

STRATEGI DIGITAL *FUNDRAISING* ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH PADA NU-CARE LAZISNU KOTA SEMARANG



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Disusun Oleh:

Muhamad Iqbal Fahmi

(1901036159)

MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2023

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jalan. Prof. Dr. Hamka Km.2 (Kampus 3 UIN WALISONGO) Ngaliyan, Semarang 50185.
Telepon (024) 7506405, Website : fakdakom.walisongo.ac.id, Email : fakdakom.uinws@gmail.ac.id

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI DIGITAL FUNDRAISING ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH PADA NU-CARE
LAZISNU KOTA SEMARANG**

Oleh :

Muhamad Iqbal Fahmi
1901036159

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 31 Maret 2023 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.
NIP. 196708231993032003

Sekretaris Sidang

Lukmanul Hakim, M.Sc.
NIP. 199101152019031010

Penguji I

Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I.
NIP. 1981105142007101001

Penguji II

Abdul Rozaq, M.S.I
NIP. 198010221009011000

Mengetahui,
Pembimbing

Lukmanul Hakim, M.Sc.
NIP. 199101152019031010

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada Tanggal 7 April 2023



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP. 197204102001121003

BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH

Nama Peserta Ujian	Muhamad Iqbal Fahmi
NIM	1901036159
Program Studi	Manajemen Dakwah
Judul Skripsi	STRATEGI DIGITAL <i>FUNDRAISING</i> ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH PADA NU-CARE LAZISNU KOTA SEMARANG
Hari, Tanggal Ujian	Jum'at, 31 Maret 2023
Waktu Ujian	08:00 – 09:00 WIB
Tempat Ujian	Ruang Sidang Utama FDK
Pembimbing	Lukmanul Hakim. S.T. M.Sc.
Ketua Sidang	Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd
Sekretaris Sidang	Lukmanul Hakim. S.T. M.Sc.
Penguji I	Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I
Penguji II	Abdul Rozaq, M.S.I

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama : Muhamad Iqbal Fahmi
NIM : 1901036159
Jurusan/Konsentrasi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Telah kami setuju dan oleh karenanya kami mohon untuk segera diujikan. Atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 1 Maret 2023

Pembimbing,



Lukmanul Hakim. S.T. M.Sc.

NIP. 199101152019031010

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Iqbal Fahmi

NIM : 1901036159

Jurusan : Manajemen Dakwah

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Didalamnya tidak terdapat sebuah karya dari orang lain yang pernah diajukan guna memperoleh gelar sarjan disuatu perguruan tinggi negri maupun swasta lainnya. Pengetahuan atau informasi yang diperoleh hasil penelitian lain atau bahkan yang belum pernah diterbitkan sudah dijelaskan dalam tulisan berupa kutipan maupun daftar pustaka.

Semarang, 7 Maret 2023



Muhamad Iqbal Fahmi

NIM 1901036159

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan segala nikmat, taufiq, hidayah, serta inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam selalu turunkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW. Yang mana semoga berkat sholawat dengan baginda Nabi kita semua bisa termasuk golongan ahli syurga Amiin Amiin Yarobbal Alamin.

Atas Izin Allah SWT Skripsi yang berjudul “ Strategi Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah Pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang” sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana S1 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pada proses penulisan Skripsi penulis banyak mengalami hambatan. Namun, karena taufik dan inayahnya dari Allah SWT penulis mendapatkan bantuan dan partisipasi dari berbagai pihak sehingga skripsi dapat terselesaikan walaupun banyak kekurangan dan kesalahan. Penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I. selaku Sekjur Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
5. Lukmanul Hakim. S.T. M.Sc selaku Wali Studi dan sebagai Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini, sebagaimana beliau telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan masukan, kritik dan saran untuk memotivasi penulis dalam proses pembuatan skripsi.

6. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya baik langsung maupun tidak langsung demi terselesainya penulisan skripsi ini.
7. Abah Prof. Dr. KH. Imam Taufiq, M. Ag. Dan Umi Dr. Hj Arikhah, M.Ag. selaku pengasuh Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang yang selalu memberikan motivasi, do'a, serta dukungan saat menimba ilmu di pondok.
8. Semua Pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian dan telah membantu memberikan data-data guna proses penyusunan skripsi.
9. Kepada orang tuaku dan keluarga besar, Bapak Sa'udi Ali dan Ibu Eliyya Fathma, Mas Haedar, Maulida Amalia yang selalu memberikan motivasi semangat, do'a serta restu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan kelas MD-D 19 yang selalu memberikan semangat baru dan memberikan kegembiraan selama mengikuti proses perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.
11. Keluarga besar NGEDABRUS yang sudah kebersamai dan menjadi rumah kedua bagi penulis
12. Keluarga besar D'DAHEEN yang sudah menemani sejak awal tinggal di Kota Semarang.
13. Teman-teman Kos Asror yang sudah menjadi tempat dalam pencarian jati diri.
14. Teman-teman KKN MIT Posko 11 yang sudah menemani berjuang selama 45 hari dalam mengabdikan di masyarakat.
15. Dan semua teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sudah menjadi tempat bersuka duka bersama.

Terima kasih Penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi membantu penulis dalam penyelesaian tugas akhir, atas doa dan motivasi, untuk semua kebaikan yang mereka perbuat penulis tidak bisa membalas kebaikannya satu persatu, selain hanya dapat berdo'a semoga amal baik yang telah diperbuat, diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan imbalan

yang lebih baik. Aamiin. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun harapan penulis semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 7 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'MIF' or similar, written in a cursive style.

Muhamad Iqbal Fahmi

NIM 1901036159

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Ya Allah...Ya Rab

Sekiranya karya yang sederhana ini engkau beri nilai dan arti, maka nilai dan arti tersebut saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sa'udi Ali dan Ibu Eliyya Fathma, yang sudah memberikan dukungan moril maupun materil untuk pendidikan saya dan senantiasa mencurahkan kasih sayang yang tiada kira, yang dalam setiap do'anya teruntuk kebahagiaan kami, serta perhatian dan segala macam bentuk dukungan yang tak terhingga.
2. Kakak dan adik saya yang telah memberikan semangat serta do'a terbaik dalam pembuatan skripsi.
3. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang sudah memberikan Ilmu, Pengalaman, dan Pencapaian selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

“Bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya”

(Q. S An-Najm Ayat 39)

ABSTRAK

Penelitian ini ditulis oleh Muhamad Iqbal Fahmi NIM:1901036159, Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berjudul mengenai “Strategi Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah Pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

NU-CARE LAZISNU Kota Semarang menjadi salah satu Lembaga Amil Zakat yang mengelola zakat, infaq dan shadaqah di bawah naungan organisasi Nahdlatul Ulama Kota Semarang. Dengan mengikuti perkembangan yang semakin pesat ini NU-CARE LAZISNU Kota Semarang tidak tertinggal perihal mengelola kegiatan *fundraising* nya dengan menggunakan teknologi digital semua proses kegiatan *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah sudah dimanfaatkan untuk mengembangkan sebuah lembaga NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Penelitian berfokus guna memahami secara jelas bagaimana strategi digital yang digunakan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam mengumpulkan dana zakat, infaq dan shadaqah dan sejauh mana efektivitas strategi digital yang telah digunakan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, guna mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti berupa sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah peneliti mengumpulkan data kemudian menganalisis data tersebut dengan tahapan analisis dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah menerapkan media digital dalam proses *fundraising* nya sehingga dalam proses digital *fundraising* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang mengalami peningkatan perolehan penghimpunan dana zakat, infa dan shadaqah secara signifikan dan sudah efektif karena sudah memenuhi target yang ditetapkan dapat dilihat dari dana yang diperoleh LAZISNU Kota Semarang sesudah menggunakan teknologi digital yakni sebesar 154 juta sedangkan target yang ditentukan oleh LAZISNU Kota Semarang yaitu 100 juta jangka waktu dalam satu tahun.

Kata Kunci: Strategi, *Fundraising*, Digital, Zakat, Infaq dan Shadaqah

DAFTAR ISI

BERITA ACARA UJIAN MUNAQSAH.....	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Metode Penelitian.....	13
G. Sumber Data Penelitian.....	14
H. Teknik Pengumpulan Data.....	15
I. Teknik Analisis Data.....	17
J. Sistematika Penelitian	18
BAB II TEORI STRATEGI DIGITAL <i>FUNDRAISING</i> ZAKAT INFAQ DAN SHADAQAH.....	19
A. Strategi	19
1. Pengertian Strategi	19
2. Tahapan Pelaksanaan Strategi	21
B. Digital.....	22
1. Pengertian Teknologi Digital	22

2. Digital <i>Fundraising</i>	24
C. Fundrasing	25
1. Pengertian <i>Fundraising</i>	25
2. Strategi <i>Fundraising</i>	26
3. Metode <i>fundraising</i>	28
D. Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS)	30
1. Zakat	30
2. Infaq	33
3. Shadaqah	35
4. Persamaan dan Perbedaan Zakat, Infaq dan Shadaqah	36
E. Efektifitas	37
1. Pengertian Ewektifitas	37
2. Tolak Ukur Ewektifitas	39

BAB III GAMBARAN UMUM NU-CARE LAZISNU KOTA SEMARANG41

A. Profil Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Kota Semarang	41
1. Sejarah Lembaga NU-CARE LAZISNU Kota Semarang	41
2. Legal Formal	43
3. Visi dan Misi	44
4. Tujuan NU-CARE LAZISNU	44
5. Kebijakan Mutu Lembaga	45
6. Tujuan dan Sasaran Mutu Lembaga	45
7. Struktur Organisasi NU-CARE LAZISNU Kota Semarang	46
8. Kegiatan Operasional NU-CARE LAZISNU Kota Semarang	49
B. Strategi <i>Fundraising</i> LAZISNU Kota Semarang	50
C. Mekanisme Pembayaran Zakat, Infaq dan Shadaqah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang Melalui Teknologi Digital	59

D. Perolehan Dana Sebelum Diterapkannya Digital <i>Fundraising</i> Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.....	63
E. Perolehan Dana Sesudah Diterapkannya Digital <i>Fundraising</i> Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.....	64
F. Perolehan Dana Sesudah Diterapkannya Digital <i>Fundraising</i> Zakat, Infaq dan Shadaqah Berdasarkan Program Pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.....	65
BAB IV ANALISIS STRATEGI DIGITAL <i>FUNDRAISING</i> ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH DI NU-CARE LAZISNU KOTA SEMARANG.....	66
A. Analisis Tentang Strategi Digital <i>Fundraising</i> Zakat, Infaq dan Shadaqah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang	66
B. Analisis Efektivitas Digital <i>Fundraising</i> Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Koota Semarang	77
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83
C. Penutup.....	84
DAFTAR PUSTAKA	73
Lampiran 1	77
Lampiran 2	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta Wilayah Kota Semarang.....	41
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi LAZISNU Kota Semarang.....	47
Gambar 3. 3 Tampilan Menu Utama <i>Website</i> LAZISNU Kota Semarang	53
Gambar 3. 4 Tampilan Instagram LAZISNU Kota Semarang.....	54
Gambar 3. 5 Tampilan Facebook LAZISNU Kota Semarang	55
Gambar 3. 6 Tampilan Twitter LAZISNU Kota Semarang.....	56
Gambar 3. 7 Kode QRIS Zakat, Infaq LAZISNU Kota Semarang.....	57
Gambar 3. 8 Menu Program LAZISNU Kota Semarang.....	60
Gambar 3. 9 Menu Pembayaran Website LAZISNU Kota Semarang.....	61
Gambar 3. 10 Pilihan Metode Pembayaran	61
Gambar 3. 11 <i>E-Wallet</i> (QRIS) LAZISNU Kota Semarang.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data <i>Fundraising</i> LAZISNU Kota Semarang 2022	5
Tabel 2. 1 Perbedaan Zakat, Infaq dan Shadaqah	36
Tabel 3. 1 Perolehan Dana pada bulan Januari-September 2022	63
Tabel 3. 2 Perolehan Dana Menggunakan Platform Digital	64
Tabel 3. 3 Hasil Donasi Berdasarkan Program LAZISNU Semarang	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam mengatur kehidupan umatnya agar lebih tertata dan Islam tidak hanya berfokus pada religiusitas dan spiritualitas saja, namun hingga hal yang paling kecil sekali pun. Dapat kita pahami bahwa Islam merupakan agama yang begitu universal. Dalam hal ini Islam juga mengatur tentang relasi antar manusia (*hablumminannas*) pada kehidupan bermasyarakat, dan tentunya mengatur tentang hubungan antara manusia dengan *khaliq* (Tuhan) (*hablumminallah*).¹ Hubungan dengan Tuhan yang dimaksud yakni dengan melaksanakan aktivitas ibadah; shalat, puasa dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Tuhan, sedangkan relasi antar manusia dapat dilakukan dengan cara rasa menumbuhkan sikap peduli antar sesama dan orang sekitar yang membutuhkan, dengan memberikan uluran bantuan kebaikan dalam bentuk infaq, zakat, dan shadaqah. Apabila keduanya diimplementasikan dalam bermasyarakat maka terwujudlah suatu peradaban yang meningkatkan harkat dan martabat manusia di sisi Allah.

