

PELATIHAN FUNDRAISING BERBASIS DIGITAL MARKETING BAGI AMIL UNTUK MENINGKATKAN PENGHIMPUNAN ZAKAT, INFAK DAN SHODAQOH PADA LAZISMU KABUPATEN LANGKAT

Syahrul Amsari^{1*}, Isra Hayati², Ahmad Affandi³, Nurul Zahriani Jf⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia
syahrulamsari@umsu.ac.id¹, israhayati@umsu.ac.id², ahmad.affandi@umsu.ac.id³,
nurulzahriani@umsu.ac.id⁴

ABSTRAK

Abstrak: LazisMu Kabupaten Langkat didirikan pada tahun 2022. Sebagai sebuah entitas amal yang masih terbilang baru, dibutuhkan usaha yang intensif dalam menjalankan misinya, termasuk dalam hal manajemen pengelolaan yang mencakup pengumpulan dana ZIS, digital marketing menjadi elemen kunci untuk memaksimalkan penghimpunan. Masalah yang dihadapi saat ini adalah kurangnya pengetahuan dari amil, pengurus, dan relawan LazisMu Kab Langkat terkait Fundraising Zakat, Infak dan Shodaqoh berbasis digital marketing, serta kurang optimalnya konsolidasi antara LazisMu dengan cabang dan ranting. Tujuan PKM ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang manajemen lembaga (fundraising berbasis digital marketing dan keuangan), serta pengetahuan tentang konsolidasi laporan. Metode yang digunakan meliputi workshop, ceramah, sesi tanya jawab, simulasi peran yang diikuti oleh mitra yakni Lazismu Kab.Langkat sebanyak 30 orang peserta. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta memahami secara baik tentang peran dan fungsi organisasi LazisMu serta memahami fundraising berbasis Digital Marketing. Maka, pelatihan semacam ini dianggap relevan dan berpotensi menjadi solusi dalam mengatasi tantangan penghimpunan dana ZIS di era digital ini.

Kata Kunci: Digital Fundraisng; Amil; ZIS; LazisMu Langkat.

Abstract: LazisMu Langkat Regency was established in 2022. As a relatively new charity, it requires intensive efforts to carry out its mission, including in terms of management which includes raising ZIS funds, digital marketing is a key element to maximize collection. The current problem is the lack of knowledge from amil, administrators, and LazisMu volunteers in Langkat Regency about digital marketing-based Zakat, Infak and Shodaqoh Fundraising, and the consolidation between LazisMu and branches and branches is not yet optimal. The purpose of this PKM is to provide an understanding of institutional management (digital marketing and financial-based fundraising), as well as knowledge about report consolidation. The method used includes workshops, lectures, questions and answers, role simulations which were attended by partners, namely Lazismu Kab. Langkat with 30 participants. The results of this activity show that participants understand well the roles and functions of the LazisMu organization and understand Digital Marketing-based fundraising. Thus, this kind of training is considered relevant and has the potential to be a solution in overcoming the challenges of raising ZIS funds in this digital era.

Keywords: Digital Fundraisng; Amil; ZIS; Lazismu Langkat.



Article History:

Received : 29-07-2023
Revised : 23-08-2023
Accepted : 28-08-2023
Online : 01-10-2023



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

LAZISMU adalah entitas atau lembaga zakat nasional yang berperan dalam mengorganisasi masyarakat lewat penggunaan dana zakat produktif, infaq, shodaqoh, wakaf, dan sumber dana filantropi lainnya, yang bersumber dari perorangan maupun entitas, baik itu sektor privat atau pemerintah (Baidhawiy, 2015). Alasan pendirian Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) terletak pada tingkat kemiskinan yang tinggi di Indonesia, yang memberikan dampak pada tingkat pendidikan, kualitas sumber daya manusia, dan standar kesehatan masyarakat yang masih perlu ditingkatkan (Apriliani & Malik, 2021).

Muhammadiyah memandang urgensinya upaya dalam meredam persoalan kemiskinan dengan membentuk Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) sebagai penunjang bagi warga kurang mampu untuk meningkatkan taraf hidup mereka (Izhar, 2021). Ditambah lagi, masih banyak masyarakat Islam yang belum melaksanakan zakat karena minimnya pemahaman dan wawasan mereka. Karena itu, LAZISMU dirintis sebagai upaya penunjang program pemerintah dalam administrasi zakat berlandaskan Undang-Undang No. 38 Tahun 1999. LAZISMU telah menjalankan operasionalnya secara nasional mulai 2002 berdasarkan SK PP Muhammadiyah nomor 457/ 21 November 2002 dan diakui oleh Menteri Agama sebagai institusi Amil Zakat Nasional melalui SK Menteri Agama RI nomor 730 tahun 2016 (Indonesia., 2016).

Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Sadaqah Muhammadiyah (LazisMu) Kabupaten Langkat yang merupakan satu di antara lembaga ZIS Muhammadiyah, didirikan pada tahun 2022 (Amsari, 2019). Sebagai langkah awal yang masih muda, tentunya dibutuhkan usaha gigih dan kokoh dalam melaksanakan misinya, termasuk dalam aspek manajemen yang mencakup penghimpunan dana ZIS, pemanfaatan/pentasyarufan, serta laporan administrasi dan keuangan (Selamet Eko Budi Santoso, 2021).

Dalam lembaga yang mengatur zakat, aktivitas pengumpulan, penarikan, dan penyaluran dana dikenal dengan istilah fundraising. Fundraising dapat diartikan sebagai proses penghimpunan atau penggalangan dana zakat, infaq dan sedekah serta sumber daya lainnya dari masyarakat, baik perseorangan, kelompok, organisasi maupun perusahaan yang nantinya akan dialokasikan dan digunakan untuk mustahik (Hikmawati, 2015). Namun, keberhasilan sebuah amil zakat juga sangat bergantung pada perencanaan dan strategi, terutama dalam fundraising (Kinanti et al., 2021).

Sejalan dengan kemajuan teknologi saat ini yang telah merubah gaya hidup manusia dari yang serba manual (langsung) menjadi digital (online) dalam melakukan aktivitas sehari-hari termasuk beramal seperti membayar zakat, infaq, dan sedekah, demikian juga dengan fundraising (penghimpunan dana) juga dapat diimplementasikan secara digital seperti dalam membuat perencanaan atau strategi. Hal ini disebabkan akses digital lebih mudah dan cepat sehingga memungkinkan LAZISMU untuk lebih efektif dalam

menjangkau audiens target dan memaksimalkan potensi penghimpunan dana (Wulandari et al., 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua LazisMu Kabupaten Langkat (Bapak Irfan) bahwasanya para amil, pengurus dan relawan belum pernah mendapatkan pelatihan khususnya tentang operasional Lazismu seperti cara penghimpunan atau fundraising yang berbasis digital marketing sehingga saat ini LazisMu Kabupaten Langkat belum dapat memaksimalkan dalam proses penghimpunan sehingga dana yang terkumpul juga masih sedikit, jika dilihat potensi ZIS yang ada di Kabupaten Langkat begitu besar. Secara struktural, LazisMu Kabupaten Langkat menjalankan aktivitasnya dengan mengkoordinasikan Zakat, Infaq, dan Sadaqah di level cabang dan ranting. Hingga saat ini, aktivitas LazisMu Kabupaten Langkat masih bersifat fragmentari dan belum terintegrasi dengan baik di level cabang dan ranting. Oleh sebab itu, dibutuhkan kerjasama dan konsolidasi aksi serta pelaporan antar LazisMu se Kabupaten Langkat agar menjadi institusi yang profesional dan bertanggung jawab. Dengan demikian, berdasarkan paparan diatas diperlukan manajemen pengelolaan lembaga yang bertanggung jawab (Fundraising berbasis digital marketing, pelaporan dll) dan sinergis antara LazisMu dengan cabang dan ranting se kabupaten Langkat melalui program *"Pelatihan Fundraising Berbasis Digital Marketing Bagi Amil Untuk Meningkatkan Penghimpunan Zakat, Infak dan Shodaqoh Pada LazisMu Kabupaten Langkat"*. Oleh karenanya, dapat memberikan pelayanan prima kepada publik dan mampu memperluas pengumpulan ZIS serta dapat memberikan akuntabilitas dalam bentuk laporan aksi Zakat, Infaq, dan Sadaqah yang dapat dipertanggungjawabkan, terpadu, dan terkoordinasi serta memperkaya pengetahuan dan literasi Amil, Pengurus dan relawan LazisMu Kabupaten Langkat.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra yang terlibat yakni LazisMu Kab Langkat terdiri dari amil, pengurus serta relawan sebanyak 30 peserta. Masalah yang dihadapi oleh mitra jelas bukanlah hal yang dapat diabaikan. Oleh sebab itu, sebagai usaha untuk membantu mitra dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, program yang diajukan adalah menyelenggarakan "Pelatihan Fundraising Berbasis Digital Marketing Bagi Amil Untuk Meningkatkan Penghimpunan Zakat, Infak dan Shodaqoh Pada LazisMu Kabupaten Langkat". Program pelatihan ini dilakukan dengan perencanaan yang telah dirancang dalam beberapa Tahap.

