

**Table Of Content**

**Journal Cover** ..... 2  
**Author[s] Statement** ..... 3  
**Editorial Team** ..... 4  
**Article information** ..... 5  
    Check this article update (crossmark) ..... 5  
    Check this article impact ..... 5  
    Cite this article ..... 5  
**Title page** ..... 6  
    Article Title ..... 6  
    Author information ..... 6  
    Abstract ..... 6  
**Article content** ..... 7

# Academia Open

Vol 4 (2021): June

DOI: 10.21070/acopen.4.2021.2050 . Article type: (Business and Economics)

## Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

## Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

## EDITORIAL TEAM

### Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

### Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

### Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

## Article information

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

**Analysis of fundraising strategies at the Zakat, Infaq and shadaqah Muhammadiyahs Institute (Lazizmu) district Sidoarjo**

*Analisis Strategi Fundraising Pada Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Kabupaten Sidoarjo*

**Sayyidatunisa, sayyidatunisa27@gmail.com, (0)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

**Fitri Nur Latifah, fitri.latifah@umsida.ac.id, (1)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

<sup>(1)</sup> Corresponding author

**Abstract**

Fundraising is an important activity for a nonprofit institution, because through this activity, the nonprofit organization can run out its program. This is also done by the Lazizmu district Sidoarjo, as an effort to realize its participation in community empowerment, and as to maximize potential social fund in Indonesia. The Study is conducted using a descriptive qualitative method of data collecting technique that are used in interview techniques, observation and documentations. The informant in this study is leader of Lazizmu Sidoarjo, chief of fundraising finance manager Sidoarjo, and fundraising volunteers. According to the study, there are 3 alternating strategies employed by Lazizmu Sidoarjo, namely dialogue fundraising involving the advent of fundraising volunteers, incidental using, and socialization by mubaligh and various event, and then retention & development donor includes magazine management and services hotline and volunteers contact occupational using after every seedling, and the last one is multichannel fundraising include telefundraising, the supply of cans in the AUM, with KLL at AUM and mosques and the use of social media.

Published date: 2021-08-11 00:00:00

**Analisis Strategi Fundraising Pada Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Kabupaten Sidoarjo**

Sayyidatunisa, Fitri Nur Latifah

*Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

*Sayyidatunisa27@gmail.com*

**Keywords** - *Fundraising; Strategies; Lazizmu Sidoarjo's fundraiser*

**Abstrak.** Fundraising merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan oleh suatu lembaga. Sebab melalui kegiatan inilah. Lembaga nirlaba dapat menjalankan setiap programnya. Hal ini, juga dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo, sebagai bentuk untuk merealisasikan pengabdianya dalam melakukan pemberdayaan masyarakat, serta sebagai upaya memaksimalkan potensi dana social di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adaah Ketua Lazizmu Sidoarjo, Kepala Fundraising, Manager Keuangan Lazizmu Sidoarjo, serta beberapa Relawan Fundraising. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat 3 strategi fundraising yang diterapkan oleh Lazizmu SIdoarjo, yaitu dialogue fundraising yang meliputi pengadaan relawan fundraising, fundraising insidentil, dan sosialisasi oleh mubaligh dan diberbagai acara; lalu retention & development donor yang meliputi majalah, layanan hotline serta kontak relawan fundraising disetiap kecamatan; dan multichannel fundraising yang meliputi telefundraising, pengadaan kaleng di AUM, adanya KLL di AUM dan masjid, serta pemanfaatan sosial media.

**Kata kunci** - *Fundraising; Strategi; Fundraising Lazizmu Sidoarjo*

## I. PENDAHULUAN

Permasalahan kemiskinan di Indonesia menjadi persoalan yang tak kunjung usai untuk diselesaikan oleh pemerintah, kendatipun persoalan ini kerap mendapat perhatian utama [1], dan pemerintah juga telah melakukan berbagai cara ataupun upaya untuk mengatasinya [2]. Terlebih pada saat Indonesia ditimpa dengan pandemi Covid-19, berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) angka kemiskinan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang terjadi ditingkat kota maupun di desa, tercatat bahwa angka kemiskinan perperiode maret 2020 mencapai 26,42 juta penduduk atau meningkat 9,78% dari tahun sebelumnya ( periode maret 2019), dengan angka penyebaran kemiskinan di daerah perkotaan sejumlah 11, 16 juta orang dan di pedesaan sejumlah 15,26 juta orang [3] .