Tingkat kemiskinan di Indonesia pada 2022 menurut *Lembaga Riset Institute for Demographic and Poverty Studies* (IDEAS) memprediksi berpotensi mengalami lonjakan menjadi 10,81 persen atau setara 29,3 juta penduduk miskin ini tentu sangat besar, sementara data seluruh penduduk Indonesia hasil sensus 2020 tercatat sebanyak 269.603.400 jiwa. Indonesia merupakan negara yang masyarakatnya mayoritas penganut agama Islam. Banyaknya penduduk muslim membuat Indonesia berperan penting dalam pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah. Berdasarkan data statistik Badan Amil Zakat Indonesia (BAZNAS)

¹ Yusuf Qardhawi, *Musyailah Al-Faqr wakafia, Aalajaha al-Islam, terj. Syafril Halim dalam "Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan* (Jakarta : Gema Insansi Prees, 1995) hal. 3

menentukan target penghimpunan zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) dan pada 2022 Dana Sosial Keagamaan Lain (DSKL) secara nasional dapat mencapai Rp 26 triliun. Sedangkan perolehan pengumpulan ZIS dan DSKL Nasional pada tahun 2021 mencapai Rp 11,5 triliun. Data perolehan zakat secara nasional dari BAZNAS tingkat provinsi, kabupaten, kota dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) akan terus bertambah, hal itu terjadi karena dalam laporan yang diterima oleh BAZNAS belum mencapai 100 persen. BAZNAS menargetkan di tahun 2022 pengumpulan zakat pada tingkat OPZ yaitu BAZNAS RI sebesar Rp 760 miliar, BAZNAS Provinsi sebesar 2,12 triliun, BAZNAS Kabupaten/Kota sebesar Rp 6,94 triliun dan LAZ sebesar Rp 16,17 triliun.²

Dari data statistik Badan Amil Zakat (BAZNAS) di atas menjadikan peranan yang sangat penting bagi sebuah Badan Amil dan Lembaga Amil dalam penghimpunan zakat di Indonesia. Hal ini menjadi potensi yang sangat besar, karena zakat sendiri merupakan rukun Islam yang wajib dilaksanakan bagi setiap umat Islam. Zakat mempunyai aspek terpenting sebagai perekonomian yang tercermin dalam dua hal konsep utama yakni: pertumbuhan ekonomi yang adil dan mekanisme berbagi dan saling peduli antara sesama umat islam dalam konteks perekonomian.³ Pentingnya zakat dapat meningkatkan ekonomi yang berkeadilan termaktub dalam Q.S. Ar-Rum [30]: 39

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ
وَخَهُ اللَّهُ فَأُوْلَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridlaan Allah, maka itulah

² BAZNAS, *Statistik Zakat Nasional 2022* (Jakarta, Indonesia: BAZNAS-Sub Divisi Pelaporan 2022)

³ Wahyu Akbar, Jefry Tarantang, *Manajemen Zakat (Hakikat dan Spirit Al-quran Surah At-Taubah [9]:103)* (Yogyakarta K-Media, 2018), hal. 2

orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya)” Q.S. Ar-Rum [30]: 39.⁴

Ayat di atas menunjukkan bahwa betapa pentingnya fungsi zakat untuk memperbaiki roda ekonomi masyarakat. Hal ini pemerintah Indonesia berusaha membentuk sistem pengelolaan zakat yang ideal⁵, pemerintah telah mengeluarkan peraturan perundang-undangan No.38 Tahun 1999 tentang zakat, lalu menjadi Undang-Undang (UU) No.23 Tahun 2011 mengenai pengelolaan zakat, dan peraturan-peraturan pendukung lainnya. Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah berkolaborasi dengan Badan Amil Zakat milik pemerintah bersinergitas bersama bertujuan untuk meringankan bermacam situasi yang terpuruk bagi muslim melalui pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah yang profesional, terpercaya, transparan, dan bertanggungjawab.

Memasuki *era revolusi 4.0* membuat segala sesuatu dilakukan dengan cara serba digital. Teknologi adalah salah satu bentuk perkembangan zaman dalam menyediakan kemudahan bagi manusia dalam mengakses dan melakukan segala sesuatu yang dia butuhkan.⁶ Sehingga metode atau cara-cara tradisional sudah tergerus dengan teknologi yang semakin transformasi pada *era revolusi 4.0* sekarang ini. Masa era digital saat ini, mayoritas masyarakat Indonesia telah menerapkan berbagai aktivitas di rumah ataupun aktivitas di kantor tanpa harus berinteraksi secara *Face to Face* (bertatap muka langsung). Demikian pula dengan penggunaan strategi pengumpulan zakat yang dulu metodenya secara tradisional, sekarang beralih dengan menggunakan strategi digital *fundraising* yang lebih cepat, mudah dan transparan. Di era digital sekarang berdonasi atau menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah secara online terus meningkat, sehingga hal ini mempermudah

⁴ Q.S. At-Taubah [9]: 71, *Al-Qur'an Terjemah Per-Kata*, (Bandung Syaamil Al-Qur'an, 2007), hal. 198

⁵ Wahyu Akbar, Jefry Tarantang, *Manajemen Zakat (Hakikat dan Spirit Al-quran Surah At-Taubah [9]:103*, hal. 3

⁶ UPZ IAIN Madura, *Zakat dan Pengelolaannya*, (Batu: Literasi nusantara 2019), hal. 212

orang untuk menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah atau berdonasi. Munculnya transaksi pembayaran zakat secara digital tentunya juga berkaitan dengan pembayaran zakat melalui platform media sosial. Teknologi digital sangat membantu bagi sebuah lembaga amil untuk mewujudkan potensi *muzzaki* yang lebih luas dan lebih cepat.

Perubahan gaya hidup masyarakat disebabkan dengan adanya perkembangan teknologi, hal itu juga berpengaruh pada sikap ketergantungan terhadap teknologi. Oleh karena itu, sangat memungkinkan untuk mencari solusi dari segala permasalahan di dalam kehidupan di zaman modern dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Banyak lembaga amil yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital guna memudahkan aktivitas di dalamnya. Mulai dari penghimpunan dana hingga pengelolaan dan pendistribusian dana zakat, infaq dan shadaqah, sekarang sudah dapat diakses menggunakan platform digital. Dalam penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah melalui teknologi digital ini dikelola dengan sistematis dan semua harus memiliki strategi yang tepat agar dapat menghasilkan hasil maksimal untuk dapat meningkatkan kepercayaan *muzzaki* (khususnya usia muda hingga dewasa) dalam menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah dan membantu kemajuan sebuah lembaga amil zakat itu sendiri dengan munculnya teknologi digital.

Di era serba digital saat ini, dengan dukungan perkembangan teknologi sangat mempermudah untuk menyalurkan zakat, infaq dan shadaqah melalui digital, sehingga pembayaran zakat, infaq dan shadaqah, dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Salah satunya Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kota Semarang. Lembaga ini dikelola di bawah naungan Nahdlatul Ulama' Kota Semarang yang beroperasi sejak 2016 lalu. NU-CARE LAZISNU Kota Semarang merupakan lembaga nirlaba milik Nahdlatul Ulama' (NU) yang selalu berkhidmat, dalam arti membantu kesejahteraan umat serta mengatasi

pengetasan angka kemiskinan di lingkungan Kota Semarang melalui pendayagunaan dengan program; santunan anak yatim piatu, santunan janda lansia dhuafa, jamban sehat untuk dhuafa dan melalui program lainnya dalam mendistribusikan atau menyalurkan dana infaq, zakat, dan shadaqah kepada *mustahiq*.

Tabel 1. 1 Data *Fundraising* LAZISNU Kota Semarang 2022

No.	BULAN	HASIL PENGHIMPUNAN	PERSENTASE
1	Januari	Rp 46.199.128,00	0%
2	Februari	Rp 4.792.000,00	-864%
3	Maret	Rp 213.894.650,00	98%
4	April	Rp 32.700.000,00	-554%
5	Mei	Rp 1.150.000,00	-2743%
6	Juni	Rp 1.150.000,00	0%
7	Juli	Rp 2.900.000,00	60%
8	Agustus	Rp 11.355.300,00	74%
9	September	Rp 4.823.200,00	-135%
10	Oktober	Rp 2.911.500,00	-66%

(Sumber Wawancara Pengurus LAZISNU Kota Semarang)

Berdasar dari hasil tabel di atas bahwa jenis dana yang dikumpulkan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang pada 2022 mulai bulan Januari sampai Oktober secara signifikan mengalami penurunan dari setiap bulannya kecuali di bulan maret. Dalam kegiatan penghimpunan atau proses *fundraising* di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang masih banyak *muzzaki* yang menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah melalui via konvensional atau tradisional daripada melalui platform digital, karena masyarakat belum familiar dengan digital *fundraising* yang dimiliki LAZISNU Kota Semarang. Dengan adanya digital *fundraising* sangat membantu memudahkan *muzzaki* ketika menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah sehingga tidak perlu datang langsung ke kantor NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, tetapi cukup mengaksesnya dengan cara melalui *Website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dan kode QRIS (*E-Wallet*). Dalam mengenalkan metode pembayaran tersebut NU-CARE LAZISNU Kota Semarang juga menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*, sehingga masyarakat luas bisa

mengenal program-program yang ada di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dan turut berpartisipasi serta menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah guna kemaslahatan umat.

Website tersebut baru *launching* dan dikelola bulan Oktober 2022 dan disambut baik oleh masyarakat meskipun dari segi hasil penghimpunan yang terkumpul masih efektif menggunakan metode konvensional tetapi dari pihak NU-CARE LAZISNU Kota Semarang masih berusaha memaksimalkan dan mengembangkan *Website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sebagai metode *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah secara digital agar sesuai dengan rencana awal, praktis dan mudah untuk diakses para *muzzaki*.

