

**EFEKTIFITAS PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT MELALUI
DIGITAL FUNDRAISING OLEH LAZNAS
NURUL HAYAT JEMBER**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2025**

**EFEKTIFITAS PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT MELALUI
DIGITAL FUNDRAISING OLEH LAZNAS
NURUL HAYAT JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas KH. Ahmad Shiddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
AZOM YUSRIL MAULANA
NIM. E20194010
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2025**

**EFEKTIFITAS PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT MELALUI
DIGITAL FUNDRAISING OLEH LAZNAS
NURUL HAYAT JEMBER**

SKRIPSI


Diajukan kepada Universitas KH. Ahmad Shiddiq Jember

untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf

Oleh:

AZOM YUSRIL MAULANA
NIM. E20194010

Disetujui oleh Pembimbing:


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI AHMAD SIDDIQ
JEMBER
Dr. H. Fauzan S. Pd., M. Si
NIP. 197403122003121008

**EFEKTIFITAS PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT MELALUI
DIGITAL FUNDRAISING OLEH LAZNAS
NURUL HAYAT JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf

Hari : Selasa

Tanggal : 09 Desember 2025

Tim Penguji :

Ketua



Dr. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.,
NIP. 196905231998032001

Sekretaris



Fatimatuazzahra, S.H.I., M.SEL.
NIP. 199508262020122007

Anggota :

1. Dr. Adil Siswanto, SST.Par., M.Par. (

2. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. (



Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَأَقِمْوَا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.



PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah dan rahmat nya sehingga dalam proses pengerjaan skripsi ini saya masih dalam lindungan nya dan diberi kesehatan serta semangat yang tiada henti hingga akhirnya saya bisa menyelesaikannya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan ibu selaku orang tua saya yang selalu memberikan dukungan serta menasehati dan selalu mendoakan yang terbaik untuk saya agar diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menuntut ilmu hingga menjadi orang yang sukses dan bermanfaat bagi keluarga dan orang lain.
2. dan seluruh keluarga besar yang memberikan dukungan serta semangat dan selalu mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT sang penguasa Alam Semesta. Semoga shalawat serta keselamatan tercurahkan selalu kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat – sahabatnya. Sungguh atas nikmat dan anugerahNya sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul *“Efektifitas Penghimpunan Dana Zakat Melalui Digital Fundraising Oleh Laznas Nurul Hayat Jember”*

Terselesainya skripsi ini berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., MM., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami, S.Sos, M. Si. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan dalam proses pembuatan skripsi.
5. Ibu Aminatus Zahriyah, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf

6. Bapak Dr. H. Fauzan, S. Pd., M. Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, mengarahkan serta memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberi ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
8. Seluruh pihak terutama Lembaga Amil Zakat Nasional Nurul Hayat Jember yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama saya sendiri.



Jember, 25 November 2025
Penulis,

Azom Yusril Maulana
NIM. E20194010

ABSTRAK

Azom Yusril Maulana, Fauzan, 2025: Efektifitas Penghimpunan Dana Zakat Melalui Digital Fundraising Oleh Laznas Nurul Hayat Jember

Kata Kunci: Efektivitas Penghimpunan Dana, Digital Fundraising,

Memasuki era society 5.0 yang dimana segala inovasi diatasi dengan teknologi maka di Indonesia kini tengah dikenal sistem finance technology yang dimana sistem ini merupakan sebuah sistem yang berbasis teknologi. Teknologi internet dikembangkan pertama kali di Amerika Serikat oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat. Pada dasarnya teknologi ini memungkinkan terhubungnya komputer-komputer di seluruh dunia ke dalam sebuah jaringan sehingga komputer tersebut menjadi alat komunikasi global.

fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Adapun fokus penelitiannya sebagai berikut: 1). Bagaimana Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember ? 2). Bagaimana Manfaat Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember ?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Lokasi penelitian berada di Perum. Taman Gading P-08 Tegal Besar, Kalwates Jember, kantor Laznas Nurul Hayat Jember. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan. Adapun keabsahan data diperoleh dengan teknik triangulasi

LAZNASN Nurul Hayat Jember dengan menggunakan digital marketing yang lebih efisien dan mudah diakses, masyarakat dapat melakukan sumbangan kapan saja dan di mana saja, sehingga meningkatkan partisipasi dalam kegiatan penggalangan dana. Data yang dihasilkan dari transaksi digital fundraising memberikan wawasan yang berharga untuk analisis pencapaian fundraising, memungkinkan lembaga untuk mengidentifikasi tren donasi, serta memahami preferensi dan perilaku donor. Dengan demikian, digital fundraising tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana ZIS.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	28
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Lokasi Penelitian.....	47

C. Subjek Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Teknik Analisis Data.....	51
F. Keabsahan Data.....	53
G. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	54
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	56
A. Gambaran Objek Penelitian	56
B. Penyajian Data dan Analisis Data.....	64
C. Pembahasan Temuan.....	86
BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1: Matriks Penelitian	
Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran 3: Surat Izin Penelitian	
Lampiran 4: Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 5: Pedoman Penelitian	
Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian	
Lampiran 7: Dokumentasi	
Lampiran 8: Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal
2. 1 Penelitian Terdahulu	23
4.1 Pengumpulan Dana Zakat tahun 2023-2025	85



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zakat dalam pandangan ekonomi merupakan aset yang besar dan berpotensi dikalangan masyarakat dan memang sudah dilakukan sejak masuknya agama Islam. Namun sangatlah penting untuk dipertanyakan dan dipahami bahwa potensi zakat sangatlah besar sebagai sarana distribusi pendapatan dan pemerataan ekonomi, serta sarana untuk beramal oleh masyarakat. Tetapi hingga saat ini zakat belumlah dikelola dan digunakan secara baik dan maksimal dalam tataran daerah. Jika dikelola dan digunakan dengan baik zakat akan memberikan dampak besar kepada masyarakat, untuk mengentaskan kemiskinan.¹

Zakat membuat tercapainya keseimbangan sosial antara si miskin dan si kaya. Maka dari itu, untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam dan harus amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat. Maka dari itu, di Indonesia dibentuklah undang – undang pengelolaan zakat Presiden Reuplik Indonesia nomor 23 Tahun 2011, yang dimaksud dengan pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, dan pengkoordinasian dalam pengumpulan, pedistribusian, dan pendayagunaan

¹ Muhammad Zumar Aminudin, Lila Pangestu Hadiningrum, ZISWAF, *Jurnal Zakat dan Wakaf* (2019, Vol. 6 No. 1)hlm 2.

Penunaian zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam untuk memberdayakan potensi zakat maka diperlukan sebuah lembaga yang mampu mengelola dana zakat untuk mendistribusikannya baik untuk konsumtif maupun untuk usaha yang produktif. Keberadaan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan hadirnya Lembaga Amil Zakat (LAZ), seperti Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, IZI dan yang lainnya merupakan geliat kesadaran beragama secara kolektif untuk mengambil bagian dalam peningkatan kualitas masyarakat yang sejahtera, BAZ maupun LAZ secara berkerjasama secara kelembagaan dalam pengelolaan zakat, dan secara kompotitif menelorkan program yang terbaik dalam penerimaan dan pendistribusian.²

Pemerintah juga ikut andil terkait pengelolaan zakat. Sebagaimana UU dalam pengelolaannya: No. 23 tahun 2011 Ayat 1 dalam UU Pengelolaan zakat berbunyi “pengelohan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksaaan dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat”. Ayat 2 selanjutnya berbunyi “zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seseorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam”.³

² Aziz Dahlan (eds), *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 2, Cet-1, Jakarta Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996

³ Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 115-116.

Al-qur'an dan sunah telah menegakkan syariat Islam dalam pendistribusian zakat yang harus dikeluarkan oleh orang umat Islam yang tergolong sebagai muzakki. Al-qur'an memperjelas hal ini dalam surat At Taubah ayat 103.

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

Artinya : Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Ayat di atas bisa dipahami bahwa pemilik harta yang Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui. Allah SWT. Telah menentukan golongan-golongan tertentu yang berhak menerima zakat, dan bukan diserahkan kepada pemerintah untuk membagikannya sesuai dengan kehendaknya. Ada 8 golongan (ashnaf) yaitu: orang-orang fakir (fauqura), miskin (masakin) amil zakat (amiln alayha), mualaf (mualaf qulubuhum), budak (riqab), orang-orang yang berhutang (gharimin), pejuang di jalan allah(fi sabillah) dan musafir (ibnu sabil). Jumhur ulama sepakat bahwa selain 8 golongan ini, haram menerima zakat.⁴

⁴ M.Mufraini Arief, *Akuntansi dan Manajemen Zakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006), 180

Memasuki era society 5.0 yang dimana segala inovasi diatasi dengan teknologi maka di Indonesia kini tengah dikenal sistem finance technology yang dimana sistem ini merupakan sebuah sistem yang berbasis teknologi. Teknologi internet dikembangkan pertama kali di Amerika Serikat oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat. Pada dasarnya teknologi ini memungkinkan terhubungnya komputer-komputer di seluruh dunia ke dalam sebuah jaringan sehingga komputer tersebut menjadi alat komunikasi global.⁵

Dengan itu masyarakat bisa menjadi seamless tanpa perlu repot untuk individu ke suatu tempat guna melakukan transaksi. Berdasarkan fakta yang ada, perkembangan gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin maju dapat memanfaatkan kehadiran teknologi tidak terkecuali dalam digital *fintech*, bukti adanya modernisasi atau peningkatan pembayaran zakat secara digital di Indonesia yaitu dengan adanya sektor pembayaran melalui ATM, aplikasi mobile, dan aplikasi dengan teknologi *Blockchain*, kecerdasan buatan, dan data – data besar, serta melalui website yang dapat memainkan peran penting dalam mengelola zakat secara efektif.⁶

Penerapan Digital Fundraising yang memang di era globalisasi semua masyarakat sudah dapat mengakses dan menggunakan media sosial

⁵ Kontemporer (Jakarta: Penerbit Pustaka Progressif, 2004), h. 9 Wahbah Az Zuhaili, Fiqih Islam wa Adillatuhu Jilid 3

⁶ Kementerian Agama RI, Modul Penyuluhan Zakat (2013), h. 1-2 Husein As-Syahatah, *Akuntansi Zakat: Panduan Praktis Penghitungan Zakat*

berbasis internet. Modernisasi penghimpunan zakat dengan menggunakan platform digital cukup banyak manfaatnya yaitu menjaga komunikasi dengan calon muzaki yang jumlah yang sangat besar. Dengan berkembangnya dinamika kehidupan masyarakat yang semakin kompleks dan beranekaragam, membuat LAZNAS Nurul Hayat Jember harus ekstra untuk mengikuti perkembangan zaman. Semangat untuk membantu mustahik agar meninggalkan jurang kemiskinan menjadi hal yang sangat dominan sebagai motivasi bekerja yang amanah. Akan tetapi, pengembangan strategi dalam hal penghimpunan dana harus disesuaikan dengan kondisi yang ada atau realita muzaki di daerah. Penyesuaian terhadap muzaki di daerah harus dibarengi dengan manajemen yang baik dan bisa membantu mengentaskan kemiskinan.

LAZNAS Nurul Hayat Jember mengembangkan inovasi melalui pembayaran zakat secara digital atau online yang berkerjasama dengan platform perusahaan, tidak hanya saja donasi namun zakat juga bisa dilakukan pembayarannya melalui digital seperti zakat fitrah, zakat mal, dan zakat penghasilan dapat dihitung secara otomatis menggunakan kalkulator zakat, dimana jumlah zakat yang harus dibayarkan oleh muzakki akan tertera secara otomatis setelah menuliskan jumlah penghasilan yang dimiliki. LAZNAS Nurul Hayat Jember sudah banyak bekerjasama dengan berbagai perusahaan payment untuk memudahkan muzakki dalam menyalurkan zakat-nya. Beberapa platform pembayaran, ecomerce dan keuangan lokal yaitu KitaBisa.com, Link aja, BSI, Mandiri,

BCA syariah, Shoppey, Tokopedia dan Melalui Via DIGITAL FUNDRAISING dan lain-lain.

LAZNAS Nurul Hayat Jember memanfaatkan sistem digital yang merupakan salah satu contoh inovasi dalam mengelola dana zakat dengan tujuan untuk meningkatkan keefektifan dan keefesiensian pengelolaan dana zakat. Hal ini bisa dilihat dengan munculnya sebuah program kalkulator zakat, dimana sistem ini berfungsi untuk melakukan pencatatan dan pelaporan zakat yang terintegrasi secara online sehingga manajemen dana zakat yang terhimpun lebih transparan terhadap masyarakat.

Dengan munculnya digitalisasi dalam melakukan zakat maupun menghimpun zakat yang memang tidak hanya dirasakan oleh muzakki namun juga dirasakan oleh pengelola zakat khususnya LAZNAS Nurul Hayat Jember. Para muzaki bisa melakukan pembayaran zakat melalui platform digital bisa dari aplikasi, website maupun membayar secara langsung. Hal tersebut sejalan dengan UU No. 23 Tahun 2011 yang menjelaskan dua tujuan pengelolaan zakat, yaitu bisa untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan penghimpun zakat dan dapat meningkatkan penyerapan zakat secara maksimal.

Berdasarkan latar belakang diatas dimana dengan adanya Digital Fundraising lebih memudahkan muzakki dalam membayar zakat maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Efektivitas Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember”**

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Adapun fokus penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember ?
2. Bagaimana Manfaat Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian juga berhubungan secara fungsional dengan rumusan masalah penelitian yang dibuat secara spesifik, terbatas, dan dapat diperiksa dengan hasil penelitian. Berpedoman pada masalah yang dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.
2. Mengetahui Manfaat Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan dan menambah pengetahuan Efektivitas Penghimpunan

Dana Zakat Melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh tentang LAZNAS Nurul Hayat Jember
- b. Bagi Lembaga, dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan ataupun referensi dalam menciptakan karya-karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.
- c. Bagi Pembaca, Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.

E. Definisi Istilah

1. Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata dasar efektif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju.

2. Penghimpunan Zakat

Penghimpunan dana adalah suatu proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah serta sumber daya lainnya

dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.

3. Digital Fundraising

Penghimpunan atau dikenal dengan julukan *fundraising* ialah suatu proses dalam aktivitas menghimpun keuangan dan juga sumber daya yang lainnya dari khalayak umu baik itu dengan personal, maupun organisasi yang bakal didistribusikan serta dipakai. Dengan makna yang lainnya *fundraising* bisa dijuluki sebagai penggalangan dana.

Sedangkan pengertian digital adalah perubahan dari analog ke internet dan mudah diakses dari mana saja melalui perangkat elektronik seperti komputer atau smartphone.

Digital Fundraising adalah cara untuk menyampaikan pemikiran dari item atau program yang disajikan sepenuhnya dengan niat untuk membuat keakraban dengan para calon dari kontributor dengan menggunakan sarana yang basisnya web dimana bisa disalurkan lewat komputer dan alat elektronik yang lain.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, dan juga kajian teori.

BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian yang dijadikan bahan untuk mencari data, yaitu meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan juga tahap-tahap penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini berupa penyajian dan analisis data, bab ini berisikan gambaran objek penelitian, penyajian data, dan pembahasan temuan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Terdahulu

1. **Fatkur Huda, Arin Setiyowati, Thoat Stiawan, Erdin Nadid, 2025**
“Strategi Digital Fundraising dalam Peningkatan Zakat, Infaq, dan Shadaqah di Lazismu Jombang.”