**Gambar 1 . Gambar statistik tingkat kemiskinan di Indonesia perperiode Maret 2020**

**Gambar 2 . Jumlah dan prosentase penduduk miskin menurut Daerah, Maret 2019-Maret 2020**

Sebagai negara yang termasuk dalam 10 golongan negara dengan kategori kemampuan ataupun kekuatan ekonomi terbesar di dunia, serta jumlah penduduk yang didominasi oleh agama islam [4], maka instrument *Islamic Social Finance* (ISF) atau keuangan atau dana sosial syariah yang berbasiskan filantropi dapat menjadi salah satu solusi pengentas permasalahan kemiskinan [5]. Hal ini dikarenakan selaras dengan adanya ketentuan terkait pihak yang berhak mendapatkan harta dari *Islamic Social Finance* yaitu 8 asnaf, yang meliputi orang miskin, amil, orang yang baru masuk islam, orang fakir, untuk kegiatan di jalan Allah, untuk memerdekakan budak, orang yang memiliki hutang, orang yang habis biaya dalam perjalanan[6].

Beberapa bentuk instrument *Islamic Social Finance* diantaranya adalah wakaf, zakat, infaq, dan shadaqah [7]. Di Indonesia instrument keuangan sosial tersebut telah memiliki aturan hukum negara yang sah. Sebagaimana yang tercantum dalam undang-undang (UU) nomor 41 tahun 2004 tentang wakaf [8] dan undang-undang nomor 42 tahun 2006 yang berisikan tentang tatacara pelaksanaan wakaf [9], dan undang-undang No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, infak, sedekah [10]. Berdasarkan analisis dan perhitungan yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam outlook zakat Indonesia 2021, pada tahun 2020 dalam hal zakat saja dana yang mungkin terkumpul berpotensi mencapai Rp. 327,6 triliun, sebagaimana yang tergambar dalam *gambar 3*[11].

**Gambar 3. Potensi zakat di Indonesia pada tahun 2020**

Namun jika dilihat dari hasil pengumpulan dana zakat, infaq, shodaqah dan dana sosial keagamaan lainnya pada tahun 2019, sebagaimana yang tercantum dalam laporan statistik zakat nasional 2019 kurang lebih nominalnya hanya mencapai Rp. 10.227 triliun, sebagaimana yang tercantum dalam gambar 4 [12].

**Gambar 4. Pengumpulan dana berdasarkan tingkat Organisasi Pengelola Zakat 2019**

Untuk memaksimalkan setiap potensi *Islamic Social Finance* tersebut baik dari sisi penggalangan dananya (*fundraising*) ataupun penyaluran dananya (*disbursement*), berdasarkan Keppres No. 07/POIN/10/1968 sejak 31 Oktober 1968 presiden Indonesia menetapkan bahwa dana tersebut dikelola oleh lembaga zakat nasional [13] yang kemudian disempurnakan dengan adanya undang-undang No. 23 tahun 2011 , dan berdasarkan UU No.23 tahun 2011 tersebut, tidak hanya BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) saja yang dapat mengelola dana sosial syaiah tersebut, melainkan masyarakat juga diperbolehkan membentuk lembaga sendiri, yang kemudian disebut dengan istilah LAZ (Lambaga Amil Zakat) dengan tujuan untuk membantu BAZNAS dalam hal pengumpulan, pendistribusian, dan penayagunaan [14].

Salah satu LAZ tingkat nasional yang ada di Indonesia adalah Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) yang merupakan milik Ormas Muhammadiyah, yang telah berdiri sejak tahun 2002 dan kemudian dikukuhkan oleh Mentri Agama Republic Indonesia melalui SK No. 457/21 November 2002 [15], yang telah memiliki Kantor Cabang di berbagai daerah, salah satunya bertempat di Kabupaten Sidoarjo (Lazizmu Sidoarjo).

