



Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Di LAZISMU Kota Metro

Farid Hidayatullah¹, Nedi Hendri², Elmira Febri Darmayanti³

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

³Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

Email : faridh459@gmail.com¹

nedihendri1981@gmail.com²

efdarmayanti@gmail.com³

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Article history:

Received 10 November 2023

Received in 10 Desember 2023

Accepted 31 Januari 2024

Keywords : Fundraising Strategy, Muzakki, LAZISMU Metro City

This study aims to find out how fundraising strategies in increasing muzakki in LAZISMU Metro City. This research uses qualitative research methods with a descriptive approach. Data collection techniques in this study are observation, interviews, and documentation. The results of this study are known that the strategy carried out by LAZISMU Metro City has three stages, namely the formulation, implementation, and evaluation stages. LAZISMU Metro City formulated three main strategies 1. Improve socialization and communication in the community, 2. Easy payment system, 3. Create a good brand image. After being formulated, it is then implemented in way 1. Conducting zakat campaigns or zakat socialization, 2. Opening a zakat booth, 3. Easy Payment System, 4. Implementing MSME, social, health, and da'wah empowerment programs. After the next stage of implementation, the evaluation stage of the evaluation results carried out by LAZISMU Metro City is quite good because it has implemented or implemented the strategies that have been set, although there are some that are not optimal

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi fundraising dalam meningkatkan muzakki di LAZISMU Kota Metro. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah obsevasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa strategi yang dilakukan LAZISMU Kota Metro memiliki tiga tahapan yaitu tahap formulasi, implementasi, dan evaluasi. LAZISMU Kota Metro memformulasikan tiga pokok strategi 1. Meningkatkan sosialisasi dan komunikasi pada masyarakat, 2. Sistem pembayaran yang mudah, 3. Menciptakan brand image yang baik. Setelah diformulasikan selanjutnya diimplementasikan dengan cara 1. Melakukan kampanye zakat atau sosialisasi zakat, 2. Membuka gerai zakat, 3. Sistem Pembayaran Yang Mudah, 4. Melaksanakan Program Pemberdayaan umkm, sosial, Kesehatan, dan dakwah. Setelah tahap implementasi selanjutnya tahapan evaluasi hasil evaluasi yang dilakukan LAZISMU Kota Metro sudah terbilang cukup baik karena telah melaksanakan atau mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan walaupun ada beberapa yang tidak maksimal.

Expensive : Jurnal Akuntansi dan Keuangan

Website : <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-

0000. E-mail address: : faridh459@gmail.com

Peer review under responsibility of Expensive: Accounting Journal. [2829-4907](https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive).

LATAR BELAKANG

Penghimpunan dana zakat boleh dikatakan selalu menjadi tema besar bagi organisasi amil zakat baik Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) maupun Lembaga Amil Zakat (LAZ). Untuk menangkap dan mengejar “bola zakat” sudah mereka siapkan berbagai strategi untuk meningkatkan pengumpulan zakat. Kegiatan penghimpunan dana (fundraising) merupakan hal yang sangat penting bagi lembaga atau organisasi sosial untuk menjalankan kegiatan yang dilakukan lembaga atau organisasi sosial tersebut. Substansi dasar fundraising dapat diringkaskan kepada dua hal yaitu program dan metode fundraising. Program adalah kegiatan pemberdayaan masyarakat atau kegiatan implementasi visi dan misi lembaga yang menjadi sebab diperlukannya dana dari pihak eksternal sekaligus alasan donatur menyumbang. Sedangkan metode fundraising adalah pola atau bentuk yang dilakukan sebuah lembaga dalam rangka menggalang dana dari masyarakat (Ahmad Juwaini dalam Nopiardo 2018).

Fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi (Nanda, 2022). Fundraising itu sendiri sangat berkaitan dengan keilmuan akuntansi manajemen. Akuntansi Manajemen dirancang untuk menyediakan informasi guna pengambilan keputusan internal suatu perusahaan, memudahkan pihak internal dalam pengambilan keputusan, memotivasi tindakan-tindakan dan perilaku pihak internal dalam suatu arah yang diinginkan, dan meningkatkan efisiensi organisasi. Begitu pula dalam melakukan strategi fundraising di Lembaga Amil Zakat (LAZ). Informasi keuangan juga sangat berperan penting dalam melakukan perencanaan sampai pengambilan keputusan untuk bagaimana nantinya Lembaga Amil Zakat (LAZ) bisa melakukan strategi fundraising yang lebih efisien.