Paradigma dan lingkungan pengelolaan zakat berubah setelah pandemi. Kondisi ini mendorong lembaga pengelola zakat di Indonesia untuk melakukan hal-hal baru dan inovatif dalam pengelolaan zakat, termasuk proses pengumpulan, pendistribusian, dan pemanfaatan zakat, serta struktur pengelolaannya. Metode pengumpulan zakat konvensional akan digantikan oleh metode digital yang lebih mudah, cepat, dan transparan. Semakin banyak orang di Indonesia menggunakan internet, sehingga donasi online menjadi lebih mudah saat ini. Penelitian ini akan memberikan kontribusi ilmiah serta praktik praktis dalam pengelolaan donasi zakat, untuk mengetahui metode penggalangan dana digital yang telah digunakan Muhammadiyah Jombang untuk mendukung penggalangan dana zakat dan untuk mengembangkan strategi penggalangan dana digital yang sukses. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Dengan kata lain, tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan metode yang digunakan oleh LazisMu Jombang untuk mengumpulkan dana zakat dari muzakki menggunakan pendekatan penggalangan dana

digital. Hasilnya adalah strategi penggalangan dana yang digunakan dalam mengumpulkan dana zakat, infak, dan shadaqah oleh LazisMu Jombang menggunakan metode organik, yaitu Search Engine Optimization (SEO), media sosial organik, email office, dan pesan siaran WhatsApp.⁷

2. Reli Afri, Zulmi, Supriyanto, Rosad, dan Puspitarini, 2022 Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Metode yang digunakan dalam mengambil data adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. tujuan penelitian fundraising yaitu untuk menghimpun. Fundraising menggunakan media sosial ini efektif karena mampu menghimpun dana mencapai target lembaga dan hampir setiap tahun mengalami peningkatan dalam penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh LAZNAS Al-Irsyad Purwokerto telah sesuai dengan teori-teori yang ada yaitu perumusan, implementasi dan yang terakhir terdapat evaluasi strategi fundraising berbasis media sosial. Strategi fundraising yang diimplementasikan oleh LAZNAS Al-Irsyad Purwokerto terdapat metode yaitu direct (langsung) dan indierc (tidak langsung) yang dimna metode tidak langsung LAZNAS Al- Irsyad memanfaatkan media sosial

⁷ Fatkur Huda, Arin Setiyowati, Thoat Stiawan, Erdin Nadid, "Strategi Digital Fundraising dalam Peningkatan Zakat, Infaq, dan Shadaqah di Lazismu Jombang", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 10(1), 2025, 115-120.

dalam penerapannya, media sosial yang dipakai adalah facebook ADS, Whatsapp, Instagram, twitter, website dan youtube. Strategi yang dilakukan oleh lembaga LAZNAS Al-Irsyad adalah merumuskan ini konten atau flyer untuk media sosial dan jadwal untuk mempostingnya, dalam isi flyer tersebut adalah Tentang penghimpunan Zakat, Infak dan Sedekah, Galang dana, Edukasi islami, sosialisasi zakat, infak dan sedekah, Pelaporan. Dalam implementasinya LAZNAS Al-Irsyad memposting flyer-flyer yang sudah di siapkan ke media sosial milik lembaga dalam bentuk foto, gambar ataupun video. dalam seminggu terdapat konten galang dana, penghimpunan dana ZIS, edukasi dan sosialisasi tentang ZIS dan kemudian diakhir bulan terdapat konten pelaporan. Flyer-flyer yang di bagikan ke media sosial. seperti facebook ADS, whatsapp, instagram, twitter, website dan youtube..⁸

3. Mulyono, 2022 “Strategi Digital Fundraising dalam Penghimpunan Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penggalangan dana digital yang digunakan LAZ Global Zakat dalam mendukungnya pengumpulan

⁸ Reli Afri Zulmi et al., "Strategi Fundrasing Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto", *Jurnal SPORTIF : Jurnal Penelitian Pembelajaran*, 2018, II

dana zakat dan merumuskan strategi penggalangan dana digital di LAZ Global Zakat. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa strategi digital fundraising yang digunakan dalam penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah oleh LAZ Global Zakat menggunakan dua metode, yaitu secara organik (tidak berbayar) dan paid (berbayar). Metode organik fundraising di LAZ Global Zakat terdiri dari empat kegiatan yaitu: Search Engine Optimization (SEO), Organic social media, Email Marketing, Promosi menggunakan WhatsApp. Sedangkan Metode paid fundraising di LAZ Global Zakat terdiri dari empat kegiatan yaitu: Menggunakan Google Ads, Social Media Ads, YouTube Ads. Strategi digital fundraising baik yang organik maupun berbayar untuk penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah yang diterapkan oleh LAZ Global Zakat adalah mengarahkan muzaki atau calon muzakki menuju platform crowdfunding sebagai media pembayaran secara langsung. Berdasarkan hasil Matriks IE, LAZ Global Zakat berada pada posisi kuadran growth strategy atau strategi pertumbuhan. Growth strategy (Strategi Pertumbuhan) menunjukkan bahwa digital fundraising yang dijalankan oleh LAZ Global Zakat didesain untuk mencapai skala pertumbuhan atau pengembangan yang lebih besar atau lebih luas. Berdasarkan perhitungan Total Attractiveness Scores (TAS) atau total nilai daya tarik dari masing-masing strategi alternatif dari kategori yang sama, berikut formulasi strategi alternatif yang bisa dikembangkan oleh LAZ Global Zakat dalam penghimpunan zakat

menggunakan strategi digital fundraising: Pertama, menggunakan iklan di platform crowdfunding untuk penawaran program yang variatif kepada masyarakat tertarget di seluruh Indonesia, kedua bekerjasama dengan public figur atau influencer menawarkan program ZIS bersama untuk meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat, ketiga membuat program ZIS berdasarkan preferensi masyarakat seperti peduli Palestina, kebencanaan, dll dan keempat menyempurnakan aplikasi penjawab otomatis terkait konsultasi zakat yang bekerja 24 jam..⁹

4. Annisa Maharani, Ade Nur Rohim, 2022 Analisis Pemanfaatan Digital Fundraising sebagai Strategi Mengoptimalkan Penghimpunan Zakat Penghasilan pada BAZNAS DKI.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan digital fundraising dalam menghimpun dana zakat penghasilan pada Baznas DKI, serta untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh Baznas DKI untuk terus mengoptimalkan penghimpunan zakat penghasilan dalam memanfaatkan digital fundraising. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa Baznas DKI memanfaatkan media digital dengan cukup baik dalam menghimpun dana zakat penghasilannya. Dapat

⁹ Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, dan Ibdalsyah Ibdalsyah, "Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.1 (2022), 67

dikatakan bahwa mekanisme pemanfaatan media digital dalam penghimpunan zakat penghasilan dapat dilakukan dengan banyak cara, baik itu dari internal maupun eksternal. Dari kanal internal, Baznas memanfaatkan website, dan dari kanal eksternal memanfaatkan platform crowdfunding (KitaBisa). Bentuk mekanisme pembayarannya dapat melalui beberapa platform, yaitu dengan melalui platform e-commerce/e-wallet, digital payment (meliputi QR Code, M-Banking), dan juga melalui payroll. Selain itu, Baznas juga melakukan bentuk sosialisasi untuk menarik minat muzakki, diantaranya sosialisasi secara langsung dan tidak langsung. Setelah menentukan analisis pemanfaatan digital fundraising dalam penghimpunan zakat penghasilan, peneliti juga melakukan analisis internal (yang meliputi kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (yang meliputi peluang dan ancaman). Analisis ini dilakukan sebagai bentuk pemilihan strategi Baznas DKI dalam memanfaatkan media digitalnya dalam menghimpun zakat penghasilan. Kemudian terdapat analisis SWOT yang diukur dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Hasil yang diperoleh adalah 2,7 untuk kedua analisis internal dan eksternal, dan berada pada level average-medium yang artinya Bold and Maintain (Menjaga dan Mempertahankan). Dalam hal ini, strategi yang dilakukan Baznas DKI harus menyesuaikan perubahan zaman sehingga harus terus mengoptimalkan pemanfaatan digital fundraising

nya untuk menghimpun zakat penghasilan dengan cara meningkatkan kualitas SDM dan memperkuat..¹⁰

5. Muhammad Rizaludin As, 2022, Peran Digitalisasi Zakat dalam Peningkatan Fundraising dan Jumlah Muzakki di Indonesia

Zakat merupakan instrumen ekonomi syariah yang memiliki peran bukan hanya dari dimensi agama saja melainkan juga dalam dimensi social. Salah satu peranan zakat adalah untuk mengatasi kemiskinan dengan pendistribusian harta yang merata dari muzakki kepada mustahik. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara mengoptimalkan potensi zakat yang salah satunya melalui digitalisasi zakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana peran digitalisasi zakat dalam Peningkatan fundraising dan jumlah muzakki di Indonesia dan bagaimana digitalisasi zakat memberikan dampak yang besar terhadap dunia perzakatan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat memilih membayar zakat dengan menggunakan fintech misalnya melalui instant Payment atau melalui Transfer dari m-banking yang memudahkan bagi mereka, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh digitalisasi zakat mampu mempermudah serta meningkatkan fundraising dan jumlah muzakki di Indonesia..¹¹

¹⁰ Annisa Maharani dan Ade Nur Rohim, “Analisis Pemanfaatan Digital Fundraising Sebagai Strategi Mengoptimalkan Penghimpunan Zakat Penghasilan pada Baznas DKI,” *Islamic Economics and Business Review*, 1.1 (2022), 33–44.

¹¹ Muhammad Rizaludin As, “Peran Digitalisasi Zakat dalam Peningkatan Fundraising dan umlah Muzakki di Indonesia”, *Jurnal Integrasi Keilmuwan*, Vol 1 No.1, Juni 2022.

6. Mohammad Zainuri, Fitriyana Agustin, dan Robiatul Adawiyah, 2022, Strategi Fundraising Digital dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Ziswaf Program Pemberdayaan Ekonomi pada Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil.

Koperasi Syariah di Indonesia sering disebut juga Baitul Maal Wat Tamwil, koperasi syariah hampir sama dengan koperasi konvensional dimana perbedaan yang paling menonjol yaitu baitul maal wat tamwil berperan dalam mengelola dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf. Jika dilihat lebih pengelolaan Baitul Maal Wat Tamwil dalam menghimpun dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf masih kurang, untuk itu perlunya diterapkan strategi fundraising digital dalam penghimpunannya. Dalam proses kegiatan strategi fundraising digital ini suatu lembaga atau organisasi harus selalu melakukan kegiatan sosialisasi, edukasi, promosi yang dikemas secara teknologi. Dimanatujuan dari diterapkannya strategi ini untuk meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf. Selain itu tujuan yang lain yaitu meningkatkan citra Baitul Maal Wat Tamwil dan membantu masyarakat yang kurang mampu. Dari metode kepenulisan kualitatif literatur yang penulis gunakan, pembahasan yang didapatkan yaitu terkait metode yang digunakan dalam strategi fundraising digital guna meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf terdapat delapan metode diantaranya, metode website, metode e-mail, metode search engine marketing,

metode social network, metode e-channel bank syariah, metode website belanja online, metode e- wallet atau dompet elektronik, metode pembuatan aplikasi sendiri. harapan dari diterapkannya metode ini yaitu, meningkatkan penghimpunan dana Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf di Baitul Maal Wat Tamwil. Sehingga nantinya Baitul Maal Wat Tamwil mampu membantu mengentaskan kemiskinan dan membantu permodalan usaha mikro kecil menengah yang ada di Indonesia.¹²

7. Nur Jamaludin, 2021, Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penghimpunan dana zakat di BAZNAS kota Tangerang sudah dapat dikatakan efektif, dilihat dari terpenuhinya indikator efektivitas, yaitu pencapaian tujuan, dapat dilihat dari hasil perhitungan dan pengukuran rasio dengan. Dengan hasil 8,94% dan rumus 20 rasio penghimpunan

¹² Mohammad Zainuri, “Strategi Fundraising Digital dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Ziswaf Program Pemberdayaan Ekonomi pada Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol2 No.2 2022.

pada tahun 2019 dengan hasil 1,73%, dan jika range kurang dari 2% maka dapat dikatakan efektif..¹³

8. Nurul Alfiatus Sholikhah, dan Unun Roudlotul Janah, 2021, Efektivitas Digital Fundraising melalui platform Indonesia dermawan.id pada aksi cepat tanggap Ponorogo.

Penghimpunan dana ZIS atau *fundraising* adalah kegiatan atau proses bagaimana cara untuk menghimpun dana ZIS dari muzzaki. *Fundraising* amatlah penting guna mendukung jalannya program dan operasional lembaga zakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang melatarbelakangi penggunaan platform “indonesiadermawan.id” sebagai salah satu metode fundraising oleh ACT Ponorogo, yaitu kepemilikan platform secara pribadi dan biaya operasional yang murah. Mekanisme penerapan platform jika dilihat berdasarkan kinerja belum efektif, sebab perolehan donasi masih jauh dari sasaran. Penggalangan dana melalui “indonesiadermawan.id” memiliki faktor pendukung diantaranya: platform milik pribadi, biaya operasional yang murah, kemudahan akses, informasi rinci dalam platform, dan menerima transfer melalui e-wallet dan gerai Alfamart. Selain itu ada pula faktor penghambat,

¹³ Nur Jamaludin, “Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Tangerang”, *Jurnal MAZAWA*, Vol. 2, No. 2, 2021, hlm. 1.

yaitu kurang dikenal oleh masyarakat dan akses jaringan internet yang belum merata..¹⁴

9. Astuti Nur Rahmawati, Arif Sapta Yuniarto, 2021, Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada LAZISMU wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini menganalisis strategi digital fundraising dalam meningkatkan penghimpunan zakat di Lazismu Wilayah DIY. Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui strategi digital fundraising zakat yang digunakan Lazismu Wilayah DIY dalam mendukung penghimpunan dana zakat dan untuk merumuskan strategi digital fundraising pada Lazismu Wilayah DIY. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan metode pengambilan data wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi digital fundraising zakat yang digunakan oleh Lazismu Wilayah DIY memiliki dua metode, yaitu secara organik dan berbayar. Strategi fundraising digital, baik organik maupun berbayar, mengarahkan muzaki atau donatur ke media pembayaran langsung yaitu platform crowdfunding. Pada faktor pendorong strategi digital fundraising zakat yaitu adanya legalitas lembaga, program yang jelas,

¹⁴ Nurul Alfiatus Sholikhah dan Unun Roudlotul Janah, “Efektivitas Digital Fundraising melalui platform “indonesiadermawan.id” pada Aksi Cepat Tanggap Ponorogo”, *Jurnal Nidhomiya: Research Journal of Islamic Philantropy and Disaster*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 1.

pemberdayaan mustahik, dan program lainnya yang dapat menarik muzakki menyalurkan donasi ke Lazismu Wilayah DIY. Sedangkan faktor penghambat strategi digital fundraising zakat adalah pengetahuan tentang zakat masih kurang dan SDM yang belum optimal..¹⁵

10. Meilin Haziah, Rafiqi, Muhammad Ikbali, 2021, Strategi Digital Fundraising Dana ZIS (Zakat, Infak, Sedekah) melalui Digital Platform LAZNAS Darut Tauhid (DT) Peduli Kota Jambi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya gap antara potensi zakat dengan realisasi pengumpulannya berdasarkan data penelitian pada tahun 2023. Dengan judul Penelitian "Strategi Digital Fundraising Dana Zis (Zakat, Infaq, Sedekah) Melalui Digital Platform Darut Tauhid (DT) Peduli Kota Jambi dalam menyasar muzakki". Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi dalam mengimplementasikan penghimpunan digital atau fundraising digital yang dilakukan oleh LAZNAS DT Peduli Kota Jambi dengan menggunakan enam strategi digital marketing (content marketing, mobile marketing, continuous marketing, integrated digital marketing, visual marketing, personalized marketing) dan analisis SWOT. Pada penelitian ini, penulis menggunakan

¹⁵ Astuti Nur Rahmawati, "Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada LAZISMU wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol 7 No.1 2021.