Lembaga Zakat, Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Kabupaten Sidoarjo telah disahkan sebagai lembaga nirlaba sejak tahun 2017 dan kini telah memiliki kurang lebihnya mencapai 700 donatur tetap serta 3 KLL (Kantor Layanan Lazizmu) yang berada ditiga tempat yaitu Sekolah Menengah Atas Muhammadiyah Dua Sidoarjo (SMAMDA), Pondok Pesantren (Ponpes) An-Nur Tanggulangin, dan masjid Al-mahdi. Selain itu, saat ini Lazizmu Sidoarjo belum memiliki manager khusus untuk menangani bidang *fundraising*, sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Susilawati pada tahun 2018 [16] *fundraising* menjadi bagian penting bagi lembaga nirlaba, dikarenakan dengan adanya dana yang berhasil dihimpun itulah kegiatan yang telah dirncanakan oleh suatu lembaga dapat berjalan.

Namun meskipun Lazizmu Sidoarjo belum memiliki manager fundraising, Lazizmu Sidoarjo tetap menunjukkan bukti khidmat atau pengabdianya kepada masyarakat sekitar, hal tersebut terbukti dengan adanya program-program pentasyarufan yang dijalankannya, baik dibidang pendidikan, dakwah, ekonomi, kesehatan, sosial, maupun lingkungan.

Oleh karena itu, dengan adanya problema yang tengah dialami oleh Lazizmu Sidoarjo, dan adanya hasil



penggalangan dana zakat, infaq, shadaqah, dan dana sosial keagamaan lainnya yang masih jauh dari angka potensi yang telah di perkirakan, sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya penulis bertujuan untuk menggali informasi mengenai strategi *fundraising* yang di terapkan oleh Lazizmu Sidoarjo. Sehingga penulis melalui penelitian ini mengusung judul **Analisis Strategi Fundraising Pada Lembaga Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Kabupaten Sidoarjo.**

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan terdiri dari dua jenis sumber data, yaitu *pertama*, data primer yang diambil dari hasil proses wawancara tidak terstruktur kepada Ketua Lazizmu Sidoarjo, Kepala fundraising, Manager keuangan, dan Relawan fundraising dan observasi. *Kedua*, data sekunder yang diambil dari berbagai dokumen yang dimiliki oleh Lembaga Zakat Infaq dan Shodaqah (Lazizmu) Sidoarjo baik berupa laporan bulanan, majalah, website, media sosial, jurnal, dan artikel.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi yang kemudian data yang telah diperoleh akan diuji keabsahannya melalui tiga teknik triangulasi yaitu teknik, sumber dan teori [17]. Proses analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui empat tahapan, diantaranya adalah pengumpulan data, reduksi data, display, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan [18].

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan bagian manager keuangan, kepala *fundraising*, dan relawan *fundraising*, serta pelaksanaan observasi di kantor Lazizmu Sidoarjo, strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo adalah dengan menerapkan 3 jenis strategi *fundraising* yaitu *dialogue fundraising* (penggalangan dana dengan cara langsung berinteraksi atau tatap muka dengan muzakki ataupun calon muzakki), (penggalangan dana dengan cara upaya untuk mempertahankan kepercayaan muzakki, bentuk komitmen Lazizmu kepada atau muzakki), dan *multichannel fundraising* (penggalangan dana melalui internet dan komunitas). Jika dipetakan, bentuk-bentuk dari setiap strategi tersebut, tergambar sebagaimana dalam gambar.1.

### Gambar 5 . Strategi Fundraising Lazizmu Sidoarjo

Dari gambar.1 tersebut maka jika di deskripsikan, strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo adalah sebagai berikut:

Dalam strategi *dialogue fundraising* ini, terdapat beberapa tindakan ataupun upaya yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo, diantaranya sebagai berikut:

Salah satu strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo adalah dengan menghadirkan relawan (petugas jungut) yang memiliki latar belakang tergabung di organisasi miliki muhammadiyah (Ortom) di beberapa kecamatan, diantaranya adalah Sidoarjo kota, Candi, Tanggulangin, Sukodono, Gedangan, Tulangan, Wonoayu, dan Waru. Sistem yang diterapkan adalah *pertama*, setiap petugas jungut diberikan target untuk memperoleh muzakki minimal 3 setiap bualannya dan nantinya petugas jungut tersebut akan melakukan laporan kepada kepala *fundraising* Lazizmu Sidoarjo sebelum tanggal 25 di setiap bulan mengenai nama-nama dan nominal yang berdonasi, sekaligus melakukan penyerahan dana yang berhasil terhimpun.