Berdasar penjelasan di atas, peneliti memiliki ketertarikan melakukan penelitian di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang serta ingin mengetahui perkembangan penghimpunan zakat dengan tersedianya digital *fundraising* dan untuk memahami hambatan-hambatan yang menjadi penghalang dalam proses digital *fundraising* dilakukan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, sehingga peneliti tertarik membuat penelitian dengan judul “Strategi Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah Pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti sudah uraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang?
2. Bagaimana efektifitas penerapan strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai efektifitas penerapan strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Secara teoritis peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dan dapat memberikan manfaat bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi terutama jurusan Manajemen Dakwah.
 - b. Dapat dijadikan sebuah catatan ataupun masukan untuk dapat mengembangkan kinerja sebagai lembaga amil yang amanah dan profesional. Serta untuk mengetahui bagaimana strategi digitalisasi *fundraising* dalam pengelolaan dana zakat, infaq dan shadaqah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi akademik, berkontribusi kognitif dalam usaha memperluas wawasan keilmuan penggalangan dana (*fundraising*) dan meningkatkan pengetahuan mengenai strategi digital *fundraising* yang dilakukan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

- b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi pengalaman serta wawasan khususnya terkait strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah.
- c. Bagi NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, dapat menjadi sebuah catatan ataupun masukan guna mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya sebagai lembaga amil zakat profesional, serta memperbaiki apabila ada kelemahan dan kekurangan.
- d. Bagi *Muzzaki*, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan *muzzaki* kepada lembaga pengelola zakat khususnya NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.
- e. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi bagi masyarakat umum serta para pemegang kebijakan guna memberikan kontribusi perhatian lebih khususnya zakat, infaq dan shadaqah di Indonesia.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian-penelitian terdahulu sangat penting untuk dijadikan bahan acuan. Dalam hal ini peneliti tentunya dapat menghindari plagiarisme dan kesamaan dalam menyusun penelitian. Peneliti dapat melihat gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan melalui tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka yang digunakan peneliti dapat berupa jurnal, *e-book*, buku, laporan penelitian, serta data hasil riset yang mana relevan dengan judul penelitian. Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, antara lain:

Pertama Windika Wulandari (2020) skripsi yang berjudul “*Peran Teknologi Digital Dalam Fundraising Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) Pada Laznas Mizan Amanah Ulujami Jakarta Selatan*”, seorang mahasiswa program studi Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan latar belakang yang telah diteliti oleh peneliti di

LAZNAS Mizan Amanah dapat disimpulkan bahwasanya LAZNAS Mizan Amanah selalu memanfaatkan peluang dari berkembangnya aktivitas teknologi digital zakat dapat menjadi aktivitas promosi sebuah lembaga zakat yang mengoptimalkan media digital sebagai media pengenalannya ke masyarakat, salah satunya menggunakan media internet atau media sosial sebagai tempat promosi atau beriklan. Dengan hadirnya teknologi digital zakat bukan berarti akan menghilangkan tradisi masyarakat guna membayar zakat secara langsung melalui lembaga, justru dengan adanya digital ini untuk saling menguatkan keduanya dengan tujuan agar pencapaian pengumpulan zakat lebih maksimal dan semakin bertambahnya *muzzaki* terutama *muzzaki* milenial. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Windika Wulandari. Persamaannya terletak pada pemilihan topik mengenai *Digital Fundraising Zakat, Infaq dan Shadaqah*. Metode penelitiannya menggunakan metode kualitatif. Namun untuk perbedaannya adalah objek penelitiannya. Penelitian tersebut melakukan penelitian di Laznas Mizan Amanah Ulujami Jakarta Selatan, sedangkan penelitian ini melakukan penelitiannya di LAZISNU Kota Semarang.

Kedua Nia Qomaria (2021) judul skripsi "*Fundraising ZIS Di Era Digital: Efektivitas Tabung Amal.id Sebagai Platform Penghimpunan ZIS Nurul Falaah Surabaya*", salah satu mahasiswa Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah dan tujuan antara lain, bagaimana respons muzakki terhadap tabung amal.id lazis Nurul Falaah Surabaya dan efektivitas tabung amal.id sebagai platform penghimpunan ZIS Nurul Falaah Surabaya. Peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain, observasi, wawancara, dokumentasi, teknik pengolahan data, teknik analisis data. Hasil penelitian ini yakni Laznas Mizan Amanah merupakan jenis-jenis tempat pemasaran melalui teknologi digital seperti yang

ditemukan oleh Kurniawan dan Thomas Joseph salah satunya yakni, sosial media, *website*, dan aplikasi *mobile*. Melalui teknologi digital ini Laznas Mizan Amanah dapat berpromosi dengan membuat konten-konten dan program yang menarik sehingga mudah dipahami oleh donatur. Platform Tabung amal.id tersebut sangat efektif, karena dapat membantu dalam penghimpunan dana secara online sehingga para donatur tidak pernah terlambat dalam berdonasi. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Nia Qomaria. Perasamaan terletak pada pembahasan mengenai efektivitas strategi digital *fundraising* dan menggunakan metode kualitatif. Namun untuk perbedaannya penelitian tersebut tertletak pada objek penelitiannya. Penelitian tersebut melakukan penelitian di Laznas Mizan Amanah Ulujami Jakarta Selatan, sedangkan penelitian ini melakukan penelitiannya di LAZISNU Kota Semarang..

Ketiga Husniati Salma (2020) dengan judul tesis "*Strategi Digital Fundraising Zakat, Infak, Dan Sedekah Serta Penyalurannya Di Indonesia*" mahasiswa pascasarjana, Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Institut agama Islam Negeri Tulungagung. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa dalam menghimpun dana, Badan Amil Zakat Tulungagung melakukan upaya seperti membentuk UPZ (Unit Pengelola Zakat) di masjid, musholla dan instansi untuk menjangkau lebih banyak donatur. Sedangkan LAZ Nasional Yatim Mandiri Tulungagung berupaya dengan melakukan *door to door* atau bertatap muka langsung dengan calon donatur dan memasang kotak infaq di berbagai tempat yang dirasa strategis. Perkembangan lembaga tidak terlepas dari pengaruh dunia digital seperti, *website* dan sosial media. Penelitian ini berfokus paada literatur yang membahas kegiatan *fundraising* dan penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah yang dilakukan oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Indonesia. Beberapa perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Husniati Salma. Persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai strategi digital *fundraising* dan menggunakan metode kualitatif. Namun

untuk perbedaanya penelitian tersebut terletak di objek penelitian dan pembahas mengenai bagaimana penyaluran zakat, infaq dan shadaqah sedangkan penelitian ini tidak membahas mengenai penyaluran zakat, infaq dan shadaqah.

Keempat Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, Ibdalsyah (2022) dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 8(01), 2022, 67-79. Pascasarjana Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun Bogor. Dengan judul “*Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat*”. Penelitian ini menjelaskan mengenai aktivitas penghimpunan zakat yang menggunakan strategi digital *fundraisng* oleh LAZ Global Zakat. Dalam melakukan penghimpunan yang dilakukan melalui situs *crowdfunding* mampu mengumpulkan dana zakat hingga miliaran tanpa harus berhadapan langsung dengan muzaki. Tujuan dalam penelitian ini guna mengetahui strategi digital *fundraising* yang diterapkan oleh LAZ Global Zakat dalam membantu penghimpunan dana zakat dan guna mengetahui langkah strategi LAZ Global Zakat agar penghimpunan zakat bisa efektif dalam menerapkan Strategi Digital *Fundraising*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kajian kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara untuk memperoleh data, fakta, dan faktor strategis internal maupun eksternal organisasi dan guna memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian di maksudkan untuk membuat suatu deskripsi mengenai situasi atau kejadian. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi yang digunakan oleh LAZ Global Zakat dalam melakukan penghimpunan dana zakat dari para muzaki menggunakan strategi digital *Fundraising*, dan selanjutnya membuat strategi efektif yang bisa digunakan oleh LAZ Global Zakat dalam mengumpulkan dana zakat. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Harto Mulyono.

Persamaanya adalah sama-sama membahas mengenai strategi digital *fundraising* dan menggunakan metode kualitatif. Namun untuk perbedaannya adalah terletak pada objek penelitiannya. Penelitian tersebut melakukan penelitian di Lembaga Amil Zakat Global Zakat sedangkan penelitian ini melakukan objek penelitiannya di LAZISNU Kota Semarang.

Kelima Ummu Mahbubah (2021) skripsi yang berjudul “*Strategi Pengumpulan Dan Pendistribusian Zakat Infaq Dan Shadaqah Saat Pandemi Covid-19 Di lazisnu Kota Semarang*”. Mahasiswa Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Walisongo Semarang. Dalam penelitian ini menunjukkan pada, satu fenomena pandemi Covid-19 yang mana lembaga-lembaga dan yayasan-yayasan yang mendirikan lembaga amil zakat dengan lingkup lokal. Sebagai contoh telah berdiri Lembaga Amil Zakat, *Infaq* dan *Shadaqah* NU (LAZISNU) di Semarang. Lembaga yang dikelola dibawah naungan Nahdlatul Ulama Kota Semarang. LAZISNU Kota Semarang memiliki beberapa strategi dalam penghimpunana dan mendistribusikan dana ZIS. Melihat krisis pandemi Covid-19 dan dengan diberlakukannya kebijakan pemerintah untuk meminimalisir penyebaran Covid-19. Maka LAZISNU menentukan strategi yang baru yaitu program-program alternatif yang dibuat oleh LAZISNU Kota Semarang untuk merespons krisis akibat virus Covid-19. Program ini fokus menjalankan tugas dan fungsi lembaga amil zakat dengan tetap mematuhi protokol kesehatan dan meminimalisir adanya penyebaran virus Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Ummu Mahbubah. Persamaannya adalah pada objek penelitian yang sama yaitu di LAZISNU Kota Semarang dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Namun untuk perbedaan penelitian oleh Ummu Mahbubah tersebut membahas topik *Strategi Pengumpulan dan Pendistribusian Zakat Infaq dan Shadaqah Saat Pandemi Covid-19*

sedangkan penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi digital *fundraising* yang dilakukan pihak LAZISNU Kota Semarang.

Keenam Ernawati (2019) skripsi yang bertajuk “*Manajemen Penghimpunan Sosial Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kota Semarang*”. Mahasiswa Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Walisongo Semarang. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil penelitian oleh Ernawati membahas mengenai manajemen penghimpunan yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Semarang dalam mengetahui bagaimana proses manajemen yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Semarang dalam menghimpun dana sosial berupa infaq dan shadaqah. Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Ernawati terletak pada objek penelitian yang sama di LAZISNU Kota Semarang dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Namun untuk perbedaannya terletak pada pembahasan topik mengenai “*Manajemen Penghimpunan Sosial Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kota Semarang*” sedangkan penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah yang dilakukan pihak LAZISNU kota Semarang.

F. Metode Penelitian

Menurut Creswell (2014) metode penelitian adalah sebuah proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan penjelasan terkait dengan tujuan penelitian.⁷

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif yang mana meneliti kondisi objek yang alamiah. Dalam penelitian ini peneliti sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta 2021). Hal. 2

triangulasi, analisis data yang bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih ditekankan makna generalisasi.⁸ Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan dan menggambarkan keadaan mengenai aktivitas digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah yang terdapat di LAZISNU Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan penelitian yang mengeksplorasi kehidupannya nyata, sistem terbatas kontempore (kasus) atau beragam sistem terbatas (berbagai kasus), kasus ini dapat berupa suatu peristiwa, aktivitas, proses, dan program. Pengumpulan data sesera detail dan mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.⁹

Pendekatan studi kasus penelitian ini sebagai metode untuk menjawab mengenai aktivitas digital *fundraising* zakat, infaq shadaqah di LAZISNU Kota Semarang sebagai upaya guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat dhuafa khususnya kaum *nahdliyin* di wilayah Kota Semarang.

G. Sumber Data Penelitian

Sumber data menjadi bagian sangat penting dari sebuah penelitian yang mampu mempertimbangkan suatu hal dalam bentuk metode pengumpulan data. Dalam penelitian ini mempunyai beberapa informan diantaranya yaitu Ketua LAZISNU Kota Semarang, Manger *Fundraising* LAZISNU Kota Semarang, Manager IT LAZISNU Kota Semarang, Manager Admin dan Keuangan LAZISNU Kota Semarang. Peneliti juga mengamati keadaan kantor LAZISNU Kota Semarang, kegiatan yang dijalankan oleh pengurus dengan tujuan agar mengetahui bagaimana

⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 9

⁹ J.W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hal. 135

strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada LAZISNU Kota Semarang.

Berdasarkan sumbernya, peneliti menyajikan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dikumpulkan atau diperoleh langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Sumber data primer didapatkan dari sumber wawancara kepada informan baik perseorangan atau individu seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.¹⁰ Sumber data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara kepada narasumber di LAZISNU Kota Semarang antara lain yaitu, kepada Ketua LAZISNU Kota Semarang, Manger *Fundraising* LAZISNU Kota Semarang, Manager IT LAZISNU Kota Semarang, Manager Admin dan KeuanggaN LAZISNU Kota Semarang.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹¹ Data sekunder bersifat mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, jurnal, dan bacaan-bacaan yang berkenaan dengan digital *fundraising* dalam pengelolaan dana ZIS, serta dokumen data lainnya yang berkaitan dengan strategi digital *Fundraising* ZIS.

H. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

¹⁰ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor. Ghalia Indonesia, 2002), hal. 82

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hal. 402

Teknik wawancara merupakan teknik pencarian data atau informasi lebih mendalam yang diajukan kepada responden atau informan dalam bentuk pertanyaan susulan setelah teknik angket dalam bentuk pertanyaan susulan setelah teknik angket dalam bentuk pertanyaan lisan secara langsung.¹² Dimana wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan secara (*face to face*) antara pewawancara (*interviewer*). Tahapan ini mengharuskan peneliti untuk mempersiapkan pertanyaan untuk dimanfaatkan menjadi pedoman wawancara dimana hal ini akan memunculkan jawaban yang lebih relevan. Dengan mewawancarai ketua LAZISNU Kota Semarang, Manager *Fundraising* LAZISNU Kota Semarang, Manager Admin dan Keuangan LAZISNU Kota Semarang, Manager IT LAZISNU Kota Semarang untuk melengkapi data tentang masalah yang diteliti untuk mendapatkan persepsi, sikap dan pola pikir yang di wawancarai secara relevan. Dalam penelitian ini peneliti mengharapkan akan adanya informasi mendalam tentang LAZISNU Kota Semarang tentunya berfokus mengulik tentang strategi dan efektivitas digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah LAZISNU Kota Semarang.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan data dengan cara olah dokumen. Teknik ini dilakukan dengan cara memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto dan lain sebagainya.¹³ Peneliti mengumpulkan dokumentasi ini untuk mendapatkan data-data bersumber dari catatan pribadi yang diperoleh dari para pengurus lembaga LAZISNU dan data-data publik yang mencakup catatan-catatan resmi atau memori resmi tentang profil Lembaga LAZISNU

¹² Mahi M. Hikmat, *Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, Yogyakarta: Garha Ilmu, 2011, hal. 79

¹³ Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & praktis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2017, hal. 24

Kota Semarang, serta gambar, foto dan laporan kegiatan digital *fundraising* yang sudah diterapkan.

c. Observasi

Observasi adalah aktivitas mengamati suatu objek secara cermat langsung di lokasi penelitian serta mencatat secara sistematis. Beberapa informasi yang didapatkan dari hasil observasi berupa tempat atau ruang pelaku kegiatan objek perbuatan kejadian atau peristiwa waktu.¹⁴ Peneliti menggunakan metode ini guna mengamati secara langsung dengan menggunakan indera, dengan melihat langsung bagaimana Lembaga LAZISNU Kota Semarang dapat mengelola hasil *fundraising* melalui digital dengan baik dan benar.

I. Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini bersifat menggambarkan, menjelaskan keadaan, dan menguraikan suatu objek yang diteliti secara sistematis dan valid mengenai sesuatu bidang tertentu. Pengumpulan data dengan menggunakan beberapa metode seperti wawancara, dokumentasi dan observasi. Lalu dengan memilah-milah, menelaah dan mengelompokkan menurut jenisnya masing-masing, yaitu data tentang upaya metode, materi, hambatan, faktor pendukung, baik data yang didapat wawancara, dokumentasi, observasi. Setelah diolah data-data tersebut dianalisis. Karena dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif maka data yang diperoleh bukan angka-angka akan tetapi data yang jumlahnya sedikit bersifat monografis atau berwujud kasus-kasus (sehingga tidak dapat disusun ke dalam suatu struktur klarifikasi), setelah peneliti menganalisis kemudian dapat ditarik kesimpulan.

¹⁴ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta:Grup PenerbitanCV Budi Utama), 2020, hal 52.

J. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan gambaran dan pemahaman yang sistematis, maka penelitian dalam skripsi ini terbagi dalam beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bagian Pendahuluan yang akan membahas tentang garis besar skripsi yang dimulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian (jenis pendekatan, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, dan analisis data) dan sistematika yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II: Strategi, Digital, *Fundraising*, Zakat, Infaq, Shadaqah

Peneliti menyajikan kajian teori yang mana digunakan sebagai gambaran atau pandangan tata pikir penelitian tentang konsep-konsep dan teori-teori yang akan digunakan untuk menjawab berbagai permasalahan penelitian sebagai rujukan dalam penelitian skripsi ini, meliputi tentang strategi, digital, *fundrasinig*, zakat, infaq dan shadaqah.

BAB III: Strategi Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kota Semarang Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah Melalui Digital

Pada Bab ini akan menguraikan tentang profil objek yang akan diteliti, yaitu LAZISNU Kota Semarang memaparkan mengenai sejarah dan kegiatan operasional, visi dan misi, legal formal, struktur lembaga, program kerja lembaga, strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah. Selain itu pada bab ini juga peneliti memaparkan hasil data yang diperoleh yakni dengan wawancara kepada informan terkait strategi dan efektivitas

digital, *fundrasinig*, zakat, infaq dan shadaqah pada LAZISNU Kota Semarang.

BAB IV: Analisis Strategi Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah Pada Lazisnu Kota Semarang

Bab ini berisi tentang analisis hasil data penelitian yang diperoleh dari informan mengenai permasalahan bagaimana strategi dan efektivitas digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada LAZISNU Kota Semarang.

BAB V : Penutup

Bab yang terakhir akan membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran, dan penutup, bagian akhir berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata peneliti.

BAB II

TEORI STRATEGI DIGITAL *FUNDRAISING* ZAKAT INFAQ DAN SHADAQAH

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* yang berarti jenderal. Strategi berawal dari peristiwa peperangan sebagai suatu taktik untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi telah berkembang untuk semua aktivitas organisasi termasuk kebutuhan budaya, agama ekonomi dan sosial.¹⁵

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah wacana cermat mengenai aktivitas guna meraih sasaran khusus.¹⁶ Sedangkan strategi secara umum berarti seni para jenderal. Kata ini juga mengacu kepada perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi merupakan penempatan suatu misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai target dan memastikan praktiknya secara tepat, sehingga akan tercapai tujuan dan sasaran utama organisasi.¹⁷

Untuk memahami lebih dalam tentang strategi, peneliti mengedepankan konsep pengertian strategi yang dikemukakan oleh beberapa para ahli diantaranya sebagai berikut:

- a. Menurut Karl Von Clausewitz, strategi adalah suatu seni yang menggunakan pertempuran dalam memenangkan pertarungan.,

¹⁵ Rafi'udin dan Manna Abdul Djalil, *Prinsip Dan Strategi Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 1997), hal.76

¹⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hal. 839

¹⁷ George A. Steiner, John B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 1997), hal. 18

sedangkan taktik adalah seni menggunakan tentara dalam sebuah pertempuran.¹⁸

- b. Menurut Sondang Siagian, strategi adalah cara terbaik agar mempermudah mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntunan perubahan lingkungan.¹⁹
- c. Menurut Onong Uchana Effendi, strategi pada hakekatnya adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan yang hendak di tuju.²⁰
- d. Menurut Prof. Dr. A. M. Kardiman, strategi merupakan penentuan tujuan jangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi serta pemilihan cara-cara bertindak dan mengalokasikan sumber daya–sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan tersebut.²¹
- e. Menurut Stephanie K. Marrus, strategi merupakan sebuah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.²²

Dari beberapa pengertian mengenai strategi diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa, strategi merupakan ilmu perencanaan dan manajemen untuk meraih sebuah tujuan tertentu dengan pola pikir yang kreatif dan inovatif. Dalam penelitian ini bisa dipahami bahwa strategi dapat diartikan sebagai pengetahuan atau

¹⁸ Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik* (Medio: Binarupa Aksara, 1996), hal. 16

¹⁹ Sondang Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi* (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), Cet Ke-2, hal.17

²⁰ Onong Uchana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hal. 32

²¹ A. M. Kardiman, *Pengantar Ilmu Manajemen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama , 1992), hal. 58

²² Asri Wahyuningrum, Anasom, Tohir Yuli, “Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah” *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 35, No. 2, Juli-Desember 2015, hal. 195

ilmu, metode atau petunjuk yang digunakan oleh Lembaga Amil Zakat untuk mencapai tujuan organisasi, khususnya dalam pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah.

2. Tahapan Pelaksanaan Strategi

Dalam tahapan pelaksanaan strategi membutuhkan beberapa langkah-langkah tertentu untuk di penuhi. Ada sejumlah langkah umum yang perlu dipertimbangkan ketika merumuskan strategi, antara lain sebagai berikut:

a. Melakukan implementasi analisis lingkungan internal dan eksternal

Mengembangkan strategi bersaing yang sukses dan meminta organisasi untuk memanfaatkan kekuatannya untuk mengatasi kelemahannya. Kekuatan adalah kondisi positif internal yang memberi organisasi keunggulan relatif atas pesaingnya. Peluang merupakan keadaan lingkungan saat ini atau masa depan yang menguntungkan organisasi. Ancaman adalah kekuatan eksternal yang negatif untuk mencegah organisasi agar bisa mencapai misi dan tujuannya.²³

Implementasi analisis lingkungan internal dan eksternal karena untuk mengetahui atau mengidentifikasi peluang dan ancaman utama yang dihadapi oleh organisasi terhadap perubahan lingkungan eksternal organisasi.

b. Mengembangkan visi dan misi yang jelas

Visi merupakan impian yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa yang akan datang. Visi mengartikulasikan kemana arah organisasi. Tanpa misi, sebuah organisasi tidak dapat memetakan arah masa depannya. Oleh sebab itu, organisasi harus

²³ Musa Habies, Muhamad Najib, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, (Jakarta: Oriza, 2011), hal. 23-24

merumuskan visi dan misi yang mudah dipahami, memberikan semangat, dan memiliki dimensi jangka panjang.²⁴

Mengembangkan visi dan misi sangatlah penting untuk memiliki visi dan misi yang jelas dan tepat. Akibatnya, diperlukan beberapa ciri atau pedoman untuk merumuskan visi dan misi yang jelas dan akurat. Hal ini, dalam mengembangkan visi misi sebuah organisasi harus dapat menunjukkan dengan persyaratan yang dipenuhi tepat serta siapa yang bertanggungjawab untuk memenuhi persyaratan tersebut.

c. Menentukan tujuan dasar dan strategis

Sebuah tujuan bisa dikatakan strategis ketika mereka dapat menekankan arah keseluruhan, cakupan dan perspektif jangka panjang dari unit organisasi atau individu²⁵

B. Digital

1. Pengertian Teknologi Digital

Digital dalam KBBI mempunyai arti sesuatu yang berkenaan dengan penomoran atau nilai-nilai numerik sebagai metode perhitungan tertentu.²⁶ Digital sering disebut sebagai suatu sistem yang diciptakan dengan memiliki kompleksitas dan fleksibilitas guna kemudahan kebutuhan aktivitas manusia.²⁷ Teknologi digital memang sudah banyak mempengaruhi dan mengubah gaya hidup manusia zaman sekarang ini. Begitupun selanjutnya juga akan mengandalkan media digital seperti internet. Sejarah mencatat bahwa perkembangan produk yang berbasis teknologi digital seperti internet termasuk dalam produk yang mudah

²⁴ Musa Habies, Muhamad Najib, *Manajemen Strategik Dalam...*, hal. 25

²⁵ Teguh Santoso, *Marketing Strategic*, (Jakarta: Oriza, 2011), hal. 17

²⁶ Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional 725, 2008, hal. 354

²⁷ Premai Wahyu Widiyaningrum, *Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*, Al Tijarah 2, No. 2 (2016): 230-257

diterima oleh khalayak umum.²⁸ Media digital memiliki peran yang begitu penting dalam memasarkan produk atau jasa.