metode kualitatif deskriptif. Dimana penelitian ini didasari dengan pengamatan penulis kemudian dideskripsikan sesuai dengan apa yang penulis temukan di lapangan. Adapun dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumenter (teks, jurnal, video, media sosial, dll). Hasil penelitian yang didapatkan ialah dari keenam strategi fundraising digital yang penulis sebutkan, LAZNAS DT Peduli Kota Jambi baru menerapkan 4 strategi digital fundraising diantaranya yaitu content marketing, continuous marketing, visual marketing dan personalized marketing. Sedangkan strategi digital yang belum diterapkan yaitu mobile marketing dan integrated digital marketing. Kata Kunci : Strategi, Digital Fundraising, dan Analisis SWOT.¹⁶

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Fatkur Huda, Arin Setiyowati, Thoat Stiawan, Erdin Nadid 2025	Strategi Digital Fundraising dalam Peningkatan Zakat, Infaq, dan Shadaqah di Lazismu Jombang.	Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang digital fundraising	Perbedaannya yaitu peneliti membahas bagaimana efektivitas digital fundraising sedangkan jurnal tersebut

¹⁶ Meilin Haziah, "Strategi Digital Fundraising Dana ZIS (Zakat, Infak, Sedekah) melalui Digital Platform Laznas Darut Tauhid Peduli Kota Jambi, *Journal of Shariah and Islamic Economics*, Vol.6 No.2 2021.

				membahas tentang strategi digital fundraising.
2	Reli Afri, Zulmi, Supriyanto, Rosad, dan Puspitarini, 2022	Strategi Fundraising Berbasis Media Sosial dalam Penghimpunan Dana Zakat. Infak dan Sedekah di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto.	Persamaan dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang digital fundraising.	Perbedaannya yaitu peneliti membahas bagaimana efektivitas digital fundraising sedangkan jurnal tersebut membahas tentang strategi digital fundraising.
3	Mulyono, 2022	Strategi Digital Fundraising dalam Penghimpunan Dana Zakat : Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat.	Persamaan dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya penelitian ini dengan peneliti yaitu peneliti membahas bagaimana efektivitas penghimpunan zakat melalui Digital Fundraising, sedangkan penelitian Iva membahas tentang bagaimana strategi Digital Fundraising dana zakat.
4	Annisa Maharani, Ade Nur Rohim, 2022	Analisis Pemanfaatan Digital Fundraising sebagai Strategi Mengoptimalkan Penghimpunan Zakat Penghasilan pada BAZNAS DKI.	Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif	Perbedaan dengan peneliti yaitu peneliti membahas efektivitas penghimpunan zakat melalui Digital Fundraising, sedangkan jurnal

			dengan pendekatan studi kasus.	tersebut membahas tentang pemanfaatan digital fundraising.
5	Muhammad Rizaludin As, 2022,	Peran Digitalisasi Zakat dalam Peningkatan Fundraising dan Jumlah Muzakki di Indonesia	Persamaan nya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>).	Perbedaanya yaitu jurnal tersebut membahas tentang peran digitalisasi zakat, sedangkan peneliti membahas tentang efektivitas dalam meningkatkan dana zakat melalui Digital Fundraising.
6	Mohammad Zainuri, Fitriyana Agustin, dan Robiatul Adawiyah, 2022,	Strategi Fundraising Digital dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Ziswaf Program Pemberdayaan Ekonomi pada Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil	Persamaannya yaitu objek yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang Digital Fundraising.	Perbedaanya yaitu jurnal tersebut membahas tentang strategi Fundraising terhadap peningkatan pembayaran zakat, sedangkan peneliti membahas tentang efektivitas penghimpunan dana zakat.
7	Nur Jamaludin, 2021,	Efektivitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang.	Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang Digital Fundraising.	Perbedaanya yaitu penelitian ini membahas tentang digitalisasi penghimpunan zakat, sedangkan peneliti membahas

				tentang pengumpulan zakat melalui digital <i>fundraising</i> .
8	Nurul Alfiatus Sholikhah, dan Unun Roudlotul Janah, 2021.	Efektivitas Digital Fundraising melalui platform Indonesia dermawan.id pada aksi cepat tanggap Ponorogo	Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.	Perbedaannya yaitu peneliti membahas tentang bagaimana efektivitas pengumpulan dana zakat melalui Digital Fundraising sedangkan jurnal tersebut membahas tentang platform khusus yang dimiliki.
9	Astuti Nur Rahmawati, Arif Sapta Yuniarto, 2021.	Analisis Strategi Digital Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada LAZISMU wilayah Daerah Isimewa Yogyakarta.	Persamaan penelitian Rara dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang Digital Fundraising.	Perbedaan penelitian ini yaitu, peneliti membahas bagaimana efektifitas pengumpulan dana melalui Digital Fundraising, sedangkan jurnal tersebut membahas tentang bagaimana strategi digitalnya fundraisingnya.
10	Meilin Haziah, Rafiqi, Muhammad Iqbal, 2021,		Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang digital fundraising.	Perbedaan penelitian ini yaitu, peneliti membahas bagaimana efektifitas pengumpulan

Strategi Digital Fundraising Dana ZIS (Zakat, Infak, Sedekah) melalui Digital Platform LAZNAS Darut Tauhid (DT) Peduli Kota Jambi.			dana melalui Digital Fundraising, sedangkan jurnal tersebut membahas tentang bagaimana strategi digitalnya fundraisingnya.
--	--	--	--

Sumber : beberapa penelitian terdahulu, di olah pada oktober 2025

Berdasarkan 10 penelitian terdahulu maka dapat di simpulkan bahwa penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti terdahulu yaitu sama sama membahas efektivitas penyaluran dana zakat. Perbedaan dari peneliti dari peneliti sebelumnya terletak pada lokasi yang mana peneliti ini meneliti di Lembaga amal zakat nurul hayat cabag jember yang tentu memiliki karakteristik yang berbeda dengan peneliti sebelumnya dan juga terletak pada objek penelitiannya yang mana peneliti ini membahas terkait efektivitas penyaluran dana zakat

B. Kajian Teori

1. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat secara etimologi berasal dari bahasa Arab, *zaka*-*yuzakki tazkiyatan*- *zakaatan* yang memiliki arti macam-macam, yakni thaharah, namaa¹⁷, barakah atau amal saleh. Makna secara Harfiyah adalah berkembangbiak dan bertambah, namun terkadang digunakan pada makna kesucian, atau bermakna pujian. Sedangkan secara istilah dalam fikih, zakat adalah sebutan atau nama bagi sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah swt. supaya diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya oleh orang-orang yang wajib mengeluarkan zakat (muzakki).¹⁷

Ada keterkaitan erat antara makna zakat secara bahasa dan istilah, yaitu bahwa setiap harta yang sudah dikeluarkan zakatnya akan menjadi suci, bersih, baik, berkah, tumbuh dan berkembang. Dengan demikian, sesudah mengeluarkan zakat seseorang telah suci dirinya dari penyakit kikir dan tamak, hartanya juga telah bersih, karena tidak ada lagi hak orang lain pada hartanya itu.

Menurut UU No 23 tahun 2011 mendefinisikan zakat sebagai harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya

¹⁷ Poppy Trisanti, “Dampak Distribusi Zakat, Infaq, Shadaqah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat”, (UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2018).

sesuai dengan syariat Islam. Para pemikir ekonomi Islam mendefinisikan zakat sebagai harta yang telah ditetapkan oleh pemerintah atau pejabat berwenang kepada umum atau individual yang bersifat mengikat, final, tanpa mendapat imbalan tertentu yang dilakukan pemerintah sesuai dengan kemampuan pemilikan harta. Zakat itu dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan delapan golongan yang telah ditentukan dalam al-Qur'an, serta untuk memenuhi tuntutan politik bagi keuangan Islam.¹⁸

b. Macam-Macam Zakat

1) Zakat fitrah

Zakat fitrah secara eimologi, yaitu zakat yang sebab diwajibkannya adalah futur (berbuka puasa) pada bulan Ramadhan. Adapun secara terminologi, yaitu zakat yang dikeluarkan berdasarkan jumlah anggota keluarga, perempuan dan laki-laki, kecil maupun dewasa wajib mengeluarkan zakat fitrah pada bulan Ramadhan. Zakat fitrah wajib dikeluarkan pada tahun kedua Hijriah, yaitu tahun diwajibkan puasa bulan Ramadhan untuk menyucikan orang yang berpuasa dari ucapan kotor dan perbuatan yang tidak ada gunanya, untuk memberi makanan pada orang-orang miskin dan mencukupkan mereka dari kebutuhan yang diperlukan.

¹⁸ Hidayat, "Implementasi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat di BAZNAS Kabupaten Tangerang".

Zakat fitrah merupakan zakat yang berbeda dari zakat lainnya, karena zakat fitrah merupakan zakat pada individu, sedangkan zakat lainnya merupakan zakat pada harta. Pembagiannya diprioritaskan untuk fakir dan miskin karena maksud utamanya adalah untuk membantu fakir dan miskin pada hari lebaran, zakat fitrah dikeluarkan untuk per-orang/jiwa sebanyak 2,5 kg atau 3,5 liter beras atau makanan pokok, atau boleh diganti dengan uang senilai 2,5 kg beras.¹⁹

2) Zakat mal

Zakat mal adalah zakat berupa harta benda yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim sebanyak 2,5% dari harta yang mencakup hasil berikut ini :

- a) Emas, perak, dan logam mulia lainnya
- b) Uang dan surat berharga lainnya.
- c) Perniagaan.
- d) Pertanian, perkebunan, dan kehutanan.
- e) Perternakan dan perikanan.
- f) Pertambangan.
- g) Perindustrian.
- h) Pendapatan dan jasa.
- i) Rikaz (harta yang didapatkan)

¹⁹ Mohammad Ichsan, "Sistem Pakar Perhitungan Zakat Dalam Hukum Islam Menggunakan Algoritma Rule Based Berbasis Web", *Journal of Information and Computing* 3, No. 2 (2019): 31-36.

c. Syarat Wajib Zakat

Zakat telah diwajibkan oleh Allah SWT terhadap manusia yang telah memenuhi syarat-syarat wajib zakat berikut ini:²⁰

- 1) Beragama Islam Ulama sepakat bahwa setiap muslim yang memiliki harta yang telah mencapai nisab diwajibkan mengeluarkan hartanya.
- 2) Merdeka Ulama sepakat bahwasanya kemerdekaan merupakan syarat dari kewajiban seseorang untuk mengeluarkan zakat.
- 3) Milik Sempurna (al-milk at-tamm) Penjelasan menurut empat mazhab menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan milik sempurna adalah harta milik seseorang secara pasti dan ada hak untuk mengeluarkannya.
- 4) Nisab (batas minimal) Nisab adalah ukuran batas minimal harta yang dimiliki seseorang untuk mengeluarkan zakatnya, jadi apabila seseorang memiliki harta kekayaan yang kurang sampai pada nisab maka ia tidak wajib untuk mengeluarkan hartanya.
- 5) Haul (harta yang mencapai satu tahun) Syarat wajib zakat berikutnya adalah haul , dimana seseorang yang mempunyai harta mencapai satu tahun (haul), ia harus mengeluarkan zakatnya. Harta yang mencapai nisab tapi belum mencapai haul dibolehkan mengeluarkan zakatnya.

²⁰ M H Mustafa, "AL-HAJAT AL-ASLIYYAH DAN HARTA TERBEBAS HUTANG SEBAGAI SYARAT WAJIB ZAKAT MAL", *AL-KHARAJ I* No.2 (2021): 42-50

d. **Manfaat Zakat**

Adapun manfaat dari zakat adalah sebagai berikut:²¹

- a. Sebagai sarana menghindari kesenjangan sosial yang mungkin dapat terjadi antara kaum aghniya dan dhuafa.
- b. Sebagai sarana pembersihan harta dan juga ketamakan yang dapat terjadi serta dilakukan oleh orang yang jahat.
- c. Sebagai pengembangan potensi umat dan menunjukkan bahwa umat Islam merupakan ummatan wahidan (umat yang satu), musawah (persamaan derajat), ukhwah Islamiyah (persaudaraan Islam), dan tafakul ijti`ma (tanggung jawab bersama).
- d. Sebagai sarana memberantas penyakit iri hati bagi mereka yang tidak punya.
- e. Sebagai sarana menyucikan diri dari perbuatan dosa
- f. Sebagai sarana dimensi sosial dan ekonomi yang penting dalam Islam sebagai ibadah.
- g. Dukungan moral bagi muallaf.
- h. Zakat menjadi salah satu unsur penting dalam social distribution yang menegaskan bahwa Islam merupakan agama yang peduli dengan kehidupan sesama umat.

²¹ Anwar Sadat Harahap, "KAJIAN HUKUM Islam TERHADAP MANFAAT ZAKAT DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT", *Amaliah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, No 1 (2020): 99-105.

e. Penerima Zakat

Mustahik zakat (orang-orang yang berhak menerima zakat), kelompok penerima zakat (mustahik zakat) ada delapan:²² orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang di bujuk hatinya, untuk memerdekakan budak, orang-orang yang beutang, untuk jalan Allah, dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan.

- 1) Orang fakir (*Al-fuqara'*) *Al-fuqara'* adalah kelompok pertama yang menerima bagian zakat. *Al-fuqara'* adalah bentuk jamak dari *al-faqir*. *Al-faqir* menurut mazhab Syafi'i dan Hambali adalah orang yang tidak memiliki harta benda dan pekerjaan yang mampu memenuhi kebutuhannya sehari. Dia tidak memiliki suami, ayah-ibu dan keturunan yang dapat membiayainya, baik untuk membeli makanan, pakaian, maupun tempat tinggal.
- 2) Orang miskin (*al-masakin*) *Al-masakin* adalah bentuk jamak dari kata *al-miskin*. Kelompok ini merupakan kelompok kedua penerima zakat. Orang miskin ialah orang yang memiliki pekerjaan, tetapi penghasilannya tidak dapat dipakai untuk memenuhi hajatnya. Orang fakir menurut mazhab Syafi'i dan Hambali lebih sengsara dibandingkan dengan orang miskin.

²² Wahbah al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2005). Hal, 276.

- 3) Panitia zakat (*Al-amil*) Panitia zakat adalah orang-orang yang bekerja memengut zakat. Panitia ini disyaratkan harus memiliki sifat kejujuran dan menguasai hukum zakat. Yang boleh dikategorikan sebagai panitia zakat ialah orang yang ditugasi mengambil zakat sepersepuluh (*alasyir*).
- 4) Muallaf yang perlu ditundukkan hatinya Yang termasuk kelompok ini antara lain orang-orang yang lemah niatnya untuk memasuki Islam. Mereka diberi bagian dari zakat agar niat mereka memasuki Islam menjadi kuat.
- 5) Para budak Para budak yang dimaksud disini menurut jumhur ulama, ialah para budak muslim yang telah membuat perjanjian dengan tuannya (*almukattabun*). Untuk dimerdekakan dan tidak memiliki uang untuk membayar tebusan atas diri mereka, meskipun mereka telah bekerja keras dan membanting tulang mati-matian. Mereka tidak mungkin melepaskan diri dari orang yang tidak menginginkan kemerdekaannya kecuali telah membuat perjanjian. Jika ada seorang hamba yang dibeli, uangnya tidak akan diberikan kepadanya melainkan kepada tuannya Orang yang memiliki hutang Mereka adalah orang-orang yang memiliki hutang, baik hutang itu untuk dirinya sendiri maupun bukan, baik hutang itu dipergunakan hal-hal baik maupun untuk kemaksiatan. Jika hutang itu dilakukannya

untuk kepentingan sendiri dia tidak berhak mendapatkan bagian dari zakat kecuali dia adalah seorang fakir.

- 6) Orang yang berjuang di jalan Allah (*fi sabilillah*) Yang termasuk dalam kelompok ini ialah para pejuang yang berperang di jalan Allah yang tidak digaji oleh markas komando mereka karena yang mereka lakukan hanyalah berperang mengharap ridho Allah.
- 7) Orang yang sedang dalam perjalanan (*musyafir*) Orang yang sedang melakukan perjalanan adalah orang-orang yang bepergian (*musyafir*) untuk melaksanakan suatu hal yang baik tidak termasuk maksiat. Dia diperkirakan tidak akan mencapai maksud dan tujuannya jika tidak dibantu. Sesuatu yang termasuk perbuatan baik antara lain ibadah haji, berperang di jalan Allah, dan ziarah yang dianjurkan.

2. Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata dasar efektif. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, kata efektif memiliki arti efekt, pengaruh, akibat atau memberikan sebuah hasil. Jadi, efektivitas ialah keaktifan, adanya suatu kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang di tuju.

Pada dasarnya efektivitas menunjukkan pada taraf tercapainya sebuah hasil, yang senantiasa dikaitkan dengan pengertian

efisien, walaupun ada perbedaan di antara kedua nya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat pada bagaimana cara mencapai hasil yang di capai itu dengan membandingkan anatara input dan juga output nya.

Efektivitas merupakan salah satu alat yang di gunakan untuk mengukur prestasi kerja (*performance*). Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung arti ada efek nya (akibatnya, pengaruhnya, kesamaanya, atau mujarab, dapat membawa hasil, berhasil guna).²³

b. Pengukuran Efektivitas

Dalam pengukuran efektivitas menerangkan bahwa dalam mencapai suatu efektivitas haruslah dipenuhi dengan syarat-syarat sebagai berikut :

- 1) Kejelasan tujuan yang hendak dicapai atau sasaran program, hal ini dimaksud supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah serta tujuan organisasi dapat tercapai.
- 2) Sosialisasi proses analisa dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak di capai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan harus mampu

²³ Pusat Bahasa Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,2001),hlm.289.

menjembatani tujuan-tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.

- 3) Pencapaian tujuan, bagaimanapun baiknya, suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasaran nya karena dengan pelaksanaan organisasi semakain di dekatkan pada tujuannya.
- 4) Pemantauan atau sistem pengawasan yang bersifat mendidik, mengingat sifat manusia yang tidak sempurna maka efektivitas organisasi menuntut terdapatnya sistem pengawasan dan pengendalian.²⁴

3. Penghimpunan Zakat

a. Pengertian Penghimpunan

Secara bahasa *fundraising* dalam kamus Inggris-Indonesia dimaknai jadi penghimpunan keuangan atau penyimpan keuangan Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia penghimpunan dana atau pengelola dana berarti proses, cara, pengumpulan, penghimpunan, penyampaian.²⁵

Fundraising atau penggalangan dana dalam arti lain adalah penggalangan dana oleh penggalang dana melalui individu dan kelompok yang membujuk masyarakat dengan tujuannya agar

²⁴ Sondang P. Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara ,2019),Hlm.77

²⁵ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 12

warga menyalurkan dana melalui badan atau instansi kemudian menyalurkan dana yang terkumpul tersebut kepada yang berhak atas dana tersebut. Penghimpunan dan dipahami sebagai proses mempengaruhi masyarakat, baik sebagai individu individu maupun sebagai perwakilan masyarakat dan lembaga untuk menyalurkan dana kepada suatu organisasi.

Dari pengertian di atas dapat dilihat bahwa penggalangan dana adalah suatu proses mempengaruhi masyarakat atau calon donatur agar bersedia berbuat baik dalam bentuk sumbangan dana atau sumber daya berharga lainnya, yang akan disalurkan kepada mereka yang membutuhkan. Proses mempengaruhi disini meliputi kegiatan seperti menginformasikan, mengingatkan, mendorong, membujuk, dan membujuk. dalam rangka penggalangan dana, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan tranfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur, untuk melakukan kegiatan program atau yang berhubungan dengan pengelolaan kerja sebuah lembaga.²⁶

²⁶ April Purwanto, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Sukses, 2009), 12

b. Tujuan Penghimpunan

Adapun tujuan dari *fundraising* yaitu:

- 1) Tujuan penghimpunan dana merupakan tujuan yang paling mendasar. Sasaran ini menjadi prioritas utama badan pengelola, itulah sebabnya pengelolaan penggalangan dana dijalankan.
- 2) Menambah potensi donatur atau menambah jumlah donatur. Lembaga yang melakukan penggalangan dana harus terus menambah jumlah donatur.
- 3) Membangun dan memajukan nama baik instansi, bahwasannya kegiatan dari penghimpunan yang dijalankan sebuah LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), baik itu dengan langsung atau tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga.
- 4) Tujuan selanjutnya yakni memajukan rasa kegembiraan para kontributor yang merupakan tujuan akhir dan memiliki nilai yang jangkaunya lama, walaupun secara teknis pengoprasian di jalan tiap hari. Secara otomatis kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.²⁷

c. Metode Penghimpunan Dana Zakat

Ada banyak cara untuk mengumpulkan uang melalui kegiatan penggalangan dana. Metode penggalangan dana adalah cara umum yang digunakan instansi untuk mengumpulkan uang dari masyarakat. Metode ini memiliki jenis yang tak yang

²⁷ Ahmad Juawani, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, (Jakarta: Piramedia, 2005), 5

diantaranya yaitu: langsung dan tidak langsung. Cara langsung dan tidak langsung adalah sebagai berikut:²⁸

1) *Direct Fundraising* (Teknik *Fundraising* Langsung)

Pada teknik memakai cara yang mengikutsertakan partisipasinya Muzakki. Model penggalangan dana sebagaimana tahap pembicaraan dengan respon pembayar bisa dikerjakan dengan instan. Dimana dengan diterapkannya teknik ini, jika ternyata pembayar ingin berdonasi sesudah didapati iklan dari penggalangan dana organisasi, beliau bisa melakukannya segera dalam hal melengkapi informasi yang dibutuhkan untuk donasi.

2) *Inderect Fundraising* (teknik *Fundraising* Tak Langsung)

Teknik ini mengimplementasikan cara yang tidak mengandalkan hadirnya muzakki. Suatu wujud pembiayaan yang tidak dijalankan dengan menyerahkan fasilitas dengan langsung kepada pezakat yang langsung tanggap. Cara tersebut merupakan teknik dalam mempromosikan yang tertuju pada terciptanya nama baik instansi yang tangguh tidak perlu diinstruksikan buat mendonasikan transaksi kala itu. Proses ini dapat memakan waktu cukup lama bagi calon donor untuk berkontribusi pada Institut.

²⁸ Widi, Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal IMARA*, 2017, 62.

Secara umum, sebuah lembaga dapat menggunakan kedua metode penggalangan dana. Kedua cara ini dimilikinya masing-masing manfaat dan tujuan. Metode Langsung diperlukan karena tanpanya, Muzakki tidak akan bisa berdonasi dengan mudah. Jika lembaga hanya menggunakan satu metode langsung untuk menarik donatur, maka akan terkesan kaku dan membosankan. Metode tidak langsung digunakan untuk menarik muzakki yang saat itu tidak merespon langsung untuk berdonasi. Jika lembaga hanya tertuju pada teknik yang satu ini, maka pengaruhnya pada akuisisi dana lembaga ZIS. Kedua teknik ini tersebut bisa diaplikasikan dengan fleksibel, serta seluruh institusi diharuskan cermat menggabungkan kedua metode ini.

4. Digital Fundraising

a. Pengertian Digital Fundraising

Secara umum bisa diutarakan bahwasannya aktivitas fundraising meliputi dua macam yakni kegiatan penghimpunan dan marketing atau pemasaran. Tapi tentu saja pemasaran dan penggalangan dana memiliki perbedaan terutama pada produk yang ditawarkan. Jika di pemasaran itu seperti sebuah bisnis produk yang ditawarkan bersifat nyata dan diproduksi maksudnya itu guna kebutuhan dan keinginan dari costumer agar mereka merasa puas, kemudian dalam fundraising pproduk yang

ditawarkan sebagai program itu juga dapat menjadi rancangan yang tidak mungkin guna terpenuhinya kepentingan dan kemauan dari calon konsumen.²⁹ Jadi Digital Fundraising adalah cara untuk menyampaikan pemikiran dari item atau program yang disajikan sepenuhnya dengan niat untuk membuat keakraban dengan para calon dari kontributor dengan menggunakan sarana yang basisnya web dimana bisa disalurkan lewat komputer dan alat elektronik yang lain.

b. Tujuan Digital Fundraising

Adapun tujuan fundrasing untuk suatu organisasi zakat yang antara lain sebagai berikut:³⁰

- 1) Awal tujuan dari pekerjaan *fundraising* adalah untuk menghimpun uang. Menurut istilah (*fundraising*) artinya menghimpun kapital, akan tetapi dalam hal ini yang dituju bukan sajasedera kapital, melainkan kapital dalam makna yang meluas, tergolong benda atau jasa yang mempunyai nilai materi, walaupun kapital dalam makna peranan yang amat penting, sebab suatu badan zakat tanpa uang tentunya tidak akan dapat berfungsi dengan baik, walaupun dimilikinya kesuksesan yang lainnya.

²⁹ Ade Nur Rohim, "Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising", *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, Volume 2. no.3.(2015),

³⁰ Rizka Yasin Yusuf, "Strategi Fundraising DiLaznas Dompot Dhuafa Jawa tengah", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018). 22

- 2) Penggalangan dan tujuannya juga untuk meningkatkan total dari muzakki dan donatur. Organisasi pengelola zakat yang baik adalah organisasi pengelola zakat yang memiliki data harian perkembangan muzaki dan donatur. Yang dibutuhkan adalah peningkatan jumlah dana yang harus dimiliki oleh organisasi pengelola zakat. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan donasi dari masing-masing donatur, atau dengan menambah jumlah donatur.
- 3) Citra lembaga pengelola zakat akan dipengaruhi oleh kinerjanya atau persepsi masyarakat. Tentunya jika reaksi masyarakat baik maka akan semakin banyak donatur dan muzakki yang akan berpartisipasi, namun jika organisasi pengelola zakat tidak dievaluasi dengan baik maka tidak diragukan lagi akan mempengaruhi keberlangsungan organisasi pengelola zakat.
- 4) Tujuan penggalangan dana adalah untuk memuaskan para donatur dan muzakki agar terus memberikan bantuan dana kepada organisasi pengelola zakat. Hal ini dapat dilakukan dengan memuaskan para donatur dengan pelayanan, program, dan operasional organisasi pengelola zakat. Jika para donatur dan muzakki puas dengan pengaturan tersebut, kemungkinan besar donatur akan terus bergabung dengan organisasi pengelola zakat.

5) Menarik orang-orang yang bersimpati atau mendukung tujuan Anda. Organisasi Pengelola Zakat pasti akan membutuhkan perpanjangan organisasinya untuk memperjelas tujuan dan gerakan mereka dan disini peran simpatisan atau pendukung akan membantu Organisasi Pengelola Zakat dalam mengkomunikasikan informasi Organisasi Pengelola Zakat kepada masyarakat luas. Akan tetapi, tidak mudah untuk diprolehnya empati ataupun penyupport. Perlu gambaran organisasi yang positif, agar para pendukungnya mau berpartisipasi dan menolong keterlangsungan badan pengeawas zakat.

c. Manfaat Digital Fundraising

Munculnya Internet atau media sosial melenyapkan batas waktu dan tempat. Organisasi ataupun instansi yang mengelola perzakatan dimilikinya suatu peluang yang sama bagi masyarakat umum guna bisa untuk mengakses dan diakses. Digital Fundraising mempunyai manfaat untuk sebuah lembaga ialah.³¹

1) Membuat market place lebih luas baik itu ke pasar nasional ataupun internasional.

³¹ Siti SaharaSiregar&HendraKholid,“Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-Commerce (Studi Komparatif Act,Dompot Dhuafa,Rumah Zakat)” *Jurnal al-Mizan*,Vol.3,No.2., (2019). 81

- 2) Menurunkan administrasi produksi, pembentukan maupun penyaluran penyimpanan serta penelusuran berita yang memakai kertas.
- 3) Menghemat bermacam administrasi operasional seperti biaya transport, telekomunikasi, ataupun sewa.
- 4) Memajukan penjualan dan perekonomian nasional guna lebih terjadi peningkatan masyarakat yang sejahtera.
- 5) Memajukan keefektifitasan pelayanan pada khalayak umum.
- 6) Informasi dapat diakses dengan lebih cepat

Selain dimilikinya kemanfaatan untuk lembaganya Digital Fundraising mempunyai manfaat juga untuk muzakki (orang yang berzakat), ialah:³²

- 1) Zakat dapat dipantau oleh muzakki
- 2) Ini memberi muzakki lebih banyak opsi pemrograman.
- 3) Memberi tahu tentang sumbangan yang diberikan oleh muzakki.
- 4) Memungkinkan muzakki untuk dengan mudah meninjau riwayat donasi dan mencetak bukti setoran yang diperlukan.
- 5) Mempermudah akses terhadap berbagai informasi terkait zakat.

³² Maghfirah, Fitri. "Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online." *Az Zarka* 12.2 (2020): 62

- 6) Memudahkan wajib zakat dalam menunaikan kewajibannya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, metode ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) yang mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generealisasi.³³

Peneliti memilih pendekatan kualitatif dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas yang dilakukan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam penghimpunan zakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field reaseach*). Karena penelitian ini berdasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap efektivitas yang dilakukan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam penghimpunan zakat.

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. Contoh: Penelitian di desa “X” dengan unit analisisnya “individu”.³⁴

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 9.

³⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 46.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Perumahan Taman Gading, Blok P-8, Tumpengsari, Tegal Besar, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131. Alasan memilih lokasi tersebut yaitu karena LAZNAS Nurul Hayat Jember merupakan salah satu lembaga zakat yang menerapkan Digital Fundraising dalam menghimpun dana zakat.

C. Subyek Penelitian

Untuk menentukan subyek penelitian sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu tersebut misalnya, orang yang dijadikan sebagai informan adalah orang dianggap paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi informan utama (*key informan*) adalah orang yang dianggap paling paham mengenai segala aktivitas yang ada di lembaga tersebut yaitu peneliti memilih Bapak Zaky Noerahman, S.T selaku Ketua Cabang LAZNAS Nurul Hayat Jember.

Selain itu, data dalam penelitian ini juga digali dari beberapa informan pendukung lainnya, yang peneliti anggap memiliki kapasitas untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian ini, oleh karena itu .dalam hal ini peneliti mendapat informasi tambahan dari:

Adapun informan yang akan dipilih adalah sebagai berikut:

- 1) Ketua Cabang LAZNAS Nurul Hayat Jember (Bapak Zaky Noerahman, S.T)
- 2) Staff Program LAZNAS Nurul Hayat Jember (Bapak Aryudi Irawan, T.T)

- 3) Staff *Fundraising* LAZNAS Nurul Hayat Jember (Bapak Amirul Mukmini)
- 4) Staff *Fundraising* LAZNAS Nurul Hayat Jember (Bapak Zaenullah, S.Pd)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang tidak dapat dapat dihindari dalam kegiatan penelitian. Ketika sudah berada di lapangan, penelitian kualitatif kebanyakan berurusan dengan fenomena, disini fenomena itu perlu didekati oleh peneliti dengan terlibat langsung pada situasi riil, jadi tidak cukup meminta bantuan orang atau sebatas mendengar penuturan secara jarak jauh. Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data seperti, wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang mana masing-masing proses tersebut mempunyai peran penting dalam upaya mendapatkan informasi yang akurat dan sebanyak-banyaknya.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Pelaksanaan observasi ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah peneliti tidak terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati. Sambil melakukan pengamatan, peneliti hanya mendapatkan sumber data atau informasi dari pimpinan dan karyawan LAZNAS Nurul Hayat Jember. Maka data yang

diperoleh akan lebih lengkap dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak³⁵

- 1) Letak geografis LAZNAS Nurul Hayat Jember
- 2) Bagaimana efektivitas penghimpunan dana zakat melalui Digital Fundraising di LAZNAS Nurul Hayat Jember
- 3) Bagaimana manfaat dari efektivitas penghimpunan dana zakat melalui Digital Fundraising di LAZNAS Nurul Hayat Jember

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang berwenang untuk dimintai keterangan dan mendapatkannya secara umum mengenai penelitian dan masalah khusus yang diteliti. Adapun maksud dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi tentang bagaimana efektivitas yang dilakukan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam penghimpunan zakat.