*Kedua*, setiap petugas jungut ataupun relawan *fundraising* memiliki beberapa aktivitas yang dilakukan setiap bulannya diantaranya adalah mengambil donasi kerumah ataupun ditempat lainnya sesuai kesepakatan dengan donatur, membagikan majalah dan kwitansi kepada donatur, serta mencari muzakki baru.

Beberapa strategi yang diterapkan oleh relawan *fundraising* dalam memperoleh baru adalah sebagai berikut:

- Melakukan pendekatan kepada tetangga donatur dan anggota kelompok pengajian.
- Mendatangi rumah-rumah pengurus atau tokoh Muhammadiyah.
- Melakukan pendekatan kepada setiap orang disekitar tempat kerja relawan.

*Fundraising* insidental merupakan bentuk penggalangan yang dilakukan dimomen-moment tertentu, seperti aksi penggalangan dana untuk suatu bencana, penggalangan dana peduli sesama contohnya seperti peduli palestina, peduli rohingya dan lain sebagainya. Aksi penggalangan dana ini selain biasa dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo sendiri, juga dilakukan oleh organisasi-organisasi yang berada dibawah naungan muhammadiyah seperti Pemuda Muhammadiyah (PM), Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) maupun organisasi yang tidak terikat dengan muhammadiyah, yang kemudian dana yang berhasil dikumpulkan tersebut disalurkan melalui Lazizmu Sidoarjo.

- Penggalangan dana insidental
- Sosialisasi oleh mubaligh dan diacara-acara besar

Salah satu upaya atau strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo adalah dengan melakukan sosialisasi, *pertama* ada sosialisasi yang dilakukan oleh mubaligh dalam kegiatan kajian keislaman ataupun ketika khutbah jum'at. *Kedua*, ada sosialisasi diacara-acara besar yang diadakan oleh Lazizmu Sidoarjo ataupun yang diadakan oleh organisasi yang bekerjasama dengan Lazizmu Sidoarjo.

Strategi yang diterapkan oleh Lazizmu Sidoarjo adalah dengan menerapkan dua cara, yaitu sebagai berikut:

Dalam setiap bulannya Lazizmu Sidoarjo akan menerbitkan majalah, yang mana didalam majalah tersebut tercantum berbagai kegiatan pentasyarufan 5 bidang inti yang diterapkan, kemudian juga tercantum laporan keuangan baik pemasukan ataupun pengeluaran selama satu bulan, lampiran nama-nama yang berdonasi selama satu bulan, serta karya-karya tulis lainnya yang dapat menambah wawasan setiap ataupun calon, yang nantinya akan dibagikan oleh setiap relawan *fundraising* kepada donatur yang telah berdonasi. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk membangun kepercayaan pada setiap donatur, sekaligus sebagai bentuk transparansi keuangan dan laporan pertanggung jawaban pengurus Lazizmu kepada.

- Pengadaan majalah
- Layanan *hotline* dan kontak relawan *fundraising*

Dalam membangun komunikasi dengan maupun calon, Lazizmu Sidoarjo juga menerapkan layanan *hotline* dan kontak relawan, sebagai media untuk menanyakan hal-hal yang ingin diketahui mengenai Lazizmu Sidoarjo, kemudian sebagai media penyampaian keluhan yang dialami oleh setiap, serta memudahkan donatur jika menginginkan berdonasi secara langsung namun tidak dapat datang ke kantor Lazizmu ataupun tidak menginginkan donasi melalui transfer.