1. Persiapan

Pada tahap persiapan pelaksanaan kegiatan PKPM ini, yang akan dilaksanakan adalah:

- a. Berkoordinasi dengan mitra yakni LazisMu Kabupaten Langkat untuk melakukan pemetaan peserta Pelatihan Fundraising Berbasis Digital Marketing Bagi Amil Untuk Meningkatkan Penghimpunan Zakat, Infak dan Shodaqoh Pada LazisMu Kabupaten Langkat sebanyak 30 peserta.
- b. Mempersiapkan materi pelatihan fundraising melalui digital marketing dan keuangan.
- c. Menyediakan sarana dan prasarana kegiatan pelatihan.

2. Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini yaitu memberikan pelatihan terkait dengan *Fundraising berbasis Digitas Marketig, keuangan serta pelaporan* yang dilaksanakan melalui workshop dan diskusi dimana disampaikan oleh pemateri dari tim pelaksana berdasarkan pengalaman dan kualifikasi keilmuan tim kepada peserta pelatihan dengan materi:

- a. Workshop pertama disampaikan oleh Syahrul Amsari, S.E.Sy.,M.Si (Ketua Pelaksana): Materi tentang “Pengantar dan Optimalisasi Fundraising serta Konsolidasi untuk meningkatkan penghimpunan ZIS”.
- b. Workshop kedua disampaikan oleh Isra Hayati, M.Si (Anggota Pelaksana 1): Materi tentang “Pelaporan dan Pencatatan Keuangan Secara Syariah Sesuai dengan PSAK”.
- c. Workshop ketiga disampaikan oleh Ahmad Afandi, S.Kom., MM (Anggota Pelaksana 2): Materi tentang “Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Penghimpunan ZIS”.

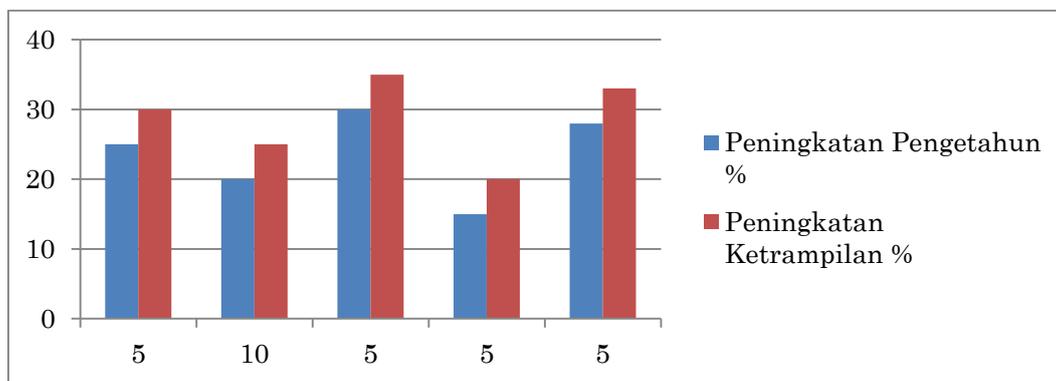
3. Evaluasi

Pada fase evaluasi dari kegiatan PKPM ini, Tim Pelaksana Kegiatan berkolaborasi dengan mitra yaitu Lazismu Kabupaten Langkat melakukan pemantauan dan evaluasi untuk mengevaluasi keberhasilan program melalui bimbingan secara langsung kepada peserta pelatihan. Rencana pengembangan program ini ditahun berikutnya dapat dikembangkan dengan melihat bertambahnya jumlah muzzaki dan juga meningkatnya penghimpunan ZIS. Metode evaluasi yang diterapkan agar lebih terukur maka tim akan memberikan kuesioner yang kemudian diberikan kepada seluruh peserta. Hal ini agar mengetahui pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Program Kemitraan Pengembangan Muhammadiyah dilaksanakan pada LAZISMU Kabupaten Langkat. Kegiatan ini dilaksanakan selama 6 bulan (mulai dari persiapan, pelaksanaan, evaluasi) dengan judul “Pelatihan Fundraising Berbasis Digital Marketing Bagi Amil Untuk Meningkatkan Penghimpunan Zakat, Infak dan Shodaqoh Pada LazisMu Kabupaten Langkat”. Melalui workshop dan diskusi yang disampaikan oleh pemateri dari TIM pelaksana berdasarkan pengalaman dan Kualifikasi tim PKM terhadap peserta pelatihan.