Diketahui berdasarkan dari Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ) yang dilakukan oleh BAZNAS (Choirin, Muhammad dkk, 2022) diketahui bahwa potensi zakat di Kota Metro Tahun 2022 sebesar Rp. 107.510.000.000. Sedangkan untuk perolehan BAZNAS kota Metro sendiri berdasarkan wawancara kepada Bapak M. Yamin selaku ketua Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Metro pada hari selasa, 30 Februari 2023 bahwa pencapaian zakat 2022 sebesar **Rp 337.541.000** atau hanya 3,1% dari potensi tersebut. Ini menunjukkan bahwa BAZNAS Kota Metro belum sepenuhnya bisa menjangkau keseluruhan potensi yang ada di kota Metro.

Maka dari itu selain dari pada BAZNAS itu sendiri Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang ada di Kota Metro dan sudah memiliki legalitas yang sah turut berupaya dalam menggali besarnya potensi zakat yang ada di Kota Metro, karena mengingat besarnya potensi zakat dikota Metro bisa menjadi peluang untuk meningkatkan perolehan zakat. Salah satu Lembaga Amil Zakat yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah LAZISMU Kota Metro.

LANDASAN TEORI

Teori Legitimasi

Menurut Gray at el, dalam (Imamatin Listya 2021) teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan Perusahaan atau instansi yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat. Dasar pemikiran teori ini adalah perusahaan atau instansi akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. (Imamatin Listya 2021).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena data yang dibutuhkan penulis berupa keterangan, penjelasan, dan informasi-informasi lisan. Pendekatan kualitatif merupakan cara untuk mendapatkan data dan informasi mengenai persoalan-persoalan yang terjadi dilapangan atau lokasi penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang bersumber dari observasi, dokumentasi dan hasil wawancara.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung kekantor LAZISMU Kota Metro untuk memperoleh keterangan atau penjelasan dari narasumber. Adapun yang menjadi narasumber dalam wawancara tersebut adalah Bapak Bagus Dermawan selaku staff fundraising dan Ibu Dewi Lailati Sulam selaku staff keuangan LAZISMU Kota Metro.

HASIL PENELITIAN

Responden yang diambil dari penelitian ini adalah Bapak Bagus Dermawan selaku staff fundraising dan Ibu Dewi Lailati silam selaku staff keuangan LAZISMU Kota Metro. Data pada penelitian deskriptif ini memberikan gambaran secara jelas mengenai strategi fundraising LAZISMU Kota Metro dalam meningkatkan muzakki.

Berdasarkan wawancara dari Bapak Bagus Dermawan selaku staff fundraising LAZISMU Kota Metro mempunyai tiga pokok dalam melakukan strategi meningkatkan muzakki yaitu meningkatkan sosialisasi dan komunikasi pada masyarakat, sistem pembayaran yang mudah, dan menciptakan brand image yang baik.

1. Kampanye Zakat

Berdasarkan wawancara dari Bapak Bagus Dermawan beliau mengatakan bahwasanya LAZISMU Kota Metro berusaha untuk selalu mengkapayekan zakat baik melalui sosialisasi kepada masyarakat, organisasi, serta melakukan pemasangan banner dan brosur. Tujuan utama

kampanye ini adalah meningkatkan kesadaran tentang pentingnya zakat, mengumpulkan dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak, dan mendorong solidaritas dan kepedulian sosial di antara umat muslim.

2. Gerai Zakat

Berdasarkan wawancara dari Bapak Bagus Dermawan selaku staff fundraising bahwasanya LAZISMU Kota Metro sering membuka gerai zakat. Gerai zakat biasanya dibuka ketika ada event-event besar seperti musyawarah Muhammadiyah kota Metro, musyawarah Muhammadiyah provinsi Lampung, serta semarak muktamar yang dilakukan di Lapangan Samber.

3. Sistem pembayaran zakat di LAZISMU Kota Metro

a) Sistem Bayar Di Kantor Secara Langsung

Berdasarkan wawancara dari Ibu Dewi selaku staff keuangan LAZISMU Kota Metro bahwasanya LAZISMU Kota Metro menerima dan melayani pembayaran dikantor untuk para muzakki yang ingin dating langsung ke LAZISMU Kota Metro. Untuk pelayanan di LAZISMU Kota Metro sendiri biasanya dilakukan dengan memberikan pelayanan yang ramah serta membantu perhitungan jumlah zakat yang dikeluarkan oleh muzakki. Setelah muzakki membayar biasanya muzakki biasanya pihak LAZISMU membacakan doa untuk muzakki.