Dalam Strategi *multichannel fundraising* ini terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo, diantaranya adalah sebagai berikut :

Strategi *telefundraising* yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo ini biasa digunakan untuk atau sebagai media menghubungi para ataupun calon kategori perseorangan. Dalam hal ini Lazizmu Sidoarjo menyediakan kontak *hotline* dan kontak *fundraiser* di setiap Kecamatan.

Strategi penggalangan dana dengan adanya pengadaan keleng infaq yang diterapkan oleh Lazizmu Sidoarjo adalah ketika adanya permintaan dari AUM ataupun organisasi lain untuk melakukan pengadaan keleng infaq. Hingga saat ini pengadaan kaleng infaq baru diterapkan di organisasi Pimpinan Ranting Aisyiah (PRA) Buduran, dimana saat ini sudah terdapat sekitar 30 kaleng dan selalu mengalami peningkatan nominal disetiap bulannya.

Strategi *multichannel* yang juga diterapkan oleh Lazizmu Sidoarjo adalah penggunaan sosial media instagram dan facebook, yang mana melalui kedua *platform* tersebut dipergunakan untuk mempublikasikan setiap program penggalangan dana, program pentasyarufan dan juga informasi lainnya yang berkenaan dengan Lazizmu Sidoarjo.

- *Telefundraising*
- Pengadaan kaleng infaq
- Penggunaan sosial media
- Membuka Kantor Layanan Lazizmu (KLL)

Strategi yang dilakukan oleh Lazizmu Sidoarjo salah satunya adalah dengan membuka KLL. KLL merupakan Kantor Layanan Lazizmu (KLL) yang beroperasi di organisasi ataupun lembaga Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) dan juga di masjid. Hingga saat ini Lazizmu Sidoarjo telah memiliki 3 KLL, diantaranya adalah bertempat di SMAMDA, Pondok An-Nur Tanggulangin dan Masjid Al-Mahdi Sidoarjo.

Sistem yang diterapkan dengan adanya KLL ini adalah *pertama* KLL hanya berhak untuk menghimpun dana disekitar tempat keberadaannya dan tidak diperkenankan untuk menghimpun dana di masyarakat umum. *Kedua*, KLL berkewajiban untuk melaporkan program-program *fundraising* ataupun program-program pentasyarufan serta dana yang berhasil dihimpun setiap bulannya kepada Kepala *fundraising* Lazizmu Sidoarjo.

*Ketiga*, selain melaporkan dana yang berhasil dihimpun, KLL juga berkewajiban untuk menyetorkan dana yang berhasil dihimpun setiap bulannya kepada Lazizmu Sidoarjo dan kemudian Lazizmu Sidoarjo berkewajiban untuk mengembalikan dana yang telah disetorkan kepada KLL maksimal 3 hari setelah penyetoran dana. *Keempat*, dana yang berhasil dihimpun oleh KLL dipergunakan sepenuhnya oleh KLL yang bersangkutan, untuk program-program yang berkaitan dengan pilar-pilar yang ada di Lazizmu Sidoarjo.

Dalam menjalankan peranannya sebagai lembaga sosial ataupun nirlaba, terutama dalam hal kegiatan *fundraising*, terdapat beberapa hambatan dan faktor pendukung yang dialami, diantaranya sebagai berikut:

- Sulitnya donatur ketika dihubungi, ataupun ditemui untuk melakukan donasi.