Pelatihan ini berhasil secara signifikan para amil LAZISMU Kabupaten Langkat dalam pemahaman dan pengetahuannya dalam membuat rancangan program fundraising dan mampu beradaptasi dengan tren digital yang berkembang pesat sekarang ini untuk penghimpunan dana (fundraising). Berikut data hasil evaluasi peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mitra, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil evaluasi peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra (peserta pelatihan)

1. Peningkatan pemahaman konsep Fundraising

Melalui pelatihan ini, para Amil (penanggung jawab penghimpunan dana) LAZISMU Kabupaten Langkat mengalami peningkatan pemahaman terkait penghimpunan dana ZIS (Zakat, Infaq dan Sedekah) agar dapat mendukung program-program social yang dilaksanakan dalam upaya membantu kelompok masyarakat yang membutuhkan. Pemahaman akan fundraising yang tepat dapat membantu dalam memahami target donator potensial serta cara membangun hubungan dan komunikasi yang baik dengan para donator (Ulpah, 2021). Dengan pemahaman ini juga membantu para amil menyampaikan filantropi dan misi LAZISMU dengan efektif kepada masyarakat, sehingga mereka lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam beramal. Dengan demikian, para amil akan dapat menghimpun dana dengan menjangkau lebih banyak donator. Pemahaman konsep fundraising memungkinkan para amil untuk memaksimalkan potensi penghimpunan dana ZIS serta dapat merencanakan kampanye penggalangan dana yang tepat waktu dan relevan dengan peristiwa dan momen tertentu. Selain itu

dengan memahami konsep penghimpunan dana, para amil dapat mengatur strategi yang irasional untuk mendapatkan donasi secara konsisten, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian materi workshop 1 tentang fundraising bagi amil oleh sayhrul amsari, S.E.Sy.,M.Si

2. Meningkatkan Transparansi dan Kepercayaan

Pelatihan ini selain memberikan pemahaman terhadap fundraising, tetapi juga pemahaman tentang konsep penggalangan dana dalam upaya membantu para amil untuk lebih focus pada transparansi dan kuntabilitas dalam pengelolaan dana ZIS dalam bentuk pembuatan pelaporan dan pencatatan Keungan. Dengan menyampaikan laporan dan pencatatan keungan yang jelas dan terperinci mengenai penggunaan dana, LAZISMU dapat membangun kepercayaan yang lebih baik di antara donator. Dengan begitu, donatur akan merasa lebih yakin dan puas ketika melihat dana yang mereka sumbangkan dikelola dengan baik dan digunakan untuk tujuan yang benar-benar bermanfaat, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian materi workshop tentang laporan keungan oleh isra hayati, M.Si

3. Pengetahuan Akan Konsep Digital Marketing

Peserta pelatihan akan memperoleh pengetahuan secara mendalam tentang berbagai konsep dan strategi digital marketing yang efektif untuk penggalangan dana dari donator dan penghimpunan dana (fundraising) utamanya sehingga mampu menggunakan media dan teknologi yang tepat. Pelatihan ini memberikan pengetahuan kepada para amil untuk dapat

memanfaatkan berbagai saluran komunikasi dan media yang sesuai dengan target audiens seperti: media social, email marketing, kampanye digital atau sebagainya untuk melakukan penggalangan dana agar tercapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi donator. Pelatihan ini juga memberi para amil penguasaan kemampuan terhadap teknik-teknik digital marketing dengan demikian akan diperoleh hasil fundraising yang lebih baik. Melalui pemahaman dan pengetahuan akan pemanfaatan digital marketing dengan baik juga dapat membantu para amil untuk terus meningkatkan kualitas dan efektivitas penghimpunan dan ZIS dimasa mendatang.