b) Sistem Pembayaran Online

Berdasarkan wawancara dari Ibu Dewi Lailati Sulam selaku staff keuangan LAZISMU Kota Metro bahwasanya pembayaran zakat di LAZISMU Kota Metro bisa dilakukan dengan media online menggunakan transfer atau qriss serta bisa juga menggunakan dompet digital atau lewat aplikasi kitabisa.com. Hal ini dilakukan untuk mempermudah umat yang ingin berzakat tetapi tidak memiliki uang cash.

c) Jemput Zakat

Berdasarkan wawancara dari Bapak Bagus Dermawan selaku staff fundraising bahwasanya LAZISMU Kota Metro memiliki layanan jemput zakat untuk mempermudah muzakki dalam membayar zakat. Dengan memberi pelayanan jemput zakat ini merupakan strategi bagaimana LAZISMU Kota Metro memberikan suatu pelayanan untuk mempertahankan muzakki tersebut.

4. Program Fundraising

a) Digital Fundraising

Penggalangan dana (fundraising) adalah proses pengumpulan kontribusi sukarela dalam bentuk uang atau sumber daya lain dengan meminta sumbangan dari individu, perusahaan, yayasan, atau lembaga pemerintah. Digital Fundraising merupakan kegiatan penghimpunan dana dengan memanfaatkan media digital. Media digital tersebut seperti dalam bentuk aplikasi. Sudah banyak aplikasi untuk membayar ZIS, misalnya yaitu KitaBisa.com.

b) Kotak Infaq

Program kotak infak merupakan program Lembaga Amil Zakat Infak Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Daerah Kota Metro dalam upaya penggalangan dana infak yang melibatkan Amal Usaha Muhammadiyah/geral usaha warga persyarikatan maupun jama'ah secara umum sebagai donatur melalui kotak infak yang dititipkan di AUM/gerai usaha maupun jama'ah umum yang nantinya akan dikumpulkan dan dikelola oleh LAZISMU Daerah Kota Metro.

c) Kaleng Infaq

Program kaleng infak merupakan program Lembaga Amil Zakat Infak Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Daerah Kota Metro dalam upaya penggalangan dana infak yang melibatkan warga persyarikatan maupun jama'ah secara umum sebagai donatur melalui kaleng infak yang dititipkan di rumah-rumah para donatur yang nantinya akan dikumpulkan dan dikelola oleh lembaga Zakat Infak dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Daerah Kota Metro.

5. Program-program LAZISMU Kota Metro

Berdasarkan wawancara dari Bapak Bagus Selaku Staff Fundraising bahwa LAZISMU memiliki beberapa program. Dari program-program inilah membuat LAZISMU Kota Metro lebih dikenal dimasyarakat. Dari program-program ini juga LAZISMU Kota Metro melakukan sosialisasi secara tidak langsung kepada masyarakat. Berikut merupakan program-program dari LAZISMU Kota Metro:

- a) Pilar Ekonomi : Pemberdayaan UMKM
- b) Pilar Sosial dan Kemanusiaan : Bedah Rumah, Pengiriman Bantuan Kebencanaan atau Indonesia Siaga, Santunan Dhuafa
- c) Pilar Kesehatan: Peduli Kesehatan
- d) Pilar Dakwah: Back To Masjid, Da'i Mandiri

6. Kampanye Media Sosia

Berdasarkan wawancara dari bapak Bagus selaku staff fundraising bahwasanya LAZISMU Kota Metro selalu berupaya untuk melakukan kampanye melalui berbagai sosial media. Karena dizaman era digital saat ini melakukan kampanye melalui sosial media juga sangat efektif untuk mendorong masyarakat agar termotivasi untuk melakukan zakat atau menjadi muzakki. Untuk berkampanye menggunakan media sosial sendiri biasanya LAZISMU Kota Metro menggunakan Facebook, Instagram, Youtube, dan Tiktok serta.

7. Pertumbuhan ZIS

Tabel 1. Pertumbuhan ZIS Tahun 2020-2022

Tahun	Jumlah Muzakki	Zakat		Infaq/Shodaqoh	
		Jumlah Zakat	Jumlah Munfiq	Jumlah Infaq	Shodaqoh
2020	372	Rp. 45.714.500	610	Rp. 432.500.579	
2021	353	Rp. 122.872.431	822	Rp. 640.274.776	
2022	375	Rp. 81.662.500	630	Rp. 325.018.408	

(Sumber: LAZISMU Kota Metro)

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah penulis lakukan, bahwa proses strategi yang dilakukan oleh LAZISMU Kota Metro telah sesuai dengan teori-teori yang ada yakni dimulai dengan tahapan formulasi strategi, kemudian implementasi strategi, dan terakhir evaluasi strategi. Maka dari ini dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a. Formulas