- Terkadang adanya keterlambatan dalam pencetakan majalah, sehingga menghambat pengambilan dana di bulan berikutnya.
- Terkadang masih ada dari beberapa relawan *fundraising* yang masih belum bisa mencapai target yang telah ditetapkan.
- Adanya penerapan sistem relawan *fundraising* dalam melakukan penjemputan donasi, sehingga memudahkan donatur untuk berdonasi.
- Adanya sosial media sebagai *platform* publikasi program penggalangan dana dan program pentasyarufan.
- Adanya hubungan yang baik antar pengurus Lazizmu Sidoarjo, termasuk relawan *fundraising*.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang strategi *fundraising* di Lembaga Zakat, Infaq dan Shadaqah (Lazizmu) Kabupaten Sidoarjo yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan, *pertama*, dana yang dihimpun oleh Lazizmu Sidoarjo adalah berupa zakat, infaq atau shadaqah, yang mana dalam hal proses pencarian muzakki, tidak ada kategori muzakki tertentu yang menjadi sasaran. Hingga kini, Lazizmu Sidoarjo telah memiliki kurang lebihnya 700 donatur tetap. *Kedua*, Strategi *fundraising* yang diterapkan oleh Lazizmu Sidoarjo mencakup 3 kategori yaitu *dialogue fundraising* yang meliputi adanya petugas junggut di setiap kecamatan, *fundraising* insidental, dan sosialisasi, lalu *retention and development donor* yang meliputi pembuatan majalah dan layanan *hotline* serta kontak petugas junggut di setiap kecamatan, dan *multichannel fundraising* yang meliputi *telefundraising*, pengadaan kelengkapan infaq atau shadaqah, dibukanya Kantor Layanan Lazizmu di AUM dan masjid-masjid, dan penggunaan social media *facebook* dan *Instagram*.

*Ketiga*, Selama proses kegiatan *fundraising* Lazizmu Sidoarjo mendapati beberapa faktor penghambat, di antaranya adalah sulitnya donatur ketika dihubungi ataupun ditemui untuk melakukan donasi, terkadang adanya keterlambatan dalam pencetakan majalah, sehingga menghambat pengambilan dana di bulan berikutnya, terkadang masih ada dari beberapa relawan *fundraising* yang masih belum bisa mencapai target yang telah ditetapkan. Namun selain hal tersebut, juga terdapat beberapa faktor pendukung, diantaranya adalah adanya penerapan sistem relawan *fundraising* dalam melakukan penjemputan donasi, sehingga memudahkan donatur untuk berdonasi, adanya sosial media sebagai platform publikasi program penggalangan dana dan program pentasyarufan dan adanya hubungan yang baik antar pengurus Lazizmu Sidoarjo, termasuk relawan *fundraising*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya yaitu Abdul Hamid dan Aam Aminah, yang senantiasa bekerja keras untuk masa depan anak-anaknya, senantiasa memberikan petuah-petuah yang menguatkan anak-anaknya, dan yang pastinya do'anya yang tidak pernah terputus. Hal itu membuat peneliti termotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Lalu kepada seluruh guru maupun dosen saya yang senantiasa mendidik, memotivasi, dan mendo'akan setiap murid-muridnya terkhusus ibu Fitri Nur Latifah, S.E., M.E. Sy selaku pembimbing. Serta seluruh teman-teman satu angkatan, kakak tingkat, dan adik tingkat yang senantiasa memberikan masukan dan memotivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini, serta segenap petugas kesekretariatan Fakultas Agama Islam. Semoga penelitian ini dapat menjadi sumber pemikiran dalam hal penyusunan strategi *fundraising* zakat, infaq dan sedekah, sehingga potensi dana zakat, infaq dan shadaqah dapat dimanfaatkan dan digali dengan baik.

## REFERENSI

- Purwanto, E. a. (2007). Mengkaji Potensi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Pembuatan Kebijakan Anti Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 295.
- Waluyo, S. (2016). Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infaw Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan Muzakki. *Skripsi*, 1
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2020. 1
- Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS). (2020). *Outlook Zakat Indonesia 2021*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Beik, I. S. (2014, Mei 02). *Islamic Social Finance*. Retrieved from [republika.co.id](https://www.republika.co.id/berita/n4xi28/islamic-social-finance-1):
- Nisak, K. (2017). Pengelolaan Pembagian Zakat Terhadap 8 Asnaf Penerima Zakat di Lembaga Amail Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Kota Salatiga. 8.
- Bank Indonesia. (2020). *Arah Perkembangan Keuangan Sosial Syariah Oleh Bank Syariah*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Kementerian Agama. (n.d.). *Undang-Undang Tentang Wakaf*. Retrieved from [simpuh.kemenag.go.id](http://simpuh.kemenag.go.id):
- Badan Wakaf Indonesia (BWI). (2019, September 17). *Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2006 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf*. Retrieved from [bwi.go.id](http://bwi.go.id):
- Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) BAZNAZ RI. (n.d.). *Pengelolaan Zakat*. Retrieved from