Kemunculan teknologi digital membuat segalanya lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan. Kecanggihan teknologi digital yang membantu kita untuk terhubung ke jaringan internet sehingga dapat memperoleh data dan informasi yang kita butuhkan dengan cepat, lebih mudah, menjadi lebih sederhana, lebih ringan dan lebih efektif dan efisien. Bahwa suatu informasi sangatlah penting guna mengkonseptualisasikan dan mengkarakterisasi proyek pada tingkat tinggi (relisasi) apabila bagian tersebut sudah dimatangkan, maka selanjutnya adalah kegiatan pendesainan secara rinci.²⁹

Dalam sejarah perkembangan teknologi, Amerika Serikat mulai mengembangkan teknologi digital pada pertengahan abad ke-20. Teknik mereka didasarkan pada konsep matematika yang diusulkan oleh matematikawan Jerman abad ke-17 Gottfried Wilhelm Leibniz. Penemuannya menginspirasi kode numerik seperti *American Standard Code For Information Interchange* (ASCII) yang mengilustrasikan objek dengan angka. Ini merupakan sebuah kemajuan dalam pemahaman terkait konteks teknologi digital.³⁰

Teknologi meliputi semua jenis perlengkapan elektronik dan aplikasi yang menggunakan informasi dalam bentuk kode numerik. Informasi ini biasanya dalam kode biner. Kode biner merupakan kode yang bisa mewakili oleh rangkaian (*string*) yang hanya terdiri dari dua karakter numerik. Karakter-karakter ini biasanya nol dan satu. Perangkat yang memproses dan menggunakan informasi digital termasuk komputer pribadi, kalkulator, mobil, pengontrol lampu lalu

²⁸ Sawidji Widioatmojo, *New Business Model In Digital Age* (Elex Media Komputindo, 2016)

²⁹ Marco Paiola Et Al., *Prior Knowledge, Industry 4.0 And Digital Servitization. An Inductive Framework*, *Technological Forecasting And Social Change* 171, No. June (2021)

³⁰ Yulius Roma, Richardus Eko, *Digital Transformation*, (Yogyakarta: CV: ANDI OFFEST, 2020), hal. 4

lintas, pemutar CD, telpon seluler, satelit komunikasi, dan televisi berbasis *high definition*.

Digital mendeskripsikan teknologi elektronik yang dapat memproses, menghasilkan, dan menyimpan data dalam dua keadaan: positif dan non positif. Dinyatakan positif dapat diwakili oleh angka satu dan non-positif diwakili oleh angka nol. Oleh sebab itu, data yang disimpan atau dikirim dengan teknologi digital dinyatakan sebagai *string* nol dan satu. Masing-masing digit status ini disebut sebagai *bit* (serangkaian *bit* yang dapat ditangani komputer secara terpusat dalam satu komponen disebut *byte*). *Bit* mewakili kata-kata dan gambar.

Teknologi digital menjamin sejumlah besar informasi dapat dengan mudah disimpan pada perangkat penyimpanan kecil yang bisa dengan mudah menyimpan, mengakses, membaca, menggunakan dan mendistribusikan atau membagikan. Digitalisasi juga mempercepat kecepatan transmisi data. Teknologi digitalisasi telah mengubah cara pandang orang dalam berkomunikasi, belajar, dan bekerja.³¹

Sekarang kita memasuki era digitalisasi yang mana setiap orang dapat melakukan diplomasi secara pribadi dengan dunia. Internet (*interconnection network*), menghubungkan satu negara dengan negara lain, dan menghubungkan satu orang dengan orang lain. Oleh karena itu, keberadaan internet harus dimanfaatkan untuk mempromosikan Sebuah Badan Amil dan Lembaga Amil di Indonesia ke dunia internasional.³²

2. Digital Fundraising

Digital *fundraising* adalah aktivitas yang begitu dinamis serta selalu memerlukan informasi dan teknologi yang sesuai dengan trend

³¹ Yulius Roma, Richardus Eko, *Digital Transformation*, hal. 5

³² Kurnia Muhajarah, Lukmanul Hakim, "Promoting Halal Tourism: Penggunaan Digital Marketing Communication dalam Pengembangan Destinasi Wisata Masjid", *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, Vol. 02No.01Bulan Januari 2021, hal. 38

perkembangan.³³ Menurut Sargent & Jay yang dikutip oleh John Basco, digital *fundraising* adalah metode penghimpunan dana apapun yang menggunakan platform digital untuk menghasilkan dana dari *muzzaki*.³⁴

Dari pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa digital *fundraising* adalah cara untuk menyampaikan sebuah gagasan atau ide sebuah produk maupun program yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kesadaran *Muzzaki* (calon danotaur) dengan memanfaatkan media berbasis digital yakni dengan menggunakan berbagai *platform* seperti *e-commerce*, *website*, aplikasi dan *social media*, yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui komputer atau perangkat elektronik lainnya.

C. Fundrasing

1. Pengertian *Fundraising*

Fundraising dapat diartikan sebagai penggalangan dana. *fundrasing* juga berarti sebagai aktivitas menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq dan shadaqah serta sumber lainnya dari masyarakat (baik secara individu, kelompok, organisasi, dan perusahaan), yang akan disalurkan dan diberdayakan unruk *mustahik*.³⁵

Fundraising adalah aktivitas sangat penting bagi sebuah lembaga atau organisasi untuk membantu melaksanakan program mereka dan memulai roda organisasi sosial untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.³⁶ Strategi *fundrasing* merupakan rencana yang cermat untuk mengumpulkan atau menggalang dana

³³ Dea Sunarwan, *Digital Fundraising For Nonprofit* (Malang: PT. Litera Media Tama, 2020), hal. 171

³⁴ John Basco, *Digital Fundraising Strategies for Nonprofit Marketing Leaders in International Markets*, *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*, 79.12, (Agustus, 2018) , hal. 7

³⁵ Hafidudhin, Didin. *Membangun Peradaban Zakat*. (Jakarta: IMZ, 2006), hal. 47

³⁶ Sani, M Anwar. *Jurus Menghimpun Fulus: Manajemen Zakat Berbasis Masjid*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2010), hal. 25-26

untuk suatu kegiatan. *Fundraising* (penggalangan) dana yang sukses juga memerlukan strategi untuk memastikan proses penggalangan dana lebih tepat sasaran dan dilaksanakan seefisien mungkin. Tetapi *fundraising* bukan tentang meminta-minta akan tetapi banyak mengenai menjual. Dan untuk pelaksanaannya memerlukan yang namanya Strategi *fundraising*.³⁷

Jadi peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa yang dimaksud dengan *fundraising* merupakan suatu proses, cara, atau tindakan penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah atau sumber daya lainnya dari masyarakat yang digunakan untuk mendanai suatu program dan operasional agar tujuan penghimpunan zakat, infaq dan shadaqah dapat tercapai secara efektif dan efisien.

2. Strategi *Fundraising*

Secara etimologis, strategi dapat kita maknai sebagai suatu langkah besar atau kebijakan utama. Tujuan utama dari setiap strategi adalah untuk memenangkan preferensi pelanggan, menciptakan keunggulan yang berkelanjutan dan menciptakan keunggulan kompetitif.³⁸

Menurut Hamid Abidin mengatakan, strategi *fundraising* merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi sumber pendanaan potensial, metode *fundraising*, dan menilai kemampuan organisasi untuk memobilisasi sumber pendanaan.³⁹ Menurut Hamid Abidin mendefinisikan strategi *fundraising* memiliki empat aspek yang dikenal sebagai siklus *fundraising*, yaitu identifikasi

³⁷ Usfiyatul Marfua'ah, M. Aji Shadiqin, "Fundraising dalam Lembaga Filantropi Islam.", *Journal Of Islamic Management*, Vol. 2, No. 1, Januari 2022, hal.166

³⁸ Dafid Sukardi Kodrat, *Manajemen Eksekusi Bisnis*, Edisi Kedua (Yogyakarta: BPFE, 1998), hal. 7

³⁹ Hamid Abidin, dkk, *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, serta strategi Penggalangannya*, (Depok: Pustaka, 2009), hal. 134

calon donatur, penggunaan metode *fundraising*, pengelolaan dan penjagaan donatur, serta monitoring dan evaluasi *fundraising*.⁴⁰

a. Identifikasi Calon Donatur

Menurut April Purwanto menyatakan bahwa identifikasi donatur meliputi pemilihan database donatur, konsultasi database donatur, menggunakan jasa teman atau kerabat, mencari dari kerabat donatur, menganalisis kebutuhan donatur dan mengatur pertemuan dengan donatur.⁴¹

Jadi identifikasi calon donatur adalah langkah yang dilakukan suatu lembaga dalam mengidentifikasi target donatur. Identifikasi donatur meliputi bagaimana profil dari potensial donatur dalam penggalangan dana.⁴²

b. Penggunaan Metode *Fundraising*

Metode *fundraising* adalah kegiatan khas yang dilakukan oleh lembaga amil untuk tujuan mengumpulkan dana atau menarik orang-orang dari komunitas. Metode *fundraising* mencakup *direct* (langsung) dan *indirect* (tidak langsung).⁴³ Metode *direct fundraising* merupakan metode dengan melakukan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, sedangkan Metode *indirect fundraising* merupakan metode yang melakukan teknik-teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipan donatur secara langsung, metode ini biasanya bekerja melalui digital

c. Pengelolaana dan Penjagaan Donatur

⁴⁰ Zaid Munawar, Filantropi Islam rumah Sabilillah dan Penanaman Karakter Kepedulian Sosial Pada Siswa SDIT An Najah Janitom Klaten, *Elementary Jurnal*, Vol.4, No.2 (Januari-jnui 2018) hal. 9

⁴¹ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 71-79

⁴² Ririn Nur Hidayah, Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat Infaq Shadaqah Wakaf (ZISWAF), *Jurnal Raden Fatah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam*, Vol. 6, No.. 1, (2017), hal. 137

⁴³ Miftahul Huda, Model Manajemen Fundraising Wakaf, Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Ponorogo, *jurnal Intelegensi*, Vol. 3, No. 1, (Januari, 2013), hal. 35

Pengelolaan donatur dilakukan oleh sebuah lembaga amil dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah donasi, mengarahkan donatur untuk berdonasi, dan menaikkan status donatur menjadi donatur tetap. Manajemen pengelolaan donatur adalah membangun hubungan dengan donatur yang meliputi database donatur dan calon donatur, bagian dari perawatan donatur, segmentasi dan perawatan dengan personal pribadi. Penjagaan donatur dapat dilakukan dengan antusias mengunjungi donatur, mengirimkan informasi dan memberikan pelayanan yang baik kepada donatur, mengikut sertakan donatur untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan, mengirim hadiah atau memberikan solusi atas permasalahan donatur.⁴⁴

d. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring adalah suatu aktivitas yang memantau dan mengendalikan suatu program yang sedang berlangsung. Evaluasi merupakan penilaian terhadap kualitas suatu program tindak lanjut.⁴⁵ Monitoring dan evaluasi ialah usaha untuk memantau pelaksanaan kegiatan penggalangan dana dan mengevaluasi efektivitasnya.⁴⁶

3. Metode *fundraising*

Metode *fundraising* harus bisa memberikan kepercayaan, kemudahan, manfaat dan kebanggaan yang lebih bagi masyarakat

⁴⁴ Ririn Nur Hidayah, Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat Infaq Shadaqah Wakaf (ZISWAF), *Jurnal Raden Fatah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam*, Vol. 6, No. 1, (2017), hal. 137-138

⁴⁵ Arsam, Monitoring dan Evaluasi Dakwah (Studi Terhadap kegiatan “Dialog Interaktif” Takmir Masjid Ash- Shiddiq, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 1 (2013), hal. 162-163

⁴⁶ Zaid Munawar, Filantropi Islam Rumah Sabilillah dan Penanaman Karakter kepedulian Sosial Pada Siswa di SDIT An Najah Jatinom Klaten UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Jurnal Elementary*, Vol. 4, No. 1 (Januari 2018), hal. 12

sebagai donatur. Dalam melaksanakan aktivitas *fundraising*, ada dua metode yang harus dilakukan oleh sebuah lembaga yakni:⁴⁷

a. Metode *fundraising* Langsung (*Direct fundraising*)

Metode *fundraising* langsung merupakan metode dengan menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipan *muzzaki* secara langsung, yang di mana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa secara langsung dilakukan. Contoh dari model metode ini adalah *direct mail*, *direct advertising*, *directmail electronic* berupa *email*, *mobile mail*, *sms*, *telephon fundraising*, dan penyampian secara langsung.

b. Metode *fundraising* tidak langsung (*Indirect Fundraising*)

Metode *fundraising* secara tidak langsung adalah metode yang tidak melibatkan partisipasi langsung dari donatur. Metode ini diterapkan bersamaan dengan periklanan dan promosi yang mengarah pada pengembangan citra yang kuat kepada lembaga amil tanpa secara langsung ditargetkan sebagai transaksi donatur pada saat itu. Contohnya termasuk *advertorial*, *Image Campaign* dan penyelenggaraan *event*, melalui perantara, menjalin relasi, melalui referensi ataupun mediasi para tokoh.