Dalam kegiatan strategi fundraising untuk meningkatkan muzakki LAZISMU Kota Metro memiliki tiga strategi yaitu:

1. Meningkatkan sosialisasi dan komunikasi pada masyarakat,
2. Sistem pembayaran yang mudah,
3. Menciptakan brand image yang baik.

b. Implementasi

Strategi-strategi tersebut lalu diimplementasikan oleh LAZISMU Kota Metro dengan cara:

1. Melakukan kampanye zakat melalui: sosialisasi kepada masyarakat, memasang banner dan menyebarkan brousur.

2. Membuka gerai zakat untuk mempromosikan sekaligus memamerkan segala program-program LAZISMU Kota Metro ke masyarakat
3. Memberikan sistem pelayanan pembayaran zakat yang baik
4. Melaksanakan program-program: pemberdayaan umkm, sosial dan kemanusiaan, Kesehatan, dan dakwah
5. Melakukan kampanye zakat melalui media sosial melalui platform facebook, Instagram, youtube, dan tiktok.

c. Evaluasi

LAZISMU Kota Metro merupakan sebuah Lembaga amil zakat yang menerapkan fungsi manajemen, salah satunya adalah evaluasi. Dalam pelaksanaannya LAZISMU Kota Metro memiliki kegiatan evaluasi secara keseluruhan. Berdasarkan wawancara dari Bapak Bagus Dermawan untuk hasil evaluasinya LAZISMU Kota Metro telah mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan walaupun ada beberapa program yang kurang maksimal seperti kurangnya aktivitas fundraising ditahun 2022 untuk dana infaq itu sendiri, kurangnya maksimal dalam fundraising infaq ini adalah karena ada beberapa individu yang mengembalikan kotak infaq dan kaleng infaq karena usahanya yang belum stabil.

Tabel 2. Pertumbuhan Zis

Tahun	Jumlah Muzakki	Zakat		Infaq/Shodaqoh Jumlah Infaq Shodaqoh
		Jumlah Zakat	Jumlah Munfiq	
2020	372	Rp. 45.714.500	610	Rp. 432.500.579
2021	353	Rp. 122.872.431	822	Rp. 640.274.776
2022	375	Rp. 81.662.500	630	Rp. 325.018.408

(Sumber: LAZISMU Kota Metro)

Dari hasil wawancara kepada Ibu Dewi Lailati Sulam selaku staff keuangan LAZISMU Kota Metro diketahui bahwa:

- a) Ditahun 2020 muzakki di LAZISMU Kota Metro berjumlah 372 muzakki dengan jumlah zakat Rp. 45.714.500 dan 610 munfiq dengan jumlah infaq/shadaqah mencapai Rp. 432.500.579.
- b) Ditahun 2021 muzakki berjumlah 353 dengan jumlah zakat sebesar Rp. 122.872.431. Menurunnya muzakki ditahun ini disebabkan karena Kota Metro menerapkan pembatasan sosial untuk mengurangi resiko terkena covid-19 sehingga aktivitas fundraising dalam menggalang zakat menurun. Adapun meningkatnya jumlah zakat ini dikarenakan adanya peningkatan pendapatan pada beberapa individu sehingga jumlah zakat meningkat dari tahun sebelumnya walaupun jumlah muzakkinya menurun. Sedangkan untuk munfiqnya berjumlah 822 dengan jumlah infaq/shodaqoh mencapai Rp. 640.274.776. ditahun ini infaq/shodaqoh mengalami kenaikan dikarenakan LAZISMU Kota Metro membuka program sedekah untuk orang

terdampak covid-19 sehingga banyak orang yang berinfaq sampai jumlah Infaq dan shodaqoh meningkat dari tahun sebelumnya.

c) Ditahun 2022 muzakki berjumlah 375 dengan jumlah zakat mencapai Rp. 81.662.500. ditahun ini jumlah muzakki meningkat tetapi jumlah zakat menurun, ini dikarenakan ada beberapa muzakki yang zakatnya menurun dikarenakan penurunan pendapatan. Sedangkan untuk munfiq berjumlah 630 dengan jumlah infaq shodaqoh mencapai Rp. 325.018.408. penurunan ini dikarenakan tidak banyaknya penggalangan dana.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah penulis lakukan, bahwa Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Muzakki Pada LAZISMU Kota Metro telah sesuai dengan teori-teori yang ada. Dimulai dengan melakukan tahapan formulasi dengan menetapkan tiga strategi yakni meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat, sistem pembayaran yang mudah, dan menciptakan brand image yang baik, kemudian tahap implementasi dengan menerapkan kampanye zakat baik online maupun offline, membuka gerai, memberikan sistem pelayanan yang baik, serta melaksanakan program-program fundraising, sosial, ekonomi dan Kesehatan. Untuk tahapan evaluasinya sendiri LAZISMU Kota Metro telah mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan walaupun ada beberapa program yang kurang maksimal seperti kurangnya aktivitas fundraising untuk dana infaq itu sendiri.