pid.baznas.go.id: <https://pid.baznas.go.id/pengelolaan-zakat/>

- Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS). (2020). *Outlook Zakat Indonesia 2021*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2020). *Statistik Zakat Nasional 2019*. Jakarta: BAZNAS-Sub Divisi Pelaporan.
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bogor. (n.d.). *Sejarah*. Retrieved from <http://baznaskotabogor.or.id: http://baznaskotabogor.or.id/profil/sejarah#:~:text=Sebagai%20implementasi%20UU%20Nomor%2038,melakukan%20penghimpunan%20dan%20pendayagunaan%20zakat>
- Kementerian Agama Jawa Timur (Kemenag Jatim). (n.d.). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 23 Tahun 2011*. Retrieved from <https://jatim.kemenag.go.id: https://jatim.kemenag.go.id/file/file/Undangundang/bosd1397464066.pdf>
- Lazizmu DIY. (n.d.). *Tentang Kami*. Retrieved from <https://www.lazizmudiy.or.id: https://www.lazizmudiy.or.id/tentang-kami/>
- Susilawati, N. (2018). Analisis Model Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Zakat. *Al- inaj*, 107.
- Musfiqon. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta Selatan: Referensi (GP Press Group).

## References

1. Purwanto, E. a. (2007). Mengkaji Potensi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Pembuatan Kebijakan Anti Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 295.
2. Waluyo, S. (2016). Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infaw Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan Muzakki. Skripsi, 1
3. Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2020*. 1
4. Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS). (2020). *Outlook Zakat Indonesia 2021*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
5. Beik, I. S. (2014, Mei 02). *Islamic Social Finance*. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/n4xi28/islamic-social-finance-1>
6. Nisak, K. (2017). *Pengelolaan Pembagian Zakat Terhadap 8 Asnaf Penerima Zakat di Lembaga Amail Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazizmu) Kota Salatiga*. 8.
7. Bank Indonesia. (2020). *Arah Perkembangan Keuangan Sosial Syariah Oleh Bank Syariah*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah.
8. Kementerian Agama. (n.d.). *Undang-Undang Tentang Wakaf*. Retrieved from [http://simpuh.kemenag.go.id: http://simpuh.kemenag.go.id/regulasi/uu\\_41\\_04.pdf](http://simpuh.kemenag.go.id: http://simpuh.kemenag.go.id/regulasi/uu_41_04.pdf)
9. Badan Wakaf Indonesia (BWI). (2019, September 17). *Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2006 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf*. Retrieved from <https://www.bwi.go.id/3665/2019/09/17/peraturan-pemerintah-no-42-tahun-2006-tentang-wakaf/>
10. Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) BAZNAZ RI. (n.d.). *Pengelolaan Zakat*. Retrieved from <https://pid.baznas.go.id: https://pid.baznas.go.id/pengelolaan-zakat/>
11. Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS). (2020). *Outlook Zakat Indonesia 2021*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
12. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2020). *Statistik Zakat Nasional 2019*. Jakarta: BAZNAS-Sub Divisi Pelaporan.
13. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bogor. (n.d.). *Sejarah*. Retrieved from <http://baznaskotabogor.or.id: http://baznaskotabogor.or.id/profil/sejarah#:~:text=Sebagai%20implementasi%20UU%20Nomor%2038,melakukan%20penghimpunan%20dan%20pendayagunaan%20zakat>
14. Kementerian Agama Jawa Timur (Kemenag Jatim). (n.d.). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 23 Tahun 2011*. Retrieved from <https://jatim.kemenag.go.id: https://jatim.kemenag.go.id/file/file/Undangundang/bosd1397464066.pdf>
15. Lazizmu DIY. (n.d.). *Tentang Kami*. Retrieved from <https://www.lazizmudiy.or.id: https://www.lazizmudiy.or.id/tentang-kami/>
16. Susilawati, N. (2018). Analisis Model Fundraising Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Zakat. *Al- inaj*, 107.
17. Musfiqon. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
18. Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta Selatan: Referensi (GP Press Group).