Pelatihan fundraising berbasis digital marketing bagi para Amil di LAZISMU Kabupaten Langkat ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan pengetahuan para amil dalam menghimpun dana ZIS. Pelatihan ini menunjukkan cerminan keberhasilan dalam upaya tercapainya tujuan yang telah ditentukan. Temuan pada pelatihan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Sari & Hakim (2018) dalam *Jurnal Ekonomi Islam* dengan judul “pengaruh pemahaman konseptual Fundraising terhadap niat berdonasi: Kajian Pada Lembaga Zakat di Indonesia” yang menunjukkan bahwa semakin baik konsep pemahaman konsep fundraising, semakin tinggi niat donatur untuk beramal dan memberikan zakat.

Pemahaman konsep fundraising sebagaimana workshop 1 yang disampaikan oleh Bapak Syahrul Amsari, S.E.Sy.,M.Si (Ketua Pelaksana dan Pemateri 1), untuk penghimpunan ZIS (Zakat, Infaq, dan Shodaqoh) merupakan langkah krusial dalam mengoptimalkan upaya penggalangan dana amal bagi lembaga amil zakat, termasuk pada LAZISMU Kabupaten Langkat. Melalui pemahaman konsep fundraising akan membantu para amil bagaimana melakukan penggalangan dana dari para donatur potensial dan membangun hubungan komunikasi dan mampu pesan filantropi mengenai LAZISMU sehingga target donatur akan termotivasi dalam melakukan amal dan zakat. Agar proses penggalangan dana dapat berlanjut dengan baik kedepannya terhadap para donatur.

Untuk itu pada workshop 2 yang disampaikan oleh ibu Isra Hayati, M.Si (Anggota Pelaksanan 1 dan Pemateri 2) tentang pelaporan dan pencatatan keuangan akan membantu para amil untuk meningkatkan Transparansi dan Kepercayaan dalam pengelolaan dan penghimpunan dana untuk membangun kepercayaan dan kepuasan donatur. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahman (2019) mengungkapkan bahwa lembaga amil zakat yang dapat menyajikan laporan keuangan secara transparan dan akuntabel cenderung mendapatkan dukungan lebih banyak dari donatur, karena donatur merasa lebih yakin bahwa dana yang mereka sumbangkan akan digunakan dengan benar dan sesuai dengan tujuan yang diumumkan. Dengan demikian, Donatur akan merasa lebih yakin bahwa dana yang mereka sumbangkan dikelola dengan baik dan benar-benar digunakan untuk

membantu kelompok masyarakat yang membutuhkan. Seiring dengan meningkatnya kepercayaan dan kepuasan donatur, diharapkan bahwa jumlah dan jumlah sumbangan yang diterima oleh LAZISMU juga akan meningkat, sehingga lembaga dapat lebih efektif dalam menjalankan program-program sosialnya dan masyarakat yang membutuhkan (Hayati, 2020).

Selanjutnya, agar peserta pelatihan memperoleh pemahaman dan pengetahuan yang lebih baik dan luas lagi pada Workshop 3 yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Afandi, S.Kom., MM (Anggota Pelaksana 2 dan Pemateri 3), peserta diberikan pelatihan mengenai digital marketing yang efektif dalam membuat rencana dan strategi yang tepat untuk penggalangan dana dari donatur serta penghimpunan dana (fundraising) utamanya sebagaimana judul pelatihan yang ditentukan tentang fundraising berbasis digital marketing bagi para Amil di LAZISMU khususnya Kabupaten Langkat. Pada materi 3 workshop ini telah dirancang untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para amil secara yang komprehensif tentang bagaimana menggunakan media dan teknologi yang tepat dalam upaya menggalang dana dengan lebih efisien dan efektif. Pelatihan ini memberikan pengetahuan kepada para amil tentang berbagai saluran komunikasi dan media yang relevan dengan target audiens. Para amil akan diajarkan untuk memanfaatkan media sosial, email marketing, kampanye digital, dan saluran komunikasi online lainnya agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi donatur. Berdasarkan penelitian oleh Smith dan Johnson (2021), strategi digital marketing yang terarah dan sesuai dengan preferensi audiens dapat meningkatkan tingkat partisipasi dan kontribusi donatur. Selain itu, pemateri juga memberikan Teknik-teknik digital marketing yang beragam. Dengan pemahaman dan penguasaan teknik digital marketing yang baik, para amil akan mampu menciptakan kampanye yang lebih kreatif dan inovatif untuk menarik minat dan perhatian calon donatur (Afandi et al., 2022).