Hasil dari strategi fundraising tersebut bahwasanya pencapaian zakat, Infaq, dan shodaqoh paling tinggi terjadi pada tahun 2021 jumlah zakat mencapai Rp. 122.872.431 dengan jumlah muzakki 353 orang dan infaq/shadaqoh mencapai Rp. 640.274.776 dengan jumlah munfiq 822 orang. Sedangkan ditahun 2022 jumlah zakat menurun Rp. 81.662.500 dengan meningkatnya jumlah muzakki menjadi 375 dan infaq/shadaqoh juga menurun mencapai Rp 325.018.408 dengan jumlah munfiq 630.

Peningkatan muzakki belum terlalu signifikan dan terjadi penurunan zakat jadi disarankan adanya upaya untuk lebih meningkatkan muzakki dengan cara bisa seperti lebih memperluas sosialisasi disetiap kelurahan Metro. Serta harus adanya upaya untuk mempertahankan muzakki dengan cara seperti memberikan apresiasi kepada para muzakki yang rajin membayar zakat karena dengan memberikan apresiasi yang baik dapat meningkatkan loyalitas muzakki sehingga hal ini bisa mempertahankan muzakki.Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa dikembangkan lebih lanjut seperti melakukan analisis penyaluran dana zakat, infaq, dan shadaqoh untuk melihat keefektifan dalam penyaluran tersebut. Atau bisa juga untuk penelitian selanjutnya meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat untuk menjadi muzakki dengan menggunakan metode penelitian seperti metode penelitian kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

Ayu, S. (2022). *Strategi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam Meningkatkan Muzakki Di Kabupaten Pesawaran* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG).

Ilyas, M. Z. (2019). *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Daarut Tauhiid Peduli (Dt Peduli) Cabang Jakarta* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

ISWARI, I. (2022). *STRATEGI FUNDRAISING DANA WAKAF PADA BADAN WAKAF AL-QUR'AN (BWA) CABANG MEDAN* (Doctoral dissertation).

Listya, I. (2021). Implementation Of CSR As Actualitation Of Zis In The Badan Amil Zakat (Baznas). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4(2), 143-155.

Lubis, R. H., & Latifah, F. N. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Zakat, Infaq, Shadaqoh Dan Wakaf Di Indonesia. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(1), 45-56.

Mubarok, A., & Ravieq, F. R. A. (2022). STRATEGI FUNDRAISING ZAKAT PADA LAZ NURUL FIKRI KALIMANTAN TENGAH. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(1), 54-66.

Naim, A. H. (2018). Problematika Fundraising Di LAZISNU Kudus. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 5(2).

Nanda, N. (2022). Strategi Fundraising Zakat Pada Baznas Provinsi Sumatera Barat. *ZAWA: Management of Zakat and Waqf Journal*, 2(2).

Nasution, L. F., Syahbudi, M., & MA, S. (2022). Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 2(1), 70-80.

Nopiardo, W. (2018). Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 1(1), 57-71.

Nugroho, A., Ahmad, A., & Wijoyo, W. (2021). Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi Pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 77-85.

Puskas BAZNAS (2022). Indikator Pemetaan Potensi Zakat Provinsi, Kabupaten, dan Kota Tahun 2022 Regional Sumatra. Jakarta

Puspitasari, R. D., & Darma, E. S. (2019). Pengaruh implementasi syariah governance terhadap kepuasan dan loyalitas muzakki (studi pada lembaga amil zakat Se-DIY). *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 67-84.

Ramadhan, N. H., Hakim, R., & Muslikhati, M. (2021). Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(01), 63-72.

Riadi, S. (2020). Strategi Distribusi Zakat dan Pemberdayaan Mustahik: Studi Kasus Baznas Kota Mataram. *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana IAIN Mataram*, 9(1), 125-136.

Sobri, W., Saprida, S., & Muharir, M. (2022). Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). *Jurnal I-Philanthropy: A Research Journal On Management Of Zakat and Waqf*, 2(2), 92-97.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Susanti, R. D. (2018). *Strategi Fundraising dalam Meningkatkan Muzakki pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Susilawati, N. (2018). Analisis Model Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Zakat. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(1).

Syahrullah, M. A. (2018). *Strategi fundraising dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah).