1*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.

- Hasbi, M Ash-Shiddieqy. 2009. Pedoman Zakat. Semarang: PT Pustakan Rizki Putra.
- Huda, Nurul Dkk. 2015. Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- J, Lexy Moleong. 2016. Metode Penelitian Kualitatif . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Janatin. 2018. Penerapan Manajemen Fundraising Pada Lembaga Global Zakat-Aksi Cepat Tanggap (ACT) Yogyakarta. Yogyakarta: skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijogo Yogyakarta.
- Lilis, Dede. 2014. Media Anak Indonesia Representasi Idola Anak Dalam Majalah Anak-anak, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- M, Ahmad Saefuddin. 1987. Ekonomi dan Masyarakat Dalam Perspektif Islam. Jakarta: CV Rajawali.
- M, H D Jamal Doa. 2004. Pengelolaan Zakat Oleh Negara Untuk Memerangi kemiskinan. Jakarta: KORPUS.
- Malik, Nur Ibrahim. 2019. Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial Di Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Perwakilan Bengkulu. Bengkulu: skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Marinda, Wahyuna. 2016. Analisis Strategi Menghimpun Dana Zakat, Infak, dan Sedekah Pada Rumah Zakat Cabang Palembang. Palembang: skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Mursyidi. 2011. Akuntansi Zakat Kontenporer. Bandung: PT remaja Rosdakarya.
- Nafisatun, Indah Nisa. 2018. Analisis Keberhasilan Dalam Pencapaian Target Fundraising di LAZ Al-Irsyad Al-Islamiyyah purwokerto. Purwokerto: skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Norton. 2002. Menggalang Dana: Pedoman Bagi Lembaga Swadaya Masyarakat. Jakarta: Yayasan Obor.
- Purwanto, April. 2009. Manajemen Fundrising Bagi Organisasi Pengelola Zakat. Yogyakarta: Sukses.
- Rachmat. 2014. Manajemen Strategik. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Renald, Muhammad Reagen. 2018. Dampak Penerapan Strategi Fundrising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana Zakat (Studi Pada Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta). Yogyakarta: skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

- Rohmawati, Siti. 2018. Analisis Manajemen Fundraising Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAZIS) Baiturrahman Semarang. Semarang: skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Siti, Dina Anggraeni. 2018. Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Semarang. Semarang: skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Sugiyono. 2002. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: ALFABETA.
- Sumadi. 2017. Optimalisasi Potensi Zakat Infak Sedekah Dalam Pemerataan Ekonomi Di Kabupaten Sukoharko Studi Kasus Di Badan Amil Zakat Daerah Kab. Sukoharko. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.
- Sutisna, Hendra. 2006. Fundraising Database. Depok: Piramedia.
- Syarifuddin, Amir. 2003. Garis-garis Besar Fiqh. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Tim Penyusun. 2017. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Jember: IAIN Jember Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.
- Wawancara, Bapak Abd. Latif selaku kepala Cabang Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember.
- Wawancara, Bapak Andri Warisandre selaku karyawan bidang Zakat Adviser Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember.
- Wawancara, Muhammad Iqbal selaku karyawan bidang Fundraising Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember.
- Wibisono, Yusuf . 2014. Mengelola Zakat Indonesia. Jakarta: Kencana.
- Wibisono, Yusuf. 2015. Mengelola Zakat Indonesia, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Widarma, Adi dan Sri Rahayu. Perancangan Aplikasi Gaji Karyawan Pada PT. PP London Sumatera IndonesiaTbk. Gunung Malayu Estate-Kabupaten Asahan. Jurnal: Universitas Asahan Sumatera Utara.
- Wirawan, Sarlito Sarwono. 2010. Teori-teori Psikologi Sosial. Jakarta: Rajawali Pers.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agus Try Sytiyo Budhi

NIM : S20165036

Prodi : Manajemen Zakat Dan Wakaf

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institut : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember*" secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 Juni 2020

Saya yang menyatakan



Agus Try Sytiyo Budhi

NIM. S20165036

PEDOMAN PENGUMPULAN DATA

A. Pedoman Observasi

1. Lokasi dan letak geografis Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember
2. Kegiatan *fundraising* yang dilakukan Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember

B. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya lembaga amil zakat Nurul Hayat ?
2. Bagaimana visi misi lembaga amil zakat Nurul Hayat ?
3. Bagaimana struktur organisasi lembaga amil zakat pusat dan cabang ?
4. Program apa saja yang ada di lembaga amil zakat Nurul Hayat ?
5. Apa sebenarnya *fundraising* bagi lembaga amil zakat Nurul Hayat ?
6. Bagaimana strategi *fundraising* di lembaga amil zakat Nurul Hayat Cabang Jember ?
7. Bagaimana peran media terhadap strategi *fundraising* di lembaga amil zakat Nurul Hayat Cabang Jember /
8. Sejauh ini mana yang lebih efektif strategi *fundraising* dengan memanfaatkan peran media dan dengan tidak memanfaatkan media ?
9. Bagaimana langkah-langkah Strategi *fundraising* lembaga amil zakat Nurul Hayat melalui pemanfaatan media *online* ?
10. Apakah ada peningkatan jumlah penerimaan dana zakat infak dan sedekah melalui strategi *fundraising* via *online* ?

C. Pedoman Dokumentasi

1. Visi misi lembaga amil zakat Nurul Hayat
2. Struktur Organisasi lembaga amil zakat Nurul Hayat
3. Laporan keuangan lembaga amil zakat Nurul Hayat

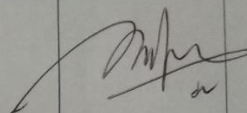

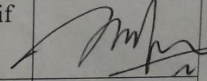


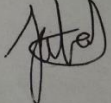
MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Peran Media Terhadap Strategi <i>Fundraising</i> Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember.	Peran Media Strategi <i>Fundraising</i>	Media <i>Fundraising</i> langsung (<i>direct Fundraising</i>) <i>Fundraising</i> tidak langsung	- Media Cetak - Media Elektronik - Presentasi langsung - Jemput Zakat - Gerai Zakat - Website - Aplikasi - Fb - Instagram - Whats App	1. Data primer a. Kepala Pimpinan Kantor LAZ Nurul Hayat cabang Jember b. Tim Devisi <i>Fundraising</i> c. Muzakki/Dona tur 2. Data Sekunder Dokumentasi 3. Kepustakaan a. Buku b. Jurnal c. Skripsi d. Website	1. Pendekatan dan jenis penelitian : Kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif 2. Lokasi Jl. Imam Bonjol No. 07, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68194. 3. Subjek penelitian : Purposive Sampling 4. Metode pengumpulan data : a. wawancara b. Observasi d. Dokumentasi	1. Bagaimana Strategi <i>Fundraising</i> di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) ? 2. Bagaimana Peran Media Terhadap Strategi <i>Fundraising</i> di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) ?

					<p>5. Analisis Data : Analisis Deskriptif</p> <p>6. Keabsahan Data : Triangulasi sumber</p>	
--	--	--	--	--	---	--

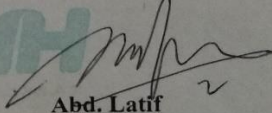
JURNAL PENELITIAN
PERAN MEDIA TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DALAM
MENINGKATKAN DANA ZAKAT INFAK SEDEKAH (ZIS) DI
LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT CABANG JEMBER

JURNAL PENELITIAN
PERAN MEDIA TERHADAP STRATEGI FUNDRAISING DALAM
MENINGKATKAN DANA ZAKAT INFAK SEDEKAH (ZIS) DI LEMBAGA
AMIL ZAKAT NURUL HAYAT CABANG JEMBER

NO	KEGIATAN	TANGGAL	INFORMAN	PARAF
1.	Observasi awal tempat penelitian sekaligus wawancara dengan kepala cabang	15 November 2019	Bapak Abd. Latif	
2.	Menyerahakn surat izin penelitian	16 November 2019	Mbak Luvi	
3.	Wawancara dengan kepala cabang	16 November 2019	Bapak Abd. Latif	
4.	Wawancara dengan karyawan bidang zakat <i>adviser</i>	09 Maret 2020	Mas Andri Warisandre	
5.	Wawancara dengan karyawan bidang zakat <i>adviser</i>	13 Maret 2020	Mas Muhammad Viki	
6.	Wawancara dengan karyawan bagian <i>fundraising</i>	20 Maret 2020	Mas Muhammad Iqbal	