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa para amil zakat LAZISMU kabupaten langkat terlihat adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan pengetahuannya dalam membuat rancangan program fundraising. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan pemahaman mengenai pelaporan dan pencatatan keuangan (dana) yang lebih terstruktur sehingga transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana ZIS lebih baik. Sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap LAZISMU sebagai lembaga amil zakat yang profesional dan dapat dipercaya. Melalui pelatihan fundraising berbasis digital marketing ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan membuka peluang baru bagi LAZISMU Kabupaten Langkat dalam mencapai

tujuan dan misi mereka dalam pemberdayaan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan penghimpunan ZIS secara berkesinambungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi setinggi-tingginya kami sampaikan kepada LAZISMU Kabupaten Langkat yang telah berkenan menjadi mitra serta memberi peluang kepada kami untuk menjalankan Program Pengabdian Kepada Masyarakat dalam skema Program Kemitraan Pengembangan Muhammadiyah (PKPM). Penghargaan juga kami ucapkan kepada UMSU yang telah berkontribusi memfasilitasi kami dalam Program Hibah Internal UMSU Tahun 2023 dan juga Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang telah mendukung realisasi kegiatan pengabdian ini dengan baik. Selanjutnya, terima kasih kepada seluruh rekan kerja atas kolaborasinya dalam menuntaskan kegiatan pengabdian ini dengan sukses.

DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, A., Amsari, S., Hayati, I., Devi, S., & Lubis, F. R. (2022). Affiliate marketing business model education in promoting keloria products. *Community Empowerment*, 7(11), 2009–2014. <https://doi.org/10.31603/ce.8268>
- Amsari, S. (2019). Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus LAZISMU Pusat). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).321-345 <https://doi.org/10.30596/aghniya.v1i2.3191>
- Apriliani, S., & Malik, Z. A. (2021). Peran Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Banjarnegara dalam Meningkatkan Perekonomian Kaum Dhuafa. *JRES: Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(1), 100–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jres.v1i1>
- Baidhawiy, Z. (2015). Lazismu dan Menata Kembali Filantropi Cara Baru Muhammadiyah. *Al-Jamiah: Journall of Islamic Studies*, 53(2), 387–412. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/ajis.2015.532.387-412>
- Hayati, I. (2020). Penguatan Manajemen Keuangan Syariah Bagi Umkm Dengan Menggunakan Metode Door To Door Di Desa Kotasan. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(2), 180–191. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v3i2.1783>
- Hikmawati, H. (2015). *Strategi Fundraising Filantropi Islam: Pengalaman Dompot Dhuafa Jogja*. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/16269/>
- Indonesia., K. A. R. (2016). *SK Menteri Agama RI No. 730 Tahun 2016 tentang Penguatan Lembaga Amil Zakat Nasional Muhammadiyah (LAZISMU)*. Kementerian Agama.
- Izhar. (2021). *Implementasi Pengelolaan Zakat Mal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Muhammadiyah Kota Medan*. <http://repository.uinsu.ac.id/11691/>
- Kinanti, R. A., Imani, S., Hasanah, M., Asyaria, K., Tinggi, S., Islam, A., Ibrahimy, U., & Airlangga, U. (2021). *Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce*. 2(1), 20–37.
- Rahman, A. (2019). Transparansi dan Akuntabilitas dalam Pengelolaan Dana Zakat: Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 145–160.
- Sari, M., & Hakim, A. (2018). Pengaruh Pemahaman Konseptual Fundraising

- terhadap Niat Berdonasi: Kajian Pada Lembaga Zakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(1), 56–68.
- Selamet Eko Budi Santoso, H. E. (2021). Pelatihan Pengelolaan Lembaga Zakat, Infak, Sadaqoh (ZIS) Yang Akuntabel Dan Sinergis. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 267–273.
- Smith, J., & Johnson, A. (2021). *Pemasaran Digital untuk Nirlaba: Panduan Lengkap untuk Strategi Penggalangan Dana yang Efektif*. Wiley.
- Ulpah, M. (2021). Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak Dan Shadaqah Pada Lazismu Jakarta. *Madani Syari'ah*, 4(2), 1–12.
- Wulandari, A.& Aisyah, S. (2022). Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available*, 1(46), 34–39.