Adapun menurut Muhsin Kalida mengungkapkan empat metode dalam fundraising:

- 1) *Face to face*, atau berdialog secara langsung dalam rangka menawarkan program kerja sama saling menguntungkan dengan calon donatur melalui cara kunjungan pribadi ke rumah seseorang, ke kantor, perusahaan atau presentasi. Untuk menerapkan metode *face to face* ini, dibutuhkan potensi dan

⁴⁷ Kementerian Agama, *Manajemen Pengelolaan Zakat* (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam Depertemen Agama RI (2009) hal. 66

kemampuan khusus untuk membuat seseorang untuk mau diajak bekerja sama.

- 2) *Direct mail*, yaitu penawaran tertulis untuk menyumbang yang didistribusikan dan dikembalikan lewat surat. Faktor penentu keberhasilan dalam menerapkan metode *direct mail* ini membutuhkan kemampuan dari *fundraiser* dalam menulis secara efektif, membuat paket surat yang murah, mematangkan perencanaan dan program, mengetahui jumlah respons yang diperlukan, serta melakukan evaluasi hasil kerja yang sudah dilaksanakan
- 3) *Spesial event*, yaitu pengumpulan dana atau *fundraising* dengan menyelenggarakan acara-acara khusus atau memanfaatkan *event* tertentu yang melibatkan banyak orang untuk menggalang dana atau *fundraising*.
- 4) *Campaign*, yaitu *fundraising* dengan kampanye melalui berbagai media komunikasi seperti melalui poster, spanduk, internet, media elektronik atau brosur yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan program lembaga ataupun muzakki. Bentuk dari metode *campaign* atau kampanye ini adalah bisa berbentuk iklan, laporan keuangan, liputan program, profil donatur dan profil penerima bantuan.⁴⁸

D. Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS)

1. Zakat

Zakat menurut bahasa berasal dari kata “*Annumuww*” (tumbuh), “*az-ziyadah*” (bertambah). Selain itu pengertian zakat terdapat banyak istilah lain, diantaranya “*ath-tharah*” (bersih), “*al-madh*” (pujian) “*al-barakah*” (berkah) dan “*ash-shulh*” (baik). Zakat

⁴⁸ Muhsin Kalida, “Fundraisng dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan”, *Jurnal Aplikasi Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Vol V, NO. 2, (Desember, 2004)

Menurut syara' mempunyai arti harta yang wajib dikeluarkan. Imam maliki berpendapat apabila seseorang memberi makan anak yatim dengan niat untuk berzakat, maka zakat seperti itu dianggap tidak sah.⁴⁹ Undang-Undang No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat menjelaskan bahwa zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam⁵⁰

Adapun pengertian zakat menurut beberapa ahli diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Yusuf Qardhawi memberikan pendapat bahwa zakat merupakan sejumlah harta tertentu yang wajib diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima berdasarkan Allah SWT.
- b. Sayid Sabiq berpendapat bahwa zakat merupakan suatu harta yang harus dikeluarkan sebagai hak Allah SWT. untuk diserahkan kepada para *mustahik*. Bisa disebut zakat karena dapat memberikan keberkahan, kesucian jiwa dan berkembangnya harta
- c. Abdurrahman al-Jaziri berpendapat bahwa zakat adalah proses penyerahan harta tertentu kepada orang yang berhak menerima yang disertai dengan syarat-syaratnya.⁵¹

Allah SWT sudah menyebutkan dalam Al-Qur'an berbagai ayat tentang zakat yang bergandengan dengan perintah shalat yang berjumlah 82 ayat, jadi dapat kita simpulkan bahwa zakat menjadi bagian dari rukun Islam yang terpenting setelah shalat. Zakat dan shalat dijadikan lambang keseluruhan agama Islam dan dijadikan sebagai satu kesatuan. Pelaksanaan shalat menjadi lambangan

⁴⁹ Wahbah Az-Zuhayly, *Zakat: Kajian Berbagai Madzhab* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 82-83

⁵⁰ Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

⁵¹ Nazalah Khairan, *Analisis Pengelolaan Zakat, Imfaq dan Sedekah (ZIS) Untuk meningkatkan Ekonomi Dhuafa*, At-Tawassuth, 1 (Januari-Juni, 2019) hal 164-165

hubungan seseorang dengan Allah SWT (*hablumminallah*), sedangkan pelaksanaan zakat melambangkan antara manusia dengan manusia (*hablum minannaas*). Beberapa ayat dan hadis yang menjadi pedoman atau rujukan kita semua untuk melaksanakannya diantaranya sebagai berikut:

Q.S. Al-Bayyinah ayat 5

وَمَا أُمُّرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ خُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا
الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ

Artinya : *Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama yang lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus (Q.S. Al-Bayyinah ayat 5).*⁵²

Q.S. At-Taubah Ayat 103

جُذِّمْنَ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةٌ تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ
سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya : *ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoa'kanlah untuk mereka. Sesungguhnya doa' kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar Lagi Maha Mengetahui. (Q.S. At-Taubah Ayat 103)*⁵³

Hadis yang berkenaan dengan masalah zakat seperti ayat diatas terdapat dalam hadis Nabi Muhammad yang menyebutkan lima rangkian rukun Islam, salah satunya adalah zakat di samping dua kalimat syahadat, shalat, puasa dan haji sebagaimana termaktub dalam hadis berikut:

⁵² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: PT. Intermedia, 1986), hal. 1084

⁵³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, hal. 420

عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ بْنِ الْجَطَبِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ بَنِي الْإِسْلَامِ عَلَى خَمْسٍ: شَهَادَةٌ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَإِقَامُ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءُ الزَّكَاةِ، وَحَجُّ الْبَيْتِ، وَصَوْمُ رَمَضَانَ (رواه البخاري و مسلم)

Abu Abdurrahman Abdullah bin Umar bin Khatab r.a. berkata: saya mendengar Rasullah SAW, bersabda: Agama Islam itu dibangun (didirikan) diatas lima pilar (utama) yakni: (1) kesaksian tiada Tuhan selain Allah SWT dan kesaksian bahwa Nabi Muhammad adalah utusan Allah, (2) penegakan shalat, (3) pembayaran zakat, (4) puasa Ramadhan, (5) haji ke baitullah bagi yang mampu (H.R. Al-Bukhori dan Muslim).⁵⁴

Dapat kita pahami bahwa dalam kandungan ayat Alqur'an dan hadis di atas ataupun ayat-ayat dan hadis lainnya yang semakana. Semua ulama dan umat muslim sepakat dan meyakini bahwa membayar atau mengeluarkan zakat adalah *wajib/fardhain* bagi umat Islam yang memenuhi persyaratan hukum zakat. Hal ini merupakan kewajiban yang sama untuk melaksanakan rukun Islam lainnya yang dianjurkan oleh para ahli hukum Islam, diantaranya *Abdurrahman al-juzaryri, Rafiq Yunus al-mashari* dan lainnya, bahwa zakat adalah salah satu dari banyak kewajiban yang harus dilakukan dalam rukun Islam. Orang yang Menolak Hukum Zakat Dinilai Kafir oleh Ulama.⁵⁵

2. Infaq

Infaq berasal dari kata "*anfaqa*" (keluar), yang berarti mengeluarkan suatu harta dengan bertujuan mengharapkan ridho Allah SWT. Infaq menurut syariat berarti mengeluarkan sebagian hartanya untuk sesuatu yang diperintahkan ajaran Islam. Zakat memiliki nisab sedangkan infaq tidak ada batasan dan minimal untuk mengeluarkan hartanya kepada yang membutuhkan, sehingga infaq

⁵⁴ Yunida Een Fryanti, *Akuntansi Lembaga Wakaf dan Zakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), hal. 3-4

⁵⁵ Muhammad Amin Suma, *Zakat, Infaq, Shadaqah; Modal dan Model Ideal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Modern*, Al-Iqtihad, (Juli, 2013), hal. 259-264

bisa diartikan suatu harta yang diberikan untuk hal kebaikan. Undang-undang Replubik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan infaq, mendefinisikan infaq ialah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan diluar zakat untuk kemaslahatan umat.⁵⁶

Banyak ayat-ayat Al-qur'an yang menerangkan tentang infaq, diantaranya sebagai berikut:

Q.S. Ali-Imran ayat 134

الَّذِينَ يَنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَاطِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ
وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : (yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang ;yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan (Q.S. Ali-Imran ayat 134)⁵⁷

Q.S. Al-Baqarah ayat 215

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلْوَالِدَيْنِ وَالْأَعْقَابِ
وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya: Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: “ Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan”. Dan apa saja kebaikan yang kamu buat, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahuinya (Q.S. Al-Baqarah ayat 215)⁵⁸

Dapat kita pahami ayat-ayat di atas menjelaskan bahwa infaq tidak ditetapkan waktunya seperti zakat. Infaq dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, jika zakat harus diberikan kepada mustahik tertentu atau yang tergolong dalam 8 ashnaf, maka infaq boleh diberikan kepada siapa

⁵⁶ Khairina, *Analisis Pengeolaan Zakat*, hal. 166

⁵⁷ Departemen Agama Replubik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, hal.166

⁵⁸ Departemen Agama Replubik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, hal.20

pun, misalnya untuk kedua orang tua, kerabat, anak yatim dan sebagainya yang membutuhkan.

3. Shadaqah

Sahadaqah berasal dari kata “*shadaqqah*” (jujur atau benar). Shadaqah juga berarti suatu pemberian dari seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan suka rela tanpa dibatasi dengan waktu dan jumlah tertentu. Shadaqah bermakna sebuah pemberian yang diberikan kepada seseorang sebagai suatu amal kebajikan untuk memohon ridha Allah SWT. dan pahala semata.⁵⁹ Shadaqah dalam pengertian syara’ sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Hal yang menjadi antara keduanya hanyalah ketika infaq berkenaan dengan materi, shadaqah mempunyai cakupan yang lebih luas, menyangkut hal yang bersifat material dan non-material menyangkut semua aktivitas yang baik, seperti bedzikir, membaca tasbeih, tahmid, tahlil, berdakwah, membaca Al-Qur’an dan aktivitas atau pekerjaan baik lainnya.

Ayat Al-Qur’an yang menganjurkan tentang perintah bersedekah pada Q.S Al-Baqarah ayat 254 di antaranya adalah sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا بَيْعٌ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ
وَلَا شَفَعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: *hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (dijalan Allah) sebagian rezeki yang telah kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa’at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim. Q.S Al-Baqarah ayat 254.*⁶⁰

Ayat di atas menjelaskan bahwasanya, ayat ini memerintahkan kita untuk sering-sering bersedekah sebelum hari kiamat datang. Shadaqah mampu memberikan dan mendatangkan syafaat bagi orang-

⁵⁹ Mohamamd Hasan, *Manajemen Zakat: Model Pengelolaan Yaang Efektif*, (Yogyakarta: Idea Pres, 2011), hal 3

⁶⁰ Departemen Agama Replubik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, hal.62

orang di penghujung harinya sering memberi sedekah. Baik shadaqah fisik maupun non-fisik akan menerima pahala yang sama.

Q.S Al-Munafiqun ayat 10

وَأَنْفَقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَاهُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ فَيَقُولَ رَبِّ لَوْلَا أَخَّرْتَنِي إِلَىٰ أَجَلٍ رَيْبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُنْ مِنَ الصَّالِحِينَ

Artinya: Dan belanjakanlah sebagian dari apa yang telah kami berikan kepadamu sebelum datang kematian kepada salah seorang diantara kamu; lalu ia berkata “Ya rabb-ku, mengapa engkau tidak menangguhkan (kematian)ku sampai waktu yang dekat, yang menyebabkan aku dapat bersedeqah dan aku termasuk orang-orang yang salah?. Q.S Al-Baqarah ayat 254.⁶¹

4. Persamaan dan Perbedaan Zakat, Infaq dan Shadaqah

Tabel 2. 1 Perbedaan Zakat, Infaq dan Shadaqah

Pembeda	Zakat	Infaq	Shadaqah
Sifat Hukum	Wajib	Wajib/Sunah	Sunah
Orang yang berhak menerima	Ditentukan dalam Al-Qur'an (8 <i>asnaf</i>)	Tidak ditentukan (bebas)	Tidak ditentukan (bebas)
Bentuk	Berbentuk harta	Berbentuk harta	Berbentuk harta non harta
Waktu penunian	Ditentukan	Tidak ditentukan	Tidak ditentukan
Ketentuan Nisab	Ada ketentuan nisab	Tidak ada ketentuan nisab	Tidak ada ketentuan nisab

⁶¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, hal. 938

Zakat, infaq dan shadaqah ialah suatu bentuk ibadah dalam Islam yang ditunaikan selain untuk tujuan ibadah kepada Allah juga bertujuan untuk berderma dan memberikan sumbangan bagi orang-orang miskin (sesuai dengan dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 265). zakat, infaq dan shadaqah memiliki persamaan dalam kontribusinya pada upaya pengetasan permasalahan angka kemiskinan yang ada pada masyarakat Adapun perbedaan-perbedaan yang ada di antara zakat, infaq dan shadaqah antara lain dapat dilihat pada tabel 3.1.⁶²

Zakat, infaq dan shadaqah adalah suatu bentuk ibadah dalam Islam yang dapat berkontribusi pada upaya pengetasan permasalahan kemiskinan yang ada pada masyarakat. Ketiga bentuk ibadah tersebut terlihat hampir sama, tetapi ketiganya memiliki beberapa perbedaan jika ditinjau dari beberapa aspek seperti yang dijelaskan pada Tabel 1.2 Berdasarkan Tabel 1.2 di jelaskan bahwa zakat, infaq dan shadaqah memiliki perbedaan jika dilihat dari beberapa aspek, seperti aspek sifat hukum, orang-orang yang berhak menerima dana, bentuk pemberian, waktu penunian, dan ketentuan nisab.⁶³

E. Efektifitas

1. Pengertian Ewektifitas

Efektivitas menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah mempunyai arti ada pengeruhnya, akibatnya. Jadi efektivitas merupakan dampak atau keberhasilan setelah melakukan sesuatu.

Efektivitas juga didefinisikan sebagai pedoman lisan yang menunjukkan sejauh mana suatu tujuan tercapai, dengan kata lain suatu perusahaan atau organisasi dikatakan kompeten jika tujuan tersebut bisa

⁶² Tika Widiastuti, Sri Herianingrum, Siti Zulaikha, *Ekonomi dan Manajemen Ziswaf (Zakat, Infaq dan Shadaqah, Wakaf)*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2022), hal. 20

⁶³ Tika Widiastuti, Sri Herianingrum, Siti Zulaikha, *Ekonomi dan Manajemen Ziswaf (Zakat, Infaq dan Shadaqah, Wakaf)*, hal. 20-21

tercapai. Selanjutnya dijelaskan bahwa efektivitas terkait erat dengan membandingkan tingkat pencapaian tujuan dan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya, atau membandingkannya dengan hasil yang sebenarnya.⁶⁴

Beberapa tokoh ahli yang mengemukakan pengertian efektivitas antara lain sebagai berikut:

- a. Frederick W Taylor, mengemukakan bahwa Ada beberapa hal yang mempengaruhi efektivitas salah satunya sebagai ilustrasi, pertimbangkan spesialisasi tugas, keunggulan teknis, pengendalian biaya, dan optimalisasi sumber daya.
- b. Henry Fayol, Efektivitas adalah fungsi dari kejelasan, otoritas/sumber dan disiplin dalam suatu organisasi, kepemimpinan/kepemimpinan dan kesatuan tujuan, aspirasi, keadilan, Stabilitas, inisiatif, esprit de corps.
- c. Georgopualos dan Tannembraum Efektifitas sebuah organisasi adalah suatu organisasi yang merupakan sistem sosial dengan segala sumber daya dan sarana tertentu yang tersedia memenuhi tujuan-tujuannya tanpa pmborosan dan menghindari ketegangan yang tidak perlu diantara anggota.
- d. Ety Rochaety dan Ratih Tresnati mendefinisikan efektivitas sebagai besaran atau angka yang menunjukkan sejauh mana suatu tujuan (goal) tercapai. Suharto, sebaliknya, menjelaskan bahwa efektivitas adalah pernyataan yang menyiratkan ukuran keberhasilan dalam mencapai suatu hasil atau tujuan tugas.⁶⁵

⁶⁴ E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep Strategi dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2004) hal. 82.

⁶⁵ Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hal.71.

Efektivitas merupakan tingkat tercapainya suatu tujuan, suatu usaha dikatakan efektif jika usaha itu dapat mencapai tujuannya. Secara ideal efektif adalah usaha untuk mencapai tujuannya.

2. Tolak Ukur Efektivitas

Pengukuran efektivitas program kegiatan tidak Hal ini karena efektivitas dapat diverifikasi dari berbagai perspektif. Tergantung siapa yang menilai dan menafsirkannya. Jika Dari perspektif produktivitas, maka manajer produksi Komunikasikan bahwa efektivitas adalah kualitas dan kuantitas (output) Barang dan jasa. Tetapi peringkat efektivitas didasarkan pada keluaran Sifat realistis dibandingkan dengan hasil. tapi dengan pintu keluar Hasil tidak lepas dari pengukuran efektivitas.

Menurut Richard M Stress indikator dalam pengukuran efektivitas, yaitu sebagai berikut :⁶⁶

- a. Produktivitas
- b. Kemampuan adaptasi kerja
- c. Kepuasan kerja
- d. Pencarian sumber daya
- e. Kemampuan berlabar

Pengukuran efektivitas dapat menentukan keefektifan program yang dijalankan dengan kemampuan ketrampilan operasional dalam implementasi program-program kerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Ada beberapa kriteria atau ukuran untuk mencapai ukuran efektivitas sebagai berikut:

- a. Pencapaian tujuan adalah upaya total untuk mencapai tujuan harus dilihat sebagai suatu proses. Oleh karena itu, untuk mencapai

⁶⁶ Richard M. Streers, *Efektivitas Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hal. 53.

Tujuan akhirnya semakin terjamin dan dalam beberapa hal membutuhkan implementasi langkah demi langkah fase realisasi dan fase pengenalan bagian-bagiannya pencapaian suatu tujuan terdiri dari beberapa pelaku yaitu: kerangka waktu dan target yang merupakan tujuan spesifik.

- b. Integrasi yaitu pengukuran terhadap kinerja suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.
- c. Adaptasi adalah kemampuan suatu organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungan. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.⁶⁷

Dari sekumpulan definisi yang mengukur derajat efektivitas seperti yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti mekankan bahwa dalam rencana penelitian ini menggunakan teori efektivitas sebagai dikemukakan berbagai definisi diatas untuk mendukung pencapaian atau mengukur efektivitas strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

⁶⁷ Iga Rosalina, "Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan". Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat, Vol.01 No 01, Februari, 2012, hlm 10..

BAB III

GAMBARAN UMUM NU-CARE LAZISNU KOTA SEMARANG

A. Profil Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama Kota Semarang

1. Sejarah Lembaga NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

NU CARE-LAZISNU berdiri pada tahun 2004 sebagai sarana untuk membantu masyarakat, sesuai amanat muktamar NU yang ke-31 di Asrama Haji Donohudan, Boyolali, Jawa Tengah. NU CARE secara yuridis-formal dikukuhkan oleh SK Menteri Agama No. 65/2005 untuk melakukan pemungutan Zakat, Infaq, dan Sedekah kepada masyarakat luas kemudian diperkuat dengan SK PP LAZISNU Nomor: 091/LAZISNU/II/2017, yang selanjutnya diberi nama NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.



Gambar 3. 1Peta Wilayah Kota Semarang

Kantor NU-CARE LAZISNU Kota Semarang berada di kantor sekretariat NU Kota Semarang, Jl. Puspogiwang 1 No. 47 Semarang Jawa Tengah. LAZISNU berkembang dengan budaya kerja yang amanah, transparan dan profesional. NU-CARE LAZISNU Kota Semarang merupakan salah satu Lembaga Amil Zakat yang mengelola zakat, infaq dan shadaqah yang berada di bawah naungan organisasi

Nahdlatul Ulama Kota Semarang. NU-CARE LAZISNU Kota Semarang menjadi satu wadah strategis bersifat potensial guna mengembangkan pilar-pilar kehidupan umat, tidak hanya dalam bidang ekonomi, melainkan juga bidang pendidikan, sosial, maupun keagamaan, sebagaimana yang selama ini dicita-citakan bersama.

Wilayah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang terdiri dari 16 UPZIS NU (unit pengelola zakat, infaq dan shadaqah nahdlatul ulama) yang tersebar di tiap kecamatan kota Semarang. UPZIS ini memiliki peran penting, karena UPZIS yang bersingungan langsung dengan masyarakat, tugas mereka adalah membantu penghimpunan LAZISNU dan melaporkan jumlah keuangan kepada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. UPZIS yang aktif berpartisipasi membantu penghimpunan dana sosial NU-CARE LAZISNU Kota Semarang antara lain sebagai berikut:

- A. UPZIS NU Gajahmungkur
- B. UPZIS NU Semarang Timur
- C. UPZIS NU Semarang Tengah
- D. UPZIS NUMijen
- E. UPZIS NU Gayamsari
- F. UPZIS NU Candisari
- G. UPZIS NU Tugu
- H. UPZIS NU Banyumanik
- I. UPZIS NU Genuk
- J. UPZIS NU Semarang Utara
- K. UPZIS NU Semarang Selatan
- L. UPZIS NU Ngaliyan
- M. UPZIS NU Tembalang
- N. UPZIS NU Semarang Barat
- O. UPZIS NU Gunungpati

Tumbuh dan berkembangnya NU-CARE LAZISNU Kota Semarang bisa bertahan hingga sampai sekarang ini tidak lepas dari

peran serta para pimpinan ranting masing-masing desa yang mana mereka menjadi muzzaki pertama saat NU-CARE LAZISNU Kota Semarang ini didirikan. Kemudian ranting inilah yang menyosialisasikan keberadaan Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah di Kota Semarang kepada seluruh warga di setiap desa, agar mau menyalurkan dana sosial berupa infaq dan shadaqahnya untuk dikelola oleh pihak NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

2. Legal Formal

NU-CARE LAZISNU Kota Semarang merupakan lembaga amil, zakat, infaq dan shadaqah Nahdlatul Ulama yang berstatus sebagai cabang di wilayah Jawa tengah. NU-CARE LAZISNU termasuk lembaga amil zakat bersekala nasional yang telah memiliki legimitasi dalam hal legal formal yang tertera dalam beberapa perijinan, di antaranya sebagai berikut:

- a. Akta Pendirian : Notaris Ilyas Zaini, SH. Mkn No. 3 tanggal 14 juli 2014, tentang pendirian Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul ulama disingkat LAZISNU.
- b. Akta Perubahan : Notaris H Zaenal Arifin, SH. Mkn No.16 tanggal 28 Januari 2016 tentang Pernyataan Keputusan Pembina Yayasan Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, Perubahan Anggaran Dasar Keputusan MEKUHAM RI tanggal 4 Februari 2016 No. AHU-0001038.AH.01.06.TAHUN2016.
- c. Akta Perubahan : Notaris H Zaenal Arifin, SH. Mkn No.1 tanggal 2 Juni 2017 tentang Pernyataan Keputusan Pembina Yayasan Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama, Perubahan Dewan Pengurus.
- d. LAZ Skala Nasional Keputusan Mentri Agama Replubik Indonesia No.225 Tahun 2016 tentang pemberian izin kepada yayasan

Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama sebagai Lembaga Amil Zakat Skala Nasional.