Jember, 26 Juni 2020

Kepala Cabang LAZ Nurul Hayar Jember


Abd. Latif

DOKUMENTASI



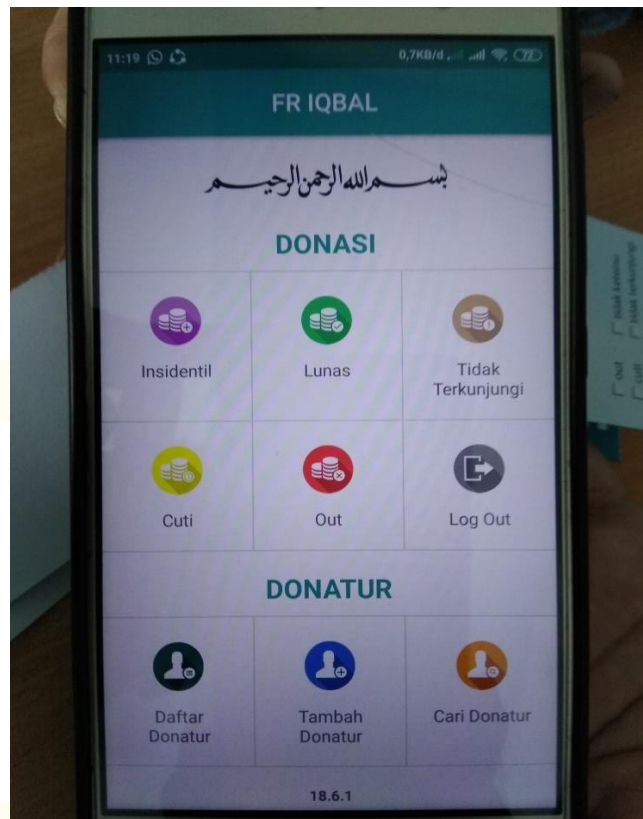
Gambar: Wawancara dengan Bapak Abd. Latif selaku kepala LAZ Nurul Hayat
Cabang Jember



Gambar: Wawancara dengan Bapak Andri Warisandre selaku karyawan di bidang Zakat Adviser di LAZ Nurul Hayat Cabang J



Gambar: Wawancara bersama dengan Bapak Muhammad Iqbal selaku karyawan di bidang fundraising di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember



Gambar: Aplikasi yang harus dimiliki oleh setiap karyawan di bagian fundraising dan bukti kwitansi donasi dari donatur.

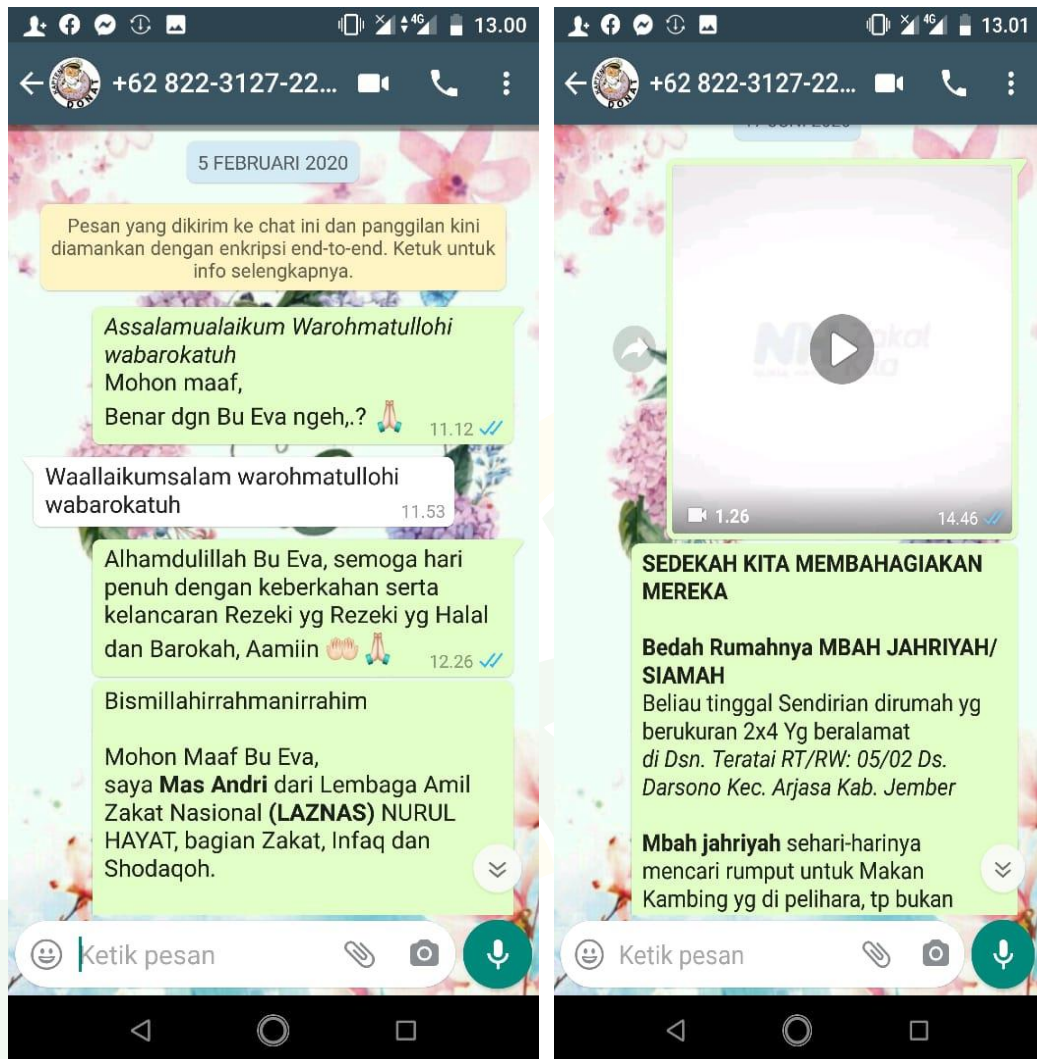


Gambar: salah satu media massa, yaitu instagram dari LAZ Nurul Hayat Cabang Jember yang digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan Donatur/muzakki