Pada metode ini peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data tentang :

- 1) Profil LAZNAS Nurul Hayat Jember
- 2) Visi dan Misi LAZNAS Nurul Hayat Jember
- 3) Efektivitas penghimpunan dana zakat melalui Digital Fundraising di LAZNAS Nurul Hayat Jember.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 145.

- 4) Manfaat efektivitas penghimpunan dana zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data atau informasi dengan menggunakan tiga sumber yaitu: tulisan, tempat, ketaatan dan orang. Peneliti meneliti benda-benda antara lain berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda.³⁶

Adapun data yang akan diperoleh dengan teknik dokumentasi adalah:

- 1) Sejarah berdirinya LAZNAS Nurul Hayat Jember.
- 2) Mengenai visi misi LAZNAS Nurul Hayat Jember.
- 3) Struktur Organisasi LAZNAS Nurul Hayat Jember.
- 4) Jumlah karyawan LAZNAS Nurul Hayat Jember.

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif menurut Sugiyono adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.³⁷

³⁶ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2007), 216.

³⁷ Ibid., 147.

Adapun aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Analisis data tersebut dilakukan setelah proses pengumpulan data.

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses analisis data setelah peneliti memasuki lapangan. Semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi.

Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka selanjutnya peneliti melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchat* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Sebagaimana pernyataan Miles dan Huberman menjelaskan bahwa, dengan melakukan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya apa yang telah di pahami tersebut. Penyajian data ini dilakukan setelah melakukan reduksi data. Data-data yang dirangkum kemudian disajikan dalam bentuk narasi yang memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian ini.³⁸

³⁸ Ibid. 249.

c. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penyajian dan analisis data maka, langkah selanjutnya yaitu membuat kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.³⁹

F. Teknik keabsahan data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan di pertanggung jawabkan secara ilmiah. Keabsahan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi dengan sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Hal ini dapat di capai dengan cara sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi

³⁹ Ibid. 253.

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan presepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.⁴⁰

G. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian, dalam penelitian ini terdapat tiga tahapan yang ditempuh peneliti yaitu:

a. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap ini langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari permasalahan dan mencari referensi terkait dengan judul penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu "Efektivita Pengumpulan Dana Zakat Melalui Digital Fundraising Oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember". Adapun tahap pra lapangan meliputi:

- 1) Menyusun rancangan penelitian
 - 2) Memilih objek penelitian.
 - 3) Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.
 - 4) Mengajukan judul kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Peneliti mengajukan judul yang telah dilengkapi dengan latar belakang, fokus penelitian, dan tujuan penelitian.

⁴⁰ Iskandar, *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta:Gaung Persada Press, 2009), 330.

- 5) Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari refrensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
- 6) Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
- 7) Mengurus perizinan penelitian.
- 8) Mengarsipkan penelitian lapangan.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, setelah mendapatkan izin untuk penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan judul yang telah ditetapkan oleh peneliti.

c. Tahap Penyusunan Laporan

Setelah peneliti mendapatkan data, dan data tersebut sudah dianalisis, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat laporan penelitian. Laporan penelitian tersebut kemudian diserahkan kepada dosen pembimbing untuk dikoreksi dan direvisi jika ada kesalahan dan kekurangan.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Nurul Hayat

Yayasan Nurul Hayat merupakan yayasan yang bergerak dalam bidang sosial dan dakwah. Yayasan ini berpusat di kota Surabaya dan memiliki cabang yang tersebar di beberapa kota lainnya. Salah satunya adalah di kota Jember, yang terletak di Perumahan Taman Gading, Blok P-8, Tumpengsari, Tegal Besar, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131

Yayasan Nurul Hayat Jember didirikan sejak tahun 2014. Yayasan Nurul Hayat ini dicita-citakan untuk menjadi lembaga yang memiliki umat yang mandiri. Lembaga milik umat ini artinya adalah lembaga yang dipercaya oleh umat karena mengedepankan transparansi dalam pengelolaan dana amanah dari umat. Sedangkan arti lembaga yang mandiri adalah semua biaya operasional termasuk gaji karyawan dipenuhi secara mandiri dari hasil unit usaha dan jasa layanan aqiqoh yang berkembang pesat di berbagai daerah. Sehingga, donasi umat yang berupa zakat, infaq, dan shodaqoh 100% disalurkan untuk mendukung program layanan sosial, pemberdayaan dan dakwah Nurul Hayat. Gaji santri khidmat Nurul Hayat

dipenuhi dari hasil unit usaha, sehingga amanah zakat dan shodaqoh dioptimalkan untuk program pemberdayaan.⁴¹

Yayasan Nurul Hayat Jember memiliki beberapa layanan sosial, diantaranya:

1. Sayang (Sahabat Yatim Cemerlang), sebanyak 640 anak Yatim Dhu'afa mendapatkan beasiswa dari Nurul Hayat Jember setiap 3 bulan sekali sebesar Rp. 200.000 bagi siswa SD dan sebesar Rp. 250.000 bagi siswa SMP.
2. Pemberdayaan Yatim, ada 12 titik/wilayah pemberdayaan untuk anak Yatim Dhu'afa dengan menari bakat. Binaan tersebut diantaranya adalah, Latihan Qari', Al-Banjari, Kursus Bahasa Arab, Kursus Bahasa Inggris dan Kursus Komputer.
3. Sajada (Santunan Janda Tua Dhuafa), ada 240 janda tua dhuafa yang setiap bulannya mendapatkan sembako dan uang senilai Rp. 50.000 dari Nurul Hayat Jember.
4. Kajian Ahad Dhuha, kajian keagamaan untuk umum yang dilaksanakan 1 Tahun 4x
5. Tafaqur (Tanda Cinta Untuk Menghafal Al-Qur'an), kegiatan yang dikhususkan untuk para penghafal Al-Qur'an. Setiap satu bulan 2x mengadakan khatmil Qur'an di kantor Yayasan Nurul Hayat, kecuali ada permintaan di rumah jamaah masing-masing.

⁴¹ Abdul Latip, S.H.I., wawancara oleh penulis, Jember, 23 Maret 2023

6. Matabaca (Majlis Taklim Abang Becak), kegiatan pembinaan keagamaan yang dilakukan khusus untuk para abang becak yang dilaksanakan setiap satu bulan sekali yang tersebar di 4 wilayah yaitu, Pasar Kepatihan, Pasar Tanjung, Pasar Kreongan, dan Pasar Sabtuan. Ada 100 Jama'ah dibagi ke-4 wilayah, Masing-masingnya ada 25 jama'ah.
7. Kajian Bunda Yatim, yaitu majlis taklim khusus ibu-ibu dari anak yatim yang tersebar di 6 titik di daerah Jember yaitu, Jelbuk, Jatisari Jenggawah, Cangkring Jenggawah, Dukuh Mencek, Kesilir Suluhan dan Tanjungrejo Wuluhan. Pelaksanaannya 1 bulan 1x.
8. Praktis (Program Praktik Medis Sosial), merupakan bantuan yang berupa pengobatan penyakit ringan gratis yang diselenggarakan 2-3x pertahun di 2 lokasi yang berbeda, program ini memiliki target 200 orang tiap kali di adakan.
9. Sahabat (Santunan Kesehatan dan Berobat), yayasan Nurul Hayat membantu ratusan faqir miskin untuk mendapatkan pelayanan kesehatan gratis. Namun bantuan ini khusus untuk penyakit ringan saja, jika terdapat fakir miskin yang memiliki penyakit berat maka lembaga akan membantu menggalang dana melalui website <https://zakatkita.org>. Perbedaan program sahabat dengan program Praktis ialah adanya pendaftaran program sahabat sebelum mendapatkan pemeriksaan kesehatan gratis.

10. Dansos (Dana Sosial), yaitu bantuan untuk orang-orang yang sangat membutuhkan, seperti bantuan menebus obat bagi pasien yang tidak mampu membeli/menebus obatnya sendiri, biaya menebus ijazah karena punya tunggakan hutang disekolah, dll.
11. Sigap (Aksi Tangga Bencana), yaitu kegiatan yang dilakukan setiap ada bencana di Jember maupun di daerah sekitar Jember dengan memberikan bantuan sosial berupa makanan dan obat-obatan, dll.
12. Genpres (Generasi Prestasi), yaitu beasiswa untuk anak yatim Dhuafa yang berprestasi.
13. Warung Berkah, setiap Jum'at Nurul Hayat Jember membuka warung berkah di 3 titik/wilayah, yaitu depan Pasar Tanjung, Pasar Mangli dan Pasar Jenggawah. Setiap hari Jum'at memberikan makanan gratis bagi yang tidak mampu.
14. Rombongan Berkah, yaitu bantuan untuk keluarga yang mau membuka usaha namun tidak ada rombongan atau yang sudah rusak rombongan.
15. Ibuqu (Intensif Bulanan Guru Al-Qur'an), kurang lebih ada 295 orang penerima IBUQU, bantuan berupa pemberian intensif yang cair setiap 3 bulan sekali dengan syarat menyetorkan absen bulanan dan pendampingan usaha ekonomi kreatif guru Al-Qur'an.
16. Sarpras TPQ (Sarana dan Pra Sarana TPQ), kurang lebih ada 100 TPQ di Jember yang mendapat bantuan sarana dan pra sarana dari Nurul Hayat Jember. (Di 2023 Masih tertunda)

17. Surga Desa (Sumur untuk Warga Desa), yaitu program pembangunan ataupun pengeboran sumur di tempat-tempat yang kesulitan air.
18. Ternak Desa Sejahtera (TDS), yaitu program pemberian modal berupa kambing kepada 10 peternak, controlling dilakukan setiap bulan dengan menimbang dan mencatat berat kambing, kambing-kambing tersebut dipanen dengan cara dijual seminggu sebelum idul adha. Laba dari penjualan tersebut diambil oleh lembaga sebesar 10% untuk dibelikan sembako dan disalurkan kepada mereka yang membutuhkan.
19. Sahabat Masjid Musholla, yaitu program bantuan berupa renovasi masjid maupun musholla yang dilakukan 2 bulan sekali, Dana nya yaitu dari hasil galang dana. (Di 2023 masih tertunda)
20. Khitan Masal, yaitu program yang dilaksanakan setahun 2x dengan maksimal peserta sebanyak 100 orang.
21. Bedah Rumah, yaitu bantuan berupa pembangunan rumah yang dilakukan minimal sebanyak 1 rumah tiap 2 bulan 1x dengan anggaran Rp. 15.000.000.⁴²

Selain itu, Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember juga memiliki beberapa unit usaha, seperti:

1. Aqiqah Siap Saji

Aqiqah Nurul Hayat merupakan unit usaha utama di lembaga amil zakat Nurul Hayat Jember. Aqiqah siap saji berdiri sejak tahun 2003 dan dikenal sebagai “Pelopor Aqiqah Siap Saji”. Aqiqah siap saji

⁴² Aryudi Irawan, S.T, Staf Laysos LAZNAS Nurul Hayat Jember, 17 Maret 2023

menyediakan kambing mentah maupun olahan matang seperti sate, gule, krengseng, rending, dan lain-lain. Aqiqah siap saji menjadi pilihan banyak customar karena dari proses pemilihan kambing, penyembelihan, hingga hasil masakannya yang sudah terjamin karena bersertifikat halal MUI dan telah mendapatkan rekor MURI dan menjadi langganan masyarakat, tokoh, dan artis.

2. HJ (Hafidz Junior)

Hafidz Junior merupakan salah satu unit usaha Nurul Hayat yang fokus bergerak di bidang tahfidz Al-Qur'an untuk anak usia dini dengan tujuan untuk menumbuhkan kebiasaan membaca dan menghafal Al-Qur'an sejak dini serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari yang dapat membentuk karakter beradab dan berakhlak mulia. Hafidz Junior atau HJ Nurul Hayat memiliki target minimal hafal 3 juz Al-qur'an.

3. Majalah Anas (Anak Sholeh)

Majalah Anas merupakan salah satu unit usaha Nurul Hayat yang dikhususkan untuk anak-anak. Majalah Anas sangat membantu dalam menambah wawasan anak-anak, hal ini dikarenakan di dalamnya terdapat nilai-nilai agama yang cukup luas dan dapat dijadikan contoh yang bagi anak-anak di setiap edisinya. Majalah Anas diterbitkan oleh kantor pusat tiap satu bulan sekali.⁴³

⁴³ Amirul Mukminin, wawancara oleh penulis, 17 Februari 2023

4. Qurban

Unit usaha qurban memiliki sedikit kesamaan dengan unit usaha aqiqah siap saji, yakni produk utama keduanya adalah daging kambing. Hanya saja, unit usaha qurban berjalan hanya pada saat idul adha, sedangkan unit usaha aqiqah selalu berjalan setiap harinya.

Prinseip-prinsip Yayasan Nurul Hayat Jember

a. Amanah

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

b. Profesional

- 1) Nurul Hayat telah menerapkan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2008
- 2) Konsisten menerapkan budaya kerja 5 R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat dan Rajin)

- 3) Dipercaya sebagai Yayasan Beretos Perusahaan dari Koran Jawa Pos

c. Memberdayakan

Lebih dari 22 ribu orang tiap bulan menerima program kemanfaatan Nurul Hayat. Karena kemanfaatan itu pula Nurul Hayat menerima berbagai apresiasi seperti *Pro Poor Awards*, penghargaan lembaga peduli anak dari PP dan PA, Panti Asuhan terbaik dan lain-lain.

2. Visi dan Misi Nurul Hayat Jember

Visi : Mengabdikan kepada Allah dan Membangun Umat

Misi : Menebar kemanfaatan dan pemberdayaan umat di bidang Dakwah, Sosial, Kesehatan, Pendidikan dan Ekonomi.

Motto : Sejuk Untuk Semua

Nurul Hayat Sejuk Untuk Semua adalah sebuah tekad agar dimanapun Nurul Hayat berada harus selalu menghadirkan kesejukan bagi sekitarnya. Sejuk Untuk Semua juga penegasan bahwa Nurul Hayat secara organisasi tidak berafiliasi dengan suatu paham atau golongan tertentu sehingga diharapkan Nurul Hayat dapat diterima dan memberi kemanfaatan untuk golongan manapun dan kemanapun.

Sejuk Untuk Semua adalah misi qur'ani untuk menjadi Rahmatan lil 'Alamin. Yaitu berdakwah Islam menggunakan hikmah dan perkataan yang baik (mau'idzah hasanah), seperti tolong menolong dalam kebaikan.⁴⁴

3. Struktur Lembaga Nurul Hayat Jember

Kepala Cabang : Zaky Noerahman, S.T

Staff Administrasi : Riska Farhanisa S.Akun

Staff Keuangan : Inur Lailatul Muawanah, S.Akun

Staff Program : Aryudi Irawan, S.T

⁴⁴ Abdul Latip, S.H.I., wawancara oleh penulis, Jember, 02 Maret 2023

Staff Fundraising : Khusnul Khotimah, S.H.I

Andri Warisandre, S.E

Muhammad Ihsan, S.Pd.I

Zeanullah S.Pd

Ahmad Iqbal Basofi, S.E

Amirul Mukminin

Staff Driver : Anang Subakri

4. Kegiatan Pokok Nurul Hayat Jember

- a. Meningkatkan kesadaran umat untuk menunaikan ibadah zakat
- b. Mengajak masyarakat menjalankan sunnah aqiqah, sekaligus mengembangkan unit usaha aqiqah siap saji
- c. Memberdayakan masyarakat hingga tercapai kesejahteraan melalui pendayagunaan zakat
- d. Memberikan layanan social dan dakwah untuk umat muslim
- e. Mengembangkan manajemen yang amanah, profesuonal dan transparan dalam mengelola zakat.⁴⁵

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam setiap penelitian harus disertai dengan menyajikan data, karena penyajian data dalam penelitian ini digunakan sebagai penguat. Oleh karena itu data inilah yang akan dianalisis sehingga menghasilkan Kesimpulan dalam penelitian ini. Sesuai dengan Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakana penyajian data melalui observasi,

⁴⁵ Abdul Latip, S.H.I, wawancara oleh penulis, Jember, 02 Maret 2023

wawancara, foto, rekaman, dan dokumentasi sebagai penguat dan pendukung dalam penelitian ini. Secara beruntun akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian.

1. Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember

LAZNAS Nurul Hayat Jember sudah lama melaksanakan kegiatan penghimpunan dana zakat melalui digital marketing. Kanal yang dimanfaatkan meliputi situs resmi platform media sosial seperti, Instagram, Facebook, Tiktok serta layanan komunikasi seperti WhatsApp. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah memperluas jangkauan kepada para muzakki secara lebih efektif dan efisien, sekaligus membangun hubungan emosional melalui penyajian konten yang bersifat informatif dan menginspirasi.⁴⁶

a. Content Marketing

Content Marketing merupakan sebutan lain dari platform internal, yang termasuk kedalam salah satu dari empat strategi fundraising digital yang telah di kembangkan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

Dalam rangka menggalang dana zakat LAZNAS Nurul Hayat Jember mengimplementasikan strategi content marketing yang menitikberatkan pada penyajian materi yang inspiratif, edukatif, dan mampu membangun kepercayaan publik terhadap kredibilitas lembaga. Konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat informatif,

⁴⁶ Dokumen LAZNAS Nurul Hayat

melainkan juga dirancang untuk menjangkau sisi emosional, spiritual, dan rasional dari para calon donatur. Strategi ini bekerja dengan cara mengembangkan layanan donasi secara daring melalui internet dan perangkat android dalam bentuk situs web. Website adalah sebuah alamat dalam bentuk tautan (link) yang dapat diakses melalui browser seperti Google,Chrome, dan lainnya. Saat tautan website tersebut dibuka, pengguna akan diarahkan ke alamat situs atau halaman yang berisi sejumlah informasi seperti gambar, teks, data, pengumuman, dan sebagainya. LAZNAS Nurul Hayat Jember mempunyai website resmi yang digunakan sebagai media informasi dan layanan bagi masyarakat. berikut website LAZNAS Nurul Hayat Jember (<https://zakatkita.org>). LAZNAS Nurul Hayat Jember mengoptimalkan peran website lebih dari sekedar wadah penyampaian informasi, tetapi juga sebagai platform layanan dan media penghimpunan dana zakat. Sebagaimana yang dijelaskan dari staf Fundraising Amirul Mukminin yaitu:

“Bahwa di website tersebut kami memberikan informasi yang penting saja, kami juga memberikan layanan donasi, tanya jawab dan melakukan penghimpunan dana untuk memudahkan masyarakat dan muzakki untuk membayar zakat”⁴⁷

Hal tersebut juga disampaikan oleh Staff Fundraising yang lain yaitu

Andri Warisandri yaitu :

“Dengan adanya website ini lebih memudahkan para donatur untuk bagaimana mengetahui program yang ada di LAZNAS

⁴⁷ Amirul Mukminin diwawancarai oleh penulis

Nurul Hayat, sehingga donatur juga bisa memantau terkait kebutuhan dan kekurangan program yang dijalankan oleh Lembaga.⁴⁸

Pernyataan tersebut juga selaras dengan pernyataan dari Staff Fundraising yang lain yaitu M. Ihsan :

“Dengan adanya platform zakatkita, sangat membantu untuk bagaimana meningkatkan pendapatan tiap petugas fundraising, dengan adanya platform zakatkita para donatur jadi lebih mudah untuk menunaikan zakat dan kewajibannya.”⁴⁹

Website LAZNAS Nurul Hayat Jember berfungsi sebagai media utama dalam menyampaikan informasi yang bersifat mendidik, meyakinkan, serta bertujuan membangun kredibilitas lembaga di mata publik. Konten yang disajikan mencakup:

1) Rincian Program

Setiap program yang ditawarkan, seperti bantuan di bidang pendidikan, ekonomi, maupun penanganan bencana, disampaikan secara rinci mencakup tujuan, target penerima manfaat, dan hasil yang ingin dicapai. Penyajian informasi dilakukan dengan gaya naratif yang dirancang untuk menggugah sisi emosional para pengunjung website.⁵⁰

⁴⁸ Andri warisandri diwawancarai oleh penulis

⁴⁹ M. Ihsan diwawancarai oleh penulis

⁵⁰ Dokumen Nurul Hayat

2) Sosialisasi Zakat dan Petunjuk bagi Muzakki

Pengunjung website disuguhi informasi komprehensif mengenai zakat, mencakup ragam jenisnya, syarat kewajiban, metode perhitungan, serta dampak sosial dan spiritual yang ditimbulkan. Penyampaian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi zakat di tengah masyarakat yang semakin akrab dengan teknologi digital.

3) Laporan dan Transparansi

LAZNAS Nurul Hayat Jember secara berkala menyajikan ringkasan laporan terkait jumlah donasi yang diterima beserta alokasinya. Penyampaian informasi ini bertujuan untuk meneguhkan kepercayaan publik bahwa dana yang disalurkan dikelola dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Website LAZNAS Nurul Hayat Jember juga turut berfungsi sebagai platform layanan digital yang memudahkan para donatur. Beragam bentuk layanan yang tersedia di antaranya meliputi:

1) Kemudahan dalam Mengakses Donasi

Para donatur diberi keleluasaan untuk memilih jenis zakat atau program yang ingin mereka dukung hanya melalui beberapa langkah sederhana. Fasilitas ini memungkinkan proses

donasi berlangsung secara cepat, efisien, dan dapat dilakukan kapan saja.⁵¹

2) Panduan Donasi yang Jelas

Website LAZNAS Nurul Hayat Jember Banjarbaru juga menyediakan petunjuk teknis yang jelas dan mudah dipahami terkait prosedur donasi, mencakup detail rekening bank, formulir konfirmasi, serta informasi kontak layanan bantuan apabila donatur mengalami kendala.

3) Layanan Konfirmasi dan Ucapan terimakasih

Usai melakukan donasi, donatur dipandu untuk mengisi konfirmasi dan akan memperoleh ucapan terima kasih secara digital. Layanan ini menjadi bagian dari upaya membangun hubungan jangka panjang dan berkelanjutan antara lembaga dengan para donaturnya.

Fungsi lain dari website LAZNAS Nurul Hayat Jember itu ada alat penghimpunan dana digital. Beragam strategi diterapkan guna memaksimalkan fungsi tersebut, di antaranya adalah:

1) Tombol Donasi yang Mudah dijangkau

Hampir di setiap halaman website tersedia tombol ajakan berdonasi (call to action) yang secara langsung mengarahkan pengunjung ke laman donasi. Fitur ini

⁵¹ Zakatkita.org

dirancang untuk memudahkan pengunjung dalam membuat keputusan dan segera melakukan aksi.⁵²

2) Optimalisasi SEO dan Pembaruan Konten Berkala

LAZNAS Nurul Hayat Jember menerapkan strategi konten berbasis kata kunci tertentu guna meningkatkan visibilitas program donasi di mesin pencari. Selain itu, pembaruan konten dilakukan secara rutin menyesuaikan dengan momentum keagamaan dan peristiwa sosial, seperti bulan Ramadhan, Idul adha, maupun saat terjadi bencana alam.⁵³

3) Penyampaian Dampak dan Testimoni Sosial

Dalam upaya meningkatkan partisipasi donasi, LAZNAS Nurul Hayat Jember menampilkan kisah keberhasilan serta testimoni dari para penerima manfaat dan donatur sebelumnya. Bukti sosial semacam ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan memotivasi pengunjung lainnya untuk turut berdonasi.

Strategi LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam menarik donatur untuk membayar zakat melalui website yaitu:

⁵² Dokumen Nurul Hayat

⁵³ Dokuemn Nurul Hayat

1) Penyajian Informasi Program secara Empatik dan Relevan

Setiap program donasi yang ditampilkan melalui website disusun dengan narasi yang mengedepankan sisi kemanusiaan penerima manfaat. Alih-alih sekadar mencantumkan label seperti “Program Bantuan Pendidikan”, disajikan kisah nyata anak-anak yang menghadapi kesulitan bersekolah akibat keterbatasan ekonomi. Pendekatan naratif ini membangkitkan empati dan mendorong pengunjung untuk turut berkontribusi.

2) Ajakan Donasi yang Tegas dan Mendorong Tindakan

LAZNAS Nurul Hayat Jember tidak sebatas memaparkan informasi program, tetapi juga menyematkan ajakan langsung yang bersifat persuasif, seperti “Tunaikan zakatmu sekarang juga” atau “Bantu mereka hari ini.” Kalimat-kalimat ini ditempatkan secara strategis untuk membangkitkan respons emosional dan psikologis pengunjung, sehingga mendorong mereka untuk segera berdonasi.

3) Keterbukaan dalam Pengelolaan Dana

Melalui website, LAZNAS Nurul Hayat Jember menyampaikan informasi terkait penyaluran donasi, total dana yang berhasil dihimpun, serta laporan kegiatan yang telah dilaksanakan. Upaya ini ditujukan untuk menumbuhkan

kepercayaan publik bahwa seluruh dana yang diterima dikelola secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan.

4) Edukasi Syariat dan Hukum Zakat

Konten informatif yang disajikan dalam website memuat penjelasan mengenai pihak-pihak yang dikenai kewajiban zakat, tata cara perhitungannya, serta keutamaan zakat dalam ajaran Islam. Melalui pendekatan ini, pengunjung yang masih ragu atau belum memahami kewajiban zakat diharapkan terdorong secara spiritual untuk menunaikannya.

5) Testimoni dan Validasi Sosial

Website turut menampilkan kesaksian dari para donatur serta penerima manfaat. Pernyataan tersebut berperan sebagai bukti sosial yang menegaskan bahwa banyak individu telah berpartisipasi dalam donasi dan merasakan dampaknya, baik secara spiritual maupun sosial.

6) Proses Donasi yang Sederhana dan Terstruktur

Salah satu strategi yang diterapkan adalah penyajian alur donasi secara ringkas dan mudah dipahami, mulai dari pemilihan program, pengisian data diri, hingga tahap pembayaran. Informasi disusun menggunakan bahasa yang komunikatif dan petunjuk yang jelas, guna memastikan pengunjung merasa nyaman dan yakin untuk melanjutkan donasi.

b. Continuous Marketing

Strategi Ini disebut sebagai pemasaran berkelanjutan, yang berfokus pada aktivitas penawaran secara terus menerus melalui jejaring media sosial. Promosi ini dilakukan secara konsisten di berbagai platform media sosial untuk membangun kesadaran dan keterlibatan. LAZNAS Nurul Hayat Jember mengembangkan strategi continuous marketing dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarannya. Secara garis besar, media sosial merupakan platform daring yang

memberikan kemudahan bagi penggunaanya dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Dalam konteks filantropi islam khususnya lembaga zakat, media sosial berperan sebagai sarana komunikasi untuk menyebarkan informasi melalui bentuk konten seperti, gambar, video, film pendek, teks, dan lainnya. Dengan tujuan untuk memperkenalkan lembaga seperti LAZNAS Nurul Hayat Jember kepada masyarakat yang luas, dimana kini masyarakat sebagian besar sudah menggunakan berbagai platform media sosial seperti youtube, tiktok, instagram, line, twitter, telegram, whatsapp, dan aplikasi yang sejenisnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti di LAZNAS Nurul Hayat Jember, dengan staf Administrasi, Keuangan, Inur Laila yaitu :

“dalam adminsitasi keuangan petugas keuangan setiap hari mengroscek pendapatan penghimpunan dana Zakat, Infaq dan sedekah yang diperoleh dari beberapa platfom, baik yang dari website, Instagram, dan digital

fundraising yang ada di Lembaga, sehingga setiap transaksi yang masuk melalui penghimpunan digital marketing selalu update untuk menjadi perolehan LAZNAS Nurul Hayat Jember”⁵⁴

Hal serupa juga disampaikan oleh Aryudi sebagai staff program:

“Kalau program sebenarnya yang sudah ada maupun di campingkan di platform itu juga ada laporannya dari keuangan karena setiap pekan atau mau minta kapan aja dari team keuangan itu sudah bisa ter update, karena memang dari mana sumber yang di himpun melalui digital itu sudah dibedakan tersendiri oleh team keuangan, sehingga juga lebih efektif untuk terus kita terapkan karena juga bakalan berimpac kepada pendapatan Lembaga yang secara digital sudah lebih mudah untuk menyalurkan dana Zakat, Infaq dan sedekahnya”⁵⁵

Diperkuat oleh bpk zaky selaku kepala cabang nurul hayat jember:

“Digital Fundraising ini memang terus kita terapkan, era zaman sekarang sudah tidak kita lepas dengan adanya digital yang semua transaksi bisa dilakukan dan dilaksanakan kapan saja, oleh karena kita mendorong untuk bagaimana Digital Fundraising ini terus dioptimalkan.”⁵⁶

Berikut media social yang digunakan di LAZNAS Nurul Hayat Jember :

a) Instagram

Akun Instagram milik LAZNAS Nurul Hayat Jember tercatat memiliki sekitar 1.172 pengikut dan telah melakukan lebih dari 1.826 unggahan hingga saat ini. Berdasarkan hasil

⁵⁴ Inur Lailatul diwawancarai oleh penulis

⁵⁵ Aryudi Irawan diwawancarai oleh penulis

⁵⁶ Zacky Noerahman diwawancarai oleh penulis

observasi penulis, media sosial ini menjadi salah satu kanal utama yang dimanfaatkan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam mendukung aktivitas komunikasi digital, terutama untuk menyampaikan informasi seputar zakat serta mendokumentasikan beragam kegiatan sosial, edukatif, dan keagamaan yang diselenggarakan. Jenis konten yang dipublikasikan mencakup foto-foto kegiatan, video singkat, infografis, serta materi visual lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan literasi publik, memperluas jangkauan pesan, dan memperkuat citra kelembagaan dalam ranah digital. Namun demikian, dari hasil pengamatan yang dilakukan secara berkelanjutan, pengelolaan akun Instagram tersebut masih belum berjalan secara optimal, terutama dalam aspek konsistensi unggahan dan perencanaan konten yang matang.

Ketidakteraturan dalam frekuensi posting serta ketiadaan kalender editorial atau jadwal tetap dalam distribusi konten menjadi indikator lemahnya strategi publikasi. Kurangnya perencanaan ini berpotensi menurunkan efektivitas komunikasi yang dibangun serta menghambat kesinambungan interaksi dengan para pengikut, sehingga menjadi salah satu area penting yang perlu diperbaiki guna memperkuat strategi Digital Fundraising dan positioning lembaga di media sosial.

b) Facebook

LAZNAS Nurul Hayat Jember telah mulai mengintegrasikan penggunaan platform Facebook sebagai bagian dari upaya memperkuat komunikasi digital lembaga. Jika dilihat dari jumlah pengikut, akun Facebook Lembaga ini menunjukkan tingkat jangkauan yang lebih besar dibandingkan dengan Instagram, dengan total pengikut dan pertemanan yang mencapai sekitar 662 akun. Capaian ini menunjukkan bahwa Facebook masih menjadi salah satu kanal media sosial yang cukup strategis, khususnya untuk menjangkau kalangan pengguna yang lebih luas, termasuk kelompok usia yang lebih dewasa yang telah lama terbiasa dengan penggunaan platform tersebut. Walaupun terdapat perbedaan dari sisi jumlah audiens, jenis dan karakter konten yang dibagikan di Facebook dan Instagram relatif serupa. Keduanya sama-sama digunakan untuk mendiseminasi informasi terkait aktivitas kelembagaan melalui berbagai bentuk konten, seperti dokumentasi foto kegiatan, poster-poster digital yang bersifat promosi, pemberitahuan mengenai agenda kegiatan, serta video dokumenter yang menampilkan proses penyaluran zakat maupun aksi sosial lainnya. Selain itu, turut dibagikan pula video-video pendek yang berisi tausiyah atau pesan-pesan

keagamaan yang dikemas secara ringkas dan komunikatif. Kesamaan pola konten ini menunjukkan adanya kecenderungan integrasi strategi antar platform media sosial, meskipun belum sepenuhnya diikuti oleh pendekatan yang berbeda sesuai karakteristik masing-masing audiens. Dengan demikian, penggunaan Facebook oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember masih memiliki ruang untuk dikembangkan, khususnya dalam hal pemetaan segmentasi pengguna dan penyusunan strategi konten yang lebih sesuai dengan ciri khas serta preferensi pengguna Facebook.

c) WhatsApp

Penggunaan aplikasi WhatsApp oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember tidak terbatas hanya sebagai alat komunikasi satu arah kepada para donatur yang telah berkontribusi secara rutin, melainkan juga dimaksimalkan sebagai saluran komunikasi dua arah yang terbuka bagi masyarakat luas. Platform ini menjadi media yang cukup efektif dalam menjalin interaksi, termasuk dengan individu yang baru berniat menunaikan zakat atau ingin memperoleh pemahaman lebih lanjut terkait zakat, infak, sedekah, serta berbagai program yang dijalankan oleh lembaga. Melalui WhatsApp, tim atau pengurus LAZNAS Nurul Hayat Jember dapat menyampaikan informasi secara langsung,

merespons pertanyaan, dan memberikan bimbingan yang komprehensif mengenai jenis-jenis zakat, prosedur pembayaran, serta layanan lain yang tersedia secara digital. Pendekatan ini mencerminkan upaya lembaga untuk membangun komunikasi yang lebih personal, cepat, dan responsif dalam menghadapi kebutuhan informasi publik. Adanya fitur-fitur seperti pesan teks, rekaman suara, serta pengiriman file memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang efisien dan praktis. Oleh karena itu, WhatsApp tidak hanya berperan sebagai alat bantu komunikasi, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi pelayanan digital LAZNAS Nurul Hayat Jember yang bertujuan memperkuat keterlibatan masyarakat dalam aktivitas filantropi Islam, baik dalam bentuk tanya jawab informatif maupun dalam proses konkret penghimpunan dana zakat. Menurut penjelasan yang diperoleh penulis melalui wawancara dengan Inur Laila selaku staf Administrasi, Keuangan, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Whatsapp ini kami gunakan untuk mengirimkan sebuah pesan singkat kepada donatur, berupa pengingat untuk melakukan zakat, serta kegiatan yang kami lakukan, dan juga kami melayani calon muzakki yang menanyakan tentang zakat dan lain sebagainya.”

Hal tersebut juga disampaikan oleh Staff Fundraising

Amirul Mukminin yaitu :

“Untuk menjaga komunikasi antara petugas dan donatur, kami intens melakukan komunikasi, barang kali juga ada program-program yang sifatnya insidentil kami share melalui whatsapp dan ini juga berfungsi untuk bagaimana donatur tidak hanya menunaikan zakat, tetapi sering terikat dengan program insidentil.”

Strategi continuous marketing yang dijalankan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember bertujuan untuk membangun dan mempertahankan keterlibatan donatur secara berkelanjutan, bukan sekadar mendorong donasi sesaat. Untuk itu, penyampaian informasi kepada audiens dilakukan secara rutin, konsisten, dan terstruktur, guna memastikan hubungan antara lembaga dan donatur tetap terpelihara dan semakin solid seiring waktu. LAZNAS Nurul Hayat Jember memanfaatkan media sosial sebagai kanal komunikasi strategis untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Berikut merupakan ragam bentuk serta konten informasi yang dimanfaatkan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam penerapan strategi continuous marketing:

- 1) Pembaruan Informasi Program Secara Rutin LAZNAS Nurul Hayat Jember secara konsisten menyampaikan perkembangan terbaru dari program-program yang tengah berlangsung, antara lain:
 - a) Total dana yang berhasil dihimpun

- b) Jumlah penerima manfaat yang telah memperoleh bantuan
- c) Dokumentasi kegiatan penyaluran

Penyajian informasi ini tidak hanya merefleksikan transparansi lembaga, tetapi juga menumbuhkan rasa keterlibatan donatur dan memungkinkan mereka menyaksikan secara langsung dampak dari kontribusi yang diberikan.

- 2) Pemberitahuan Jadwal dan Momen Penting untuk LAZNAS Nurul Hayat Jember menyampaikan pengingat serta edukasi secara rutin terkait:

- a) Waktu-waktu strategis untuk menunaikan zakat, seperti menjelang Ramadan akhir tahun, atau Idul Adha.
- b) Informasi terkait ketentuan haul dan nisab zakat.
- c) Kalender pengingat untuk donasi rutin setiap bulan.

Konten semacam ini berperan dalam meningkatkan kesadaran donatur agar senantiasa ingat dan konsisten dalam menunaikan kewajiban zakat secara berkala.

- 3) Konten Reflektif dan Inspiratif yang Disajikan Secara LAZNAS Nurul Hayat Jember secara rutin membagikan materi yang bersifat renungan dan motivasi, antara lain:
 - a) Refleksi mengenai makna dan urgensi berbagi.
 - b) Cerita inspiratif dari penerima manfaat yang mengalami perubahan hidup

- c) Petikan ayat Al-Qur'an, hadis, atau motivasi dari tokoh-tokoh Islam

Penyampaian informasi semacam ini bertujuan untuk menumbuhkan kepekaan sosial dan spiritual audiens, sehingga berdonasi tidak hanya dilakukan pada momen-momen tertentu, melainkan menjadi bagian dari rutinitas hidup mereka

- 4) Peningat dan Tindak Lanjut Informasi Melalui Saluran Digital LAZNAS Nurul Hayat Jember secara rutin menyampaikan informasi melalui pesan WhatsApp yang mencakup hal-hal seperti:

- a) Ungkapan apresiasi atas kontribusi donasi yang telah diberikan
- b) Peningat jadwal pembayaran zakat berikutnya
- c) Ajakan untuk berpartisipasi dalam program lanjutan atau melakukan donasi kembali

Penyampaian informasi ini merupakan bagian dari komunikasi yang berkelanjutan, sehingga donatur tetap merasa dihargai dan terhubung setelah melakukan donasi.

- 2. Manfaat Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

Adanya Digital Fundraising berimplikasi signifikan terhadap efektivitas penggalangan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Beberapa dampak utama antara lain :

a. Kemudahan Akses dan Fleksibilitas

Digital Fundraising memberikan kemudahan bagi muzakki untuk melakukan pembayaran ZIS melalui berbagai platform digital, seperti dompet elektronik dan aplikasi mobile banking. Seperti yang disampaikan oleh Staff Fundraising Amirul Mukminin yaitu :

"Dengan adanya akses zakatkita.org sebagai platform digital untuk mempermudah dalam meningkatkan layanan sehingga donatur kami lebih mudah untuk melaksanakan transaksi maupun konsultasi dan bisa menghitung sendiri zakat yang akan mereka tunaikan"

Selain itu, kemudahan dalam proses menghimpun dana zakat melalui Digital Fundraising juga diakui oleh Staff Fundraising yang lain m. Ihsan yaitu:

"Sebenarnya dengan menerapkan Digital Fundraising ini juga lebih mudah dan lebih efektif untuk bagaimana memberikan sebuah informasi program yang kita jalankan dan juga yang akan kita keluarkan. kami bahkan sering mendapatkan zakat infaq dan sedekah dari donatur yang tanpa kami memberikan informasi bahwasanya kami ada program yang ingin donatur bantu, padahal saya sebagai petugas masih belum sempat memberikan informasi kepada donatur tersebut."

Hal serupa juga disampaikan oleh Admin Keuangan, Inur Laila yaitu :

"Semenjak menerapkan Digital Fundraising donatur LAZNAS Nurul Hayat Jember jarang yang menunaikan langsung ke kantor, bahkan setiap bulannya hanya ada beberapa donatur yang menunaikan zakat langsung ke kantor. Pendapatan zakat lebih banyak masuk dari platform online yang sudah disediakan."

Kemudahan ini tidak hanya berimbas kepada staff LAZNAS Nurul Hayat Jember saja tetapi juga meningkatkan kenyamanan bagi donatur, dan bisa memperluas jangkauan penggalangan dana. Dengan

demikian, LAZNAS Nurul Hayat Jember dapat menarik lebih banyak donatur yang sebelumnya tidak dapat mengakses layanan secara langsung, terutama di luar daerah.

b. Transparansi dan Kepercayaan

Setiap transaksi yang dilakukan melalui Digital Fundraising tercatat secara otomatis, memberikan muzakki kemampuan untuk memantau riwayat pembayaran mereka. Ini meningkatkan kepercayaan terhadap pengelolaan dana di BAZNAS. Hal ini disampaikan oleh Kepala

Cabang LAZNAS Nurul Hayat Jember Zaky Noerahman yaitu :

"terkait transparansi dan kepercayaan kepada donatur kami sangat senang sekali, karena disetiap transaksi yang masuk melalui media itu sudah terdata langsung oleh para petugas yang dikonfirmasi langsung dengan donatur begitupun jika donatur tidak konfirmasi kepada petugas maka nanti admin yang akan konfirmasi kepada donatur untuk melakukan komunikasi kepada donatur, karena disini lain setiap transaksi yang diterima itu sudah ada kwitansi cetak yang harus diberikan kepada donatur itu."

Selain itu, transparansi dan kepercayaan fundraising juga diakui oleh Staff Fundraising yang lain M. Ihsan yaitu:

"transparansi dan kepercayaan donatur selama ini masih kuat mas, dimana seketika donatur menunaikan pembayaran zakat, infaq dan sedekah kepada kami maka disini lain ada pesan otomatis nanti yang dikirimkan kepada donatur, sehingga adanya transparansi ini untuk menjaga amanah dari donatur yang sudah dipercayakan kepada kami"

Hal serupa juga disampaikan oleh Admin Keuangan, Inur Laila yaitu :

"untuk soal transparansi kepada donatur bukan hanya soal keuangan yang di dapat atau yang disalurkan mas, akan tetapi akad yang diamanahkan donatur itu juga kami sesuaikan dengan apa yang diniatkan oleh donatur tersebut, sehingga untuk pelaporan keuangannya juga jelas dan detail mas, di setiap program itu sudah ada pencatatannya masing-masing untuk bagaimana kita lebih menjaga akad donatur itu"

Dengan adanya transparansi ini, muzakki merasa lebih yakin bahwa kontribusi mereka digunakan untuk tujuan yang tepat, sehingga berpotensi meningkatkan frekuensi dan jumlah donasi.

c. Peningkatan Efisiensi Operasional

Penggunaan digital fundraising mengoptimalkan proses pengumpulan dana, menjadikannya lebih efisien. Dengan memfokuskan sumber daya pada program-program sosial yang lebih bermanfaat, LAZNAS Nurul Hayat Jember dapat meningkatkan kualitas dan dampak dari setiap inisiatif yang dijalankan. Ini sejalan dengan tujuan jangka panjang LAZNAS Nurul Hayat Jember untuk memperluas jangkauan dan efektivitas program-program mereka. Hal tersebut disampaikan oleh Kepala Cabang LAZNAS Nurul Hayat Jember Zaky Noerahman yaitu :

"Dengan adanya Digital Fundraising ini sebenarnya juga berdampak terhadap bagaimana peluasan kemanfaatan kepada para penerima manfaat atau yang sering kita sebut Dhufa,, Lembaga berbeda dengan Lembaga yang lain sebab adanya usaha yang dilakukan Lembaga ini untuk mensupport kegiatan social atau program program yang ada di LAZNAS Nurul Hayat Jember,."

Selaras dengan Kepala Cabang, Staff Layanan Sosial LAZNAS Nurul Hayat Jember juga mengatakan :

"Sebenarnya berbicara operasional untuk efisiensi ini sudah dari dulu semenjak usaha yang didirikan di setiap cabang, baik unit usaha aqiqah, umroh, majalah dll, usaha yang dilembaga itu sebenarnya mensupport sudah terkait kegiatan social dan operasional program yang

ada, hak amil yang seharusnya kita dapat itu kita salurkan untuk menjangkau kemandirian yang lebih luas, karena kita gak ambil hak amil murni di support oleh unit usaha yang ada”

Staff Keuangan juga menyampaikan bahwa:

“Bukan hanya cabang jember sih mas, skala nasional untuk operasional sudah komitmen yang ada di Lembaga untuk diambilkan dari dana usaha yang ada di nurul hayat, dengan komitmen yang kuat seluruh santri khidmat ataupun karyawan memahami hal sama terkait efisiensi anggaran operasional, jika usaha yang ada di jember ini surplusnya minus maka nanti disupport oleh cabang lain yang pendapatan usahanya lebih meningkat daripada cabang yang ada”

Penggunaan digital fundraising dalam pengelolaan dana ZIS (Zakat, Infaq, dan Sedekah) telah membawa dampak positif yang signifikan bagi lembaga keuangan sosial seperti

Tabel 4. 1

Pengumpulan Zakat Produktif Tahun 2023-2025

No	Tahun	Total Pengumpulan	Pengumpulan Online
1	2023	Rp 2.081.413.876,09	85%
2	2024	Rp 2.526.133.418,05	85%
3	2025	Rp. 2.962.114.219,39	85%

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pengumpulan dana zakat pada tahun 2023-2025 kebanyakan diperoleh dari penghimpunan melalui platform online. Penghimpunan zakat produktif mengalami peningkatan dari tahun

ke tahun, hal ini dikarenakan adanya penerapan digital fundraising yang dilaksanakan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

C. PEMBAHASAN DAN TEMUAN

1. Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan penelitian tentang efektivitas penghimpunan dana zakat melalui digital fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

a) Content Marketing

Content marketing merupakan salah satu strategi dalam promosi melalui media digital yang dilakukan dengan menyajikan berbagai jenis informasi melalui website khusus. Informasi tersebut bisa berupa artikel, teks, video, gambar, hingga hasil riset yang berkaitan dengan program, aktivitas sosial, atau profil lembaga zakat. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menarik minat calon donatur maupun donatur tetap agar dengan sukarela memberikan donasinya. Jika dijalankan secara optimal, strategi ini dapat memberikan dampak yang sangat signifikan.

Website LAZNAS Nurul Hayat Jember itu berisi tentang: pertama ada **Beranda** di bagian ini kita diperlihatkan enam pilar kegiatan LAZNAS Nurul Hayat Jember sebagai berikut: pendidikan, kesehatan, ekonomi, kemanusiaan, sosial dakwah, dan lingkungan. Bagian kedua ada **Donasi**, Di bagian donasi, tersedia informasi mengenai bank yang

bekerja sama dengan LAZNAS Nurul Hayat Jember, lengkap dengan nomor rekening dan barcode, yang bertujuan untuk memudahkan muzakki dalam melakukan pembayaran zakat secara daring. Fasilitas ini disediakan guna memperlancar proses transaksi serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para donatur. Tiga **Testimonial**, Di bagian ini, pengunjung website dapat melihat ulasan para muzakki LAZNAS Nurul Hayat Jember. Ulasan tersebut mencerminkan rasa penghargaan sekaligus kepercayaan mereka terhadap kualitas layanan serta pengelolaan zakat oleh lembaga, dan juga berperan dalam mendorong partisipasi masyarakat lain untuk menunaikan zakat. Empat **Pengurus**, Pada bagian struktur pengurus, kita dapat mengetahui siapa saja yang terlibat dalam kepengurusan LAZNAS Nurul Hayat Jember, termasuk jabatan dan peran masing-masing individu dalam menjalankan fungsi lembaga. Lima **Berita**, bagian berita pada situs resmi LAZNAS Nurul Hayat Jember menyajikan informasi terbaru terkait berbagai aktivitas lembaga, seperti distribusi zakat, pelantikan kepengurusan, pemberian penghargaan, serta ragam kegiatan sosial yang telah diselenggarakan. Enam ada **Kontak** LAZNAS Nurul Hayat Jember, pada bagian ini kita dapat menghubungi, memberikan pertanyaan, saran atau kritik kepada lembaga LAZNAS Nurul Hayat Jember.