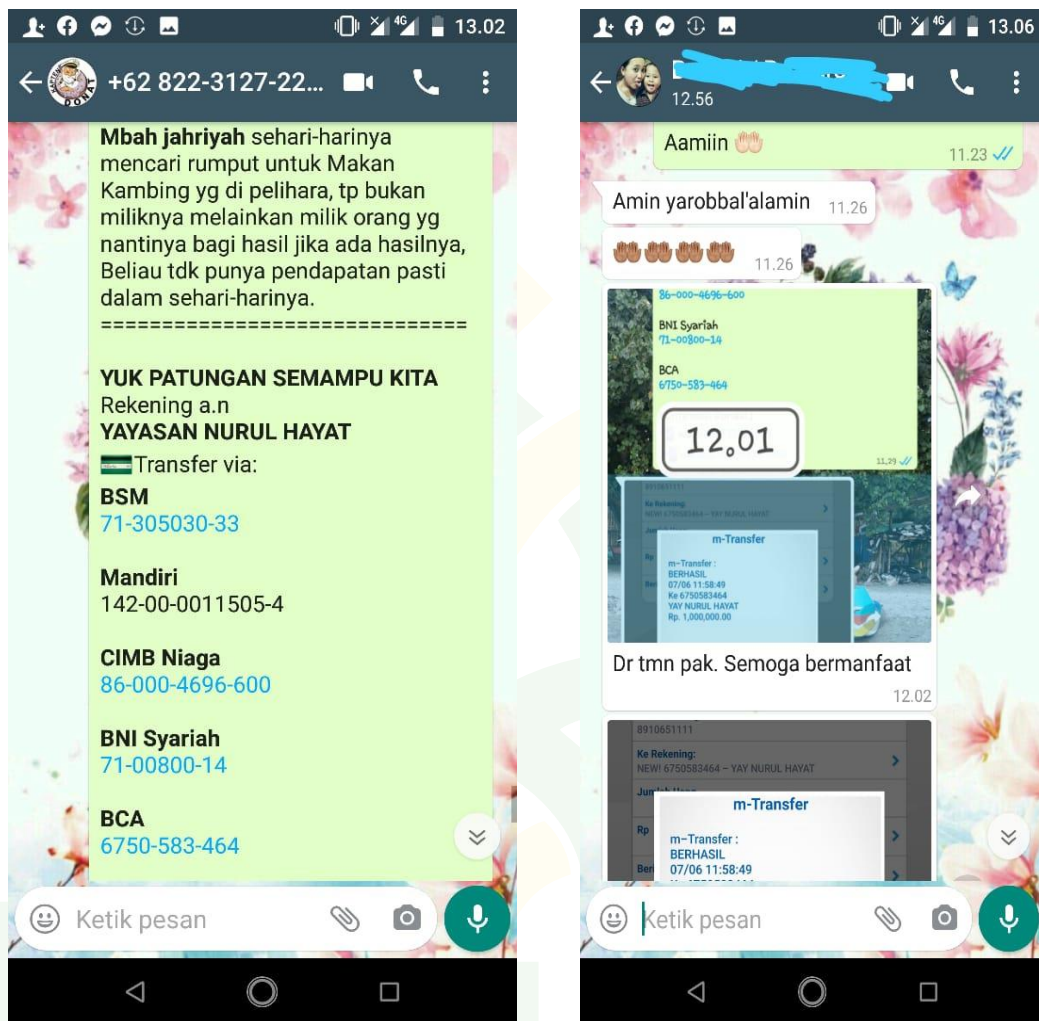


Gambar: Facebook Nurul Hayat Cabang Jember yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana kegiatan penghimpunan/Fundraising



Gambar: Proses Penghimpunan dana/
Strategi Fundraising yang memanfaatkan
peran dari aplikasi WhatsApp

IAIN JEMBER



Gambar: proses penghimpunan dana/strategi fundraising melalui whatsapp hingga ada yang membayar sedekah di LAZ Nurul Hayat Cabang Jember

IAIN JEMBER



Gambar: aplikasi yang di miliki oleh LAZ Nurul Hayat yang didalamnya terdapat profil, proram, dan visi misi serta juga terdapat layanan zakat.



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Mataram No. 01 Mangli Telp (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
website: www.iam-jember.ac.id email: febi.iam.jember@gmail.com

Nomor : B-576/In.20/7.a/PP.00.9/ 08 /2019
Lamp : 1 (satu)
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

**Kepala Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat
Cabang Jember**

Di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Diberitahuikan dengan hormat, mohon berkenaan kepada Bapak/Ibupimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Agus Try Sytiyo Budhi
NIM : S20165036
Semester : VII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Manajemen Zakat dan Wakaf
No Telp : 081249130361
Dosen pembimbing : Daru Anondo S.E.,M.Ei
NIP : 19750303200911009
Judul Penelitian : Peran Media terhadap Strategi Fundraising
Dalam Meningkatkan Dana Zakat Infak Sedekah
(ZIS) Di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang
Jember.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Jember, 16 September 2019

dan Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan :

1. Rektor sebagai laporan
2. Dekan
2. Anin

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



LEMBANGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT JEMBER
Jl. Imam Bonjol No. 7 Kavling 5 Kaliwates Jember Telp. 412818
Hp. 082334 877 499

SURAT KTERANGAN

Nomor : 027/Sket/VI/2020

Assalamualaikum wr wb.

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Abd. Latip, S. HI

Jabatan : Branch Manager Nurul Hayat Jember

Menerangkan dengan sebenarnya, bahwa mahasiswa/wi:

Nama : Agus Tri Sytiyo Budhi

Nim : S20165036

Telah melaksanakan Research/survey (Pengamatan Lapangan ,Wawan cara di Instansi kami pada tanggal 16 November 2019 sesuai dengan surat dari IAIN Jember Nomer : B-1026/in.20/7.a/PP.00.9/09/2019

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jember, 26 Juni 2020

Abd. Latip, S. HI.
Branch Manager

PETA LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT CABANG JEMBER



BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Agus Try Sytiyo Budhi
NIM : S2165036
Alamat : Desa Baratan Kecamatan Patrang-Jember
Tempat Tanggal Lahir : Jember, 29 Agustus 1997
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Manajemen Zakat Dan Wakaf
Riwayat Pendidikan : 1. SD : 2004 – 2010 SDN Patrang 01 Jember
2. SMP : SMP “Plus” Darus Sholah Jember
3. SMA : MAN 01 Jember

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

IAIN JEMBER
Jember, 30 Juni 2020

Agus Try Sytiyo Budhi
NIM. S20165036