Tujuh **Tanya jawab**, pada halaman ini kita dapat melihat pertanyaan yang sering diajukan oleh para muzakki. Delapan **Kalkulator Zakat**, Di bagian ini, muzakki maupun calon muzakki difasilitasi dengan alat bantu berupa kalkulator zakat untuk mempermudah proses penghitungan kewajiban zakat. Melalui fitur ini, mereka dapat mengevaluasi apakah harta yang dimiliki telah mencapai batas nisab dan mengetahui besaran zakat yang harus dikeluarkan, sehingga perhitungannya menjadi lebih mudah, tepat, dan sejalan dengan aturan syariat Islam.

Bagian terakhir di website LAZNAS Nurul Hayat Jember itu ada **Laporan Keuangan**, pada bagian ini, disajikan laporan keuangan setiap bulan yang terbuka untuk diakses oleh masyarakat. Laporan tersebut memuat rincian penerimaan serta distribusi dana zakat, infak, dan sedekah secara jelas dan transparan. Penyediaan informasi ini mencerminkan komitmen LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam menjaga integritas, akuntabilitas, serta membangun kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana yang dipercayakan kepada lembaga.

b) Continuous Marketing

Strategi ini dikenal sebagai pemasaran yang berkelanjutan, dengan fokus utama pada kegiatan promosi yang dilakukan secara rutin melalui berbagai jaringan media sosial. Promosi dilakukan secara konsisten di sejumlah platform digital guna membangun kesadaran merek serta meningkatkan keterlibatan audiens secara

berkelanjutan. LAZNAS Nurul Hayat Jember tergolong aktif dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai sarana penyebaran informasi secara periodik. Meskipun intensitas unggahan tidak dilakukan setiap hari, namun secara umum terdapat aktivitas rutin minimal setiap minggu. Konten yang dibagikan meliputi informasi seputar pembayaran zakat, kegiatan penyaluran, hingga ajakan untuk berdonasi, yang semuanya bertujuan meningkatkan partisipasi publik dan membangun kedekatan dengan para muzakki.

Adapun akun media sosial resmi yang digunakan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam mendukung strategi pemasaran digitalnya antara lain Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Ketiga platform ini dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi program, edukasi zakat, serta membangun komunikasi interaktif dengan para muzakki dan masyarakat umum. Berikut adalah alamat media sosial LAZNAS Nurul Hayat Jember yang digunakan dalam strategi digital marketing ini:

Instagram : laznasnurulhayatjember

Facebook : Laznas Nurul Hayat Jember

Tiktok : Laznas Nurul Hayat Jember

website : zakatkirta.org

Whatsapp : 082334877499

Dari kelima media sosial yang digunakan, Instagram dan Facebook difungsikan sebagai media utama untuk memberikan informasi terkait berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember. Konten yang diunggah biasanya berupa dokumentasi dalam bentuk gambar dan video, seperti kegiatan distribusi zakat, pelatihan, serta aksi sosial lainnya. Penggunaan elemen visual ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan partisipasi publik terhadap program-program yang dijalankan, sedangkan whatsapp, digunakan secara dua arah pengingat zakat dan layanan informasi.

Berdasarkan pengamatan penulis, frekuensi unggahan konten di media sosial seperti Instagram dan Facebook oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember belum dilakukan secara harian, namun setidaknya terdapat pembaruan secara mingguan. Hal ini mencerminkan adanya komitmen dalam menjaga kontinuitas penyampaian informasi, meskipun belum diatur dalam jadwal unggahan yang rutin setiap hari. Di sisi lain, penggunaan WhatsApp terlihat lebih intensif, karena digunakan hampir setiap hari untuk merespons pertanyaan, mengingatkan pembayaran zakat, serta menyebarkan informasi program, kecuali pada hari-hari libur.

2. Manfaat Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember.

LAZNAS Nurul Hayat Jember dengan menggunakan digital marketing yang lebih efisien dan mudah diakses, masyarakat dapat melakukan sumbangan kapan saja dan di mana saja, sehingga meningkatkan partisipasi dalam kegiatan penggalangan dana. Data yang dihasilkan dari transaksi digital fundraising memberikan wawasan yang berharga untuk analisis pencapaian fundraising, memungkinkan lembaga untuk mengidentifikasi tren donasi, serta memahami preferensi dan perilaku donor. Dengan demikian, digital fundraising tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana ZIS.

Secara keseluruhan, implementasi digital fundraising dalam sistem pengumpulan dana ZIS memberikan banyak keuntungan, baik bagi lembaga keuangan sosial maupun bagi masyarakat. Digital fundraising meningkatkan kemudahan akses dan efisiensi transaksi, serta memberikan data yang mendukung strategi penggalangan dana yang lebih baik. Oleh karena itu, pengembangan dan sosialisasi digital fundraising menjadi langkah penting untuk memaksimalkan potensi pengumpulan ZIS dan mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data dan analisis yang telah peneliti lakukan pada penelitian ini, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Efektifitas yang dilakukan LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam menerapkan digital fundraising sebagai peningkatan pendapatan dana Zakat Infaq Sedekah yaitu dengan adanya meningkatkan layanan platmfom media digital baik dari website, Instagram, Facebook dan Whatshapp. Dengan demikian, maka efektifitas penghimpunan dana Zakat, Infaq Sedekah yang dilakukan LAZNAS Nurul Hayat Jember berjalan secara optimal.
2. LAZNAS Nurul Hayat Jember dengan menggunakan digital marketing yang lebih efisien dan mudah diakses, masyarakat dapat melakukan sumbangan kapan saja dan di mana saja, sehingga meningkatkan partisipasi dalam kegiatan penggalangan dana. Data yang dihasilkan dari transaksi digital fundraising memberikan wawasan yang berharga untuk analisis pencapaian fundraising, memungkinkan lembaga untuk mengidentifikasi tren donasi, serta memahami preferensi dan perilaku donor. Dengan demikian, digital fundraising tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana ZIS.

B. Saran

1. LAZNAS Nurul Hayat Jember sebagai lembaga pengelola zakat yang didirikan oleh masyarakat untuk menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana zakat perlu meningkatkan layanan kepada muzakki, agar penghimpunan dana zakat yang dikelolaa terus meningkat dan memperluas kemanfaatan
2. LAZNAS Nurul Hayat Jember diharapkan lebih meningkatkan dalam perolehan digital fundraising untuk meningkatkan pendapatan dana zakat, seperti lebih inten menerapkan digital fundraising dan juga media sebagai dakwah dan ajakan untuk terus memberikan layanan transparasi dan kemudahan para muzakki untuk menunaikan zakat, Infaq dan sedekahnya melalui LAZNAS Nurul Hayat Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Nur Rohim, 2015, "*Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising*", *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, Volume 2. no.3.
- Ahmad Juawani, 2005. *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, Jakarta: Piramedia.
- Anwar Sadat Harahap, "*Kajian Hukum Islam Terhadap Manfaat Zakat Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat*", *Amaliah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, No 1 (2020): 99-105.
- April Purwanto, 2009. *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Sukses.
- Aziz Dahlan (eds). 1996. *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 2, Cet-1, Jakarta Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Depdiknas, 2002, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka).
- Hidayat, "*Implementasi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat di BAZNAS Kabupaten Tangerang*".
- Iskandar, 2009, *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta:Gaung Persada Press).
- Kementerian Agama RI, Modul Penyuluhan Zakat (2013), h. 1-2 Husein As-Syahatah, *Akuntansi Zakat: Panduan Praktis Penghitungan Zakat*
- Kontemporer (Jakarta: Penerbit Pustaka Progressif, 2004), h. 9 Wahbah Az Zuhaili, *Fiqih Islam wa Adillatuhu* Jilid 3
- Maghfirah, Fitri. "Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online." *Az Zarqa* 12.2 (2020): 62
- M H Mustafa, "*Al-Hajat Al-Asliyyah Dan Harta Terbebas Hutang Sebagai Syarat Wajib Zakat Mal*", *Al-Kharaj* 1 No.2 (2021): 42-50

M.Mufraini Arief, 2006, *Akuntansi dan Manajemen Zakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Mohammad Ichsan, “Sistem Pakar Perhitungan Zakat Dalam Hukum Islam Menggunakan Algoritma Rule Based Berbasis Web”, *Journal of Information and Computing* 3, No. 2 (2019): 31-36.

Moleong, 2007, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Rosdakarya.

Muhammad Zumar Aminudin, Lila Pangestu Hadiningrum, ZISWAF, *Jurnal Zakat dan Wakaf* (2019, Vol. 6 No. 1) hlm 2.

Poppy Trisanti, “Dampak Distribusi Zakat, Infaq, Shadaqah Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat”, (UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2018).

Pusat Bahasa Pendidikan Nasional, 2001, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Siti SaharaSiregar&HendraKholid, “Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Melalui Platform E-Commerce (Studi Komparatif Act,Dompet Dhuafa,Rumah Zakat)” *Jurnal al-Mizan*, Vol.3, No.2., (2019). 81

Sondang P. Siagian, 2019, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Tim Penyusun, 2018, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press.

Wahbah al-Zuhayly, 2005, *Zakat Kajian Berbagai Mahzab* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Widi, Nopiardo, "*Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar*", *Jurnal IMARA*, 2017, 62.

Yusuf Wibisono, 2011, *Mengelola Zakat Indonesia* (Jakarta: Prenada Media Group).



MATRIK PENELITIAN

MATRIK PENELITIANJudul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
efektifitas penghimpunan dana zakat melalui digital fundraising oleh laznas nurul hayat jember	1. Efektifitas	1. Digital fundraising	1. Marketing Digital 2. Konsepsi Zakat digital	1. Informan: a. Ketua Laznas Nurul Hayat Jember b. Staff Fundraising LAZNAS Nurul Hayat Jember c. Staff Keuangan Laznas Nurul Hayat Jember 2. Dokumentasi	1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitian: Deskriptif 3. Teknik Penentuan Subyek Penelitian: Purposive 4. Lokasi Penelitian: Perum Taman Gading P-08 Tegal Besar, Kaliwates Jember . 5. Teknik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 6. Analisis Data: Deskriptif 7. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber	3. Bagaimana Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember ? 4. Bagaimana Manfaat Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat melalui Digital Fundraising oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember ?

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azom Yusril Maulana

Nim : E20194010

Program Studi : Manajemen Zakat Wakaf

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau di buat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 24 November 2025

Saya menyatakan,



Azom Yusril Maulana
NIM. E20194010

SURAT IJIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: feb@uinkhas.ac.id Website: <https://fesi.uinkhas.ac.id/>




Nomor : 1991 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2025

Lampiran : -

Hai : **Permohonan Izin Penelitian**

16 April 2025

Kepada Yth.
 Kepala Cabang Nurul Hayat Jember
 Perumahan Taman Gading P-8 Tegul Besar, Kaliwates, Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama	: Azom Yusril Maulana
NIM	: E20194010
Semester	: XII (Dua Belas)
Jurusan	: Ekonomi Islam
Prodi	: Manajemen Zakat Wakaf

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat Melalui Digital Fundraising Oleh LAZNAS Nurul Hayat Jember" di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



A.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,
Nurul Widyawati Islami Rahayu





SURAT SELESAI PENELITIAN



LEMBANGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT JEMBER
Perum Taman Gading P-08 Tegal Besar, Kaliwates Jember Telp. 412818
HP/WA : 082 334 877 499

SURAT KETERANGAN
No. **U** /Sket/NH/XI/2025

Assalamualaikum wr wb.

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Zacky Noerahman, S.T
Jabatan : Branch Manager Nurul Hayat Jember
Menerangkan dengan sebenarnya, bahwa mahasiswa/i :
Nama : Azom Yusril Maulana
NIM : E20294010
Mahasiswa : UIN KHAS JEMBER
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Manajemen Zakat dan Wakaf

Telah melaksanakan Penelitian (Riset) mengenai **Efektifitas Penghimpunan Dana Zakat Melalui Digital Fundraising Oleh Laznas Nurul Hayat Jember**, pada tanggal 21 April – 24 November 2025 sesuai dengan surat dari Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember Nomer : 4791/Un.22/7.a/PP.00.9/04/2025

Demikian Surat Keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.
Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarkatuh

Jember, 24 November 2025

 **NH**
AMIL ZAKAT

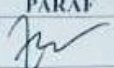
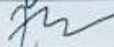
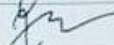
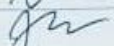
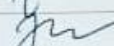
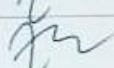
Zacky Noerahman, S.T
Branch Manager

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa saja strategi fundraising zakat yang dilakukan LAZNAS Nurul Hayat Jember ?
2. Apakah strategi fundraising yang ditetapkan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membayar zakat ?
3. Bagaimana Digital Fundraising yang dilakukan di LAZNAS Nurul Hayat Jember ?
4. sejak kapan Digital Fundraising digunakan di LAZNAS Nurul Hayat Jember ?
5. Apakah Digital Fundraising sudah dapat diaplikasikan secara optimal ?
6. Sampai sejauh mana efektivitas Digital Fundraising mencapai target yang telah ditetapkan ?
7. Bagaimana sosialisasi yang dilakukan LAZNAS Nurul Hayat terkait Digital Fundraising ?
8. Apa saja hambatan yang dihadapi LAZNAS Nurul Hayat dalam mengoptimalkan fundraising yang diterapkan ?
9. Apa saja yang dilakukan LAZNAS Nurul Hayat Jember dalam mengatasi hambatan tersebut ?
10. Tujuan adanya penggunaan Digital Fundraising sendiri itu apa ?
11. Apakah ada pengawasan tertentu untuk pengoptimalan Digital Fundraising ?
12. Apakah masyarakat lebih terbantu setelah adanya Digital Fundraising ini ?
13. Bagaimana manfaat Digital Fundraising bagi LAZNAS Nurul Hayat Jember juga bagi masyarakat dalam membayar zakat

JURNAL KEGIATAN

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI LAZNAS NURUL HAYAT JEMBER

NO	TANGGAL	KETERANGAN	PARAF
1	06 April 2025	Mengantarkan Surat Penelitian Ke LAZ Nurul Hayat Jember	
2	03 November 2025	Wawancara Dengan Bapak Zacky Noerahman selaku Kepala Cabang	
3	10 November 2025	Wawancara Dengan Inur Laila sebagai staff keuangan Nurul Hayat Jember	
4	12 November 2025	Wawancara dengan Bapak Amirul Mukminin selaku staff Fundraising Nurul Hayat Jember	
5	19 November 2025	Wawancara Mbak Rizka untuk menggali data pertumbuhan ZIS	
6	24 November 2025	Meminta Surat Selesai Penelitian Kepada Bapak Zacky Noerahman Selaku Kepala Cabang Nurul Hayat Jember	

Jember, 24 November 2025

Kepala Cabang
LAZ Nurul Hayat Jember


Zacky Noerahman

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI



Wawancara bersama Bpk Zacky Noerahman Selaku Kepala Cabang
Nurul Hayat Jember



Wawancara bersama Staff Admin dan Staff Laysos Nurul Hayat Jember



Wawancara bersama salah satu Staff Fundraising Nurul hayat Jember



BIODATA PENULIS**Data Diri**

Nama Lengkap : Azom Yusril Maulana
 NIM : E20194010
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Tempat/Tanggal Lahir :
 Alamat :
 Prodi : Manajemen Zakat dan Waqaf
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 No. Hp : 085733095967
 Email : azomyusril53@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Al-Hidayah Tugasari
2. MI NU Tugasari (2012)
3. Mts NU Tugasari (2015)
4. SMA Terpadu Nurul Huda 2 (2018)

Pengalaman Organisasi

1. Organisasi Pondok Pesantren Nurul Huda 2 (OPPNH2)
2. PMII Rayon FEBI UIN KHAS Jember
3. Sekretaris IMASUT (Ikatan Mahasiswa Sumatera) UIN KHAS Jember