- e. Perwakilan pengurus pusat di tingkat Provinsi:
 - 1) SK Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Tengah No. PW.11/061/SK/XI/2013 tentang pengesahan Wilayah Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Jawa Tengah.
 - 2) Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah No. 373 tahun 2017.

3. Visi dan Misi

a. Visi NU-CARE LAZISNU

Bertekad menjadi lembaga pengelola dana masyarakat (zakat, Infaq, shodaqoh, CSR & dana sosial lainnya) yang di dayagunakan secara amanah dan profesional untuk kemandirian umat.

b. Misi NU-CARE LAZISNU

- 1) Mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, Infaq dan shodaqoh dengan rutin dan tepat sasaran.
- 2) Mengumpulkan atau menghimpun dan mendayagunakan dana zakat infaq dan shodaqoh secara profesional transparan tepat guna dan tepat sasaran.
- 3) Menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat guna mengatasi problem kemiskinan pengangguran dan minimnya akses pendidikan yang layak.

4. Tujuan NU-CARE LAZISNU

- a. Melayani yang berkaitan dengan fundraising (penghimpunan) ZIS (zakat, infaq, dan shodaqoh) dan dana sosial lainnya secara optimal kepada donatur atau muzakki.

- b. Menyalurkan dana fundraising (penghimpunan kepada para mustahik melalui program pemberdayaan dan pendayungan.
- c. Melakukan identifikasi potensi resiko dan peluang yang terdapat di lingkungan NU CARE-LAZISNU.
- d. Mengukur tingkat kepuasan mustahik, peserta program, dan donatur.
- e. Meningkatkan mutu kerja amal melalui program pelatihan agar lebih profesional, dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.
- f. Perbaikan berkelanjutan (continual improvement) melalui upaya menerapkan sistem manajemen mutu diseluruh unit kerja NU CARE-LAZISNU.

5. Kebijakan Mutu Lembaga

NU-CARE LAZISNU Kota Semarang merupakan lembaga pengelola zakat, infaq dan shadaqah serta CSR bersekala nasional, yang memiliki tekad mencatat penghimpunan secara akurat dan transparan serta mengelola dan mendistribusikannya secara profesional, amanah dan akuntabel dengan tujuan mengangkat harkat sosial dan memberdayakan para mustahiq. Untuk dapat mempertahankan kepuasan dan kepercayaan para muzzaki dan mustahiq atas layanan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, akan dilakukan tindakan perbaikan secara *continue* atas potensi risiko yang muncul di internal lembaga agar NU-CARE LAZISNU Kota Semarang semakin maju dan mampu memberdayakan diri dalam setiap langkah dan waktu secara MANTAP: Modern, Akuntabel, Transparan, Amanah dan Profesional.

6. Tujuan dan Sasaran Mutu Lembaga

- a. Melayani fundraising (penghimpunan) ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah) dan dana sosial lainnya secara optimal kepada muzzaki atau donatur.

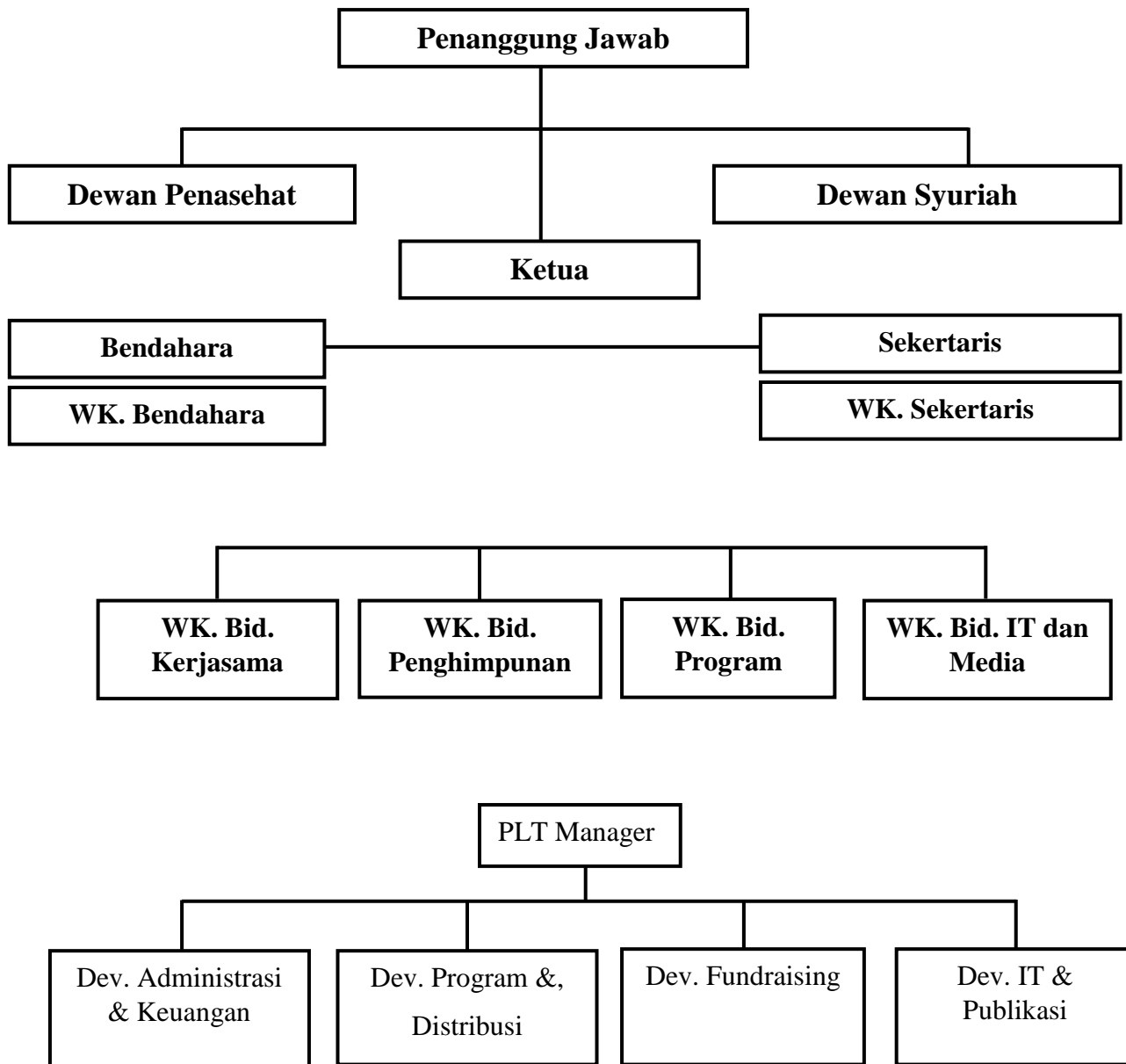
- b. Menyalurkan dana fundraising (penghimpunan) kepada para mustahiq melalui program pemberdayaan dan pendayagunaan.
- c. Melakukan identifikasi potensi resiko dan peluang yang ada di lingkungan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.
- d. Mengukur tingkat kepuasan mustahiq, peserta program dan donatur.
- e. Meningkatkan mutu kerja amil melalui program pelatihan agar lebih profesional dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab.
- f. Perbaikan berkelanjutan (*continual improvement*) melalui penerapan sistem manajemen mutu di seluruh unit kerja NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

7. Struktur Organisasi NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Bentuk struktur kepengurusan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang mengacu pada dua ketentuan yang berlaku, yaitu:

- a. Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga Nahdlatul Ulama (AD/ART NU)
- b. Undang-Undang 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat.

Berdasarkan keputusan Pengurus Pusat NU Care LAZISNU, Nomor: **407/SK-PP/LAZISNU/X/2021**. Tentang pengesahan dan pemberian izin operasional kepada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, Jawa Tengah.



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi LAZISNU Kota Semarang

Penanggung Jawab	: KH. Hanief Ismail, Lc. : Drs. H. Anasom, M. Hum
Dewan Penasehat	: Ahmad Mundzir AH, S. Ag : Syahid Al Baihaqi : Muhamad Busro, S. Pd.I : Pargono, S.Ag
Dewan Syariah	: KH. Drs. Ahmad Hadlor Ihsan : KH.Drs. Muhadi Noor : KH. M. Shodiq Sumardi
Ketua	: Muhaimin
Wakil Ketua Bid.Kerjasama	: Hj. Hanik Khoiru Solikah
Wakil Ketua Bid.Penghimpunan	: H. Mawardi, S. Ag
Wakil Ketua Bid.Program	: Hj. Rabi'atul Adawiyah, Lc., M.S.I
Wakil Ketua Bid.IT & Media	: Attan Navaron, S. H.I
Sekretaris	: H.M. Dipa Yustia Pasa, S.H., M.Kn
Wakil Sekretaris	: Valeninda Adhisti Fridhasandy
PLT Manager	: Nur Rohman
Divisi Administrasi & Keuangan	: Tiara Putri
Divisi Program, Distribusi & Pendayagunaan	:Rohman
Divisi IT & Publikasi	: Hendrawan
Divisi Fundraising	: Eny Mundrikah

8. Kegiatan Operasional NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

1) Program Lazisnu Kota Semarang

NU-CARE LAZISNU Kota Semarang menjadi salah satu Lembaga Amil Zakat yang berskala nasional dan juga berada di bawah naungan organisasi masyarakat (ormas) terbesar di Indonesia. Hal ini menyebabkan struktur serta penyusunan program kerja pun tidak bisa dilakukan semena-mena hanya karena keinginan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang saja, tetapi harus disinkronisasikan dan tidak boleh bertolak belakang aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pimpinan pusat (PP) LAZISNU. Sebelum mengenal program-program kerja yang dicanangkan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, harus diketahui pula bahwa dalam hierarki struktur NU-CARE LAZISNU, terdapat program-program yang tidak murni merupakan program yang penceancangannya dari NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, terdapat beberapa program yang merupakan program turunan dari pimpinan wilayah (PW) bahkan pimpinan pusat (PP) LAZISNU Kota Semarang. Berikut adalah program-program kerja yang dicanangkan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, di antaranya adalah:

2) *NU Preuner*

NU-Preuner merupakan program NU-CARE LAZISNU yang membantu dalam pengembangan, pemasaran, peningkatan mutu dan nilai tambah juga memberikan modal kerja dalam wujud dana bergulir kepada petani, nelayan, peternak dan pengusaha mikro.

Pelaksanaan program NU-Preuner di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang memberikan bantuan dan menyasar para fakir miskin yang mempunyai keahlian dibidang tertentu namun tidak memiliki modal. Selain itu juga bantuan modal bagi para pedagang, petani, peternak, dan lain-lain yang sudah memiliki

usaha. Akan tetapi juga Program ini juga mengajak para pedagang, petani, peternak, dan lain-lain yang untuk menyisihkan sebagian hasil dari usahanya untuk disedekahkan melalui NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

Program ini ada dengan banyak harapan yang muncul yakni agar dapat memberikan efek yang terus-menerus dan menjangkau ke berbagai bidang. Seperti contohnya pemberian modal untuk pelaku usaha UMKM. Sehingga pemenuhan kebutuhannya selain akan mempermudah dalam penerimaan modal usaha, juga akan memberikan perputaran modal kepada pelaku usaha lainnya. Sasaran program: fakir miskin yang memiliki keahlian tertentu, pedagang, petani, peternak, nelayan, maupun pelaku UMKM yang kurang mampu.

3) *NU-Smart*

NU Smart merupakan program yang fokus pada pengembangan pendidikan. Program ini ada dengan tujuan memberikan biaya beasiswa dan pendidikan pada siswa, santri dan mahasiswa yang kurang mampu dan memiliki prestasi.

Wujud program ini berupa memberikan bantuan langsung biaya pendidikan lalu pelatihan maupun biaya pembangunan untuk sekolah, pondok pesantren, dan para siswa, santri, mahasiswa dan tenaga pendidik.

Program ini memiliki komitmen guna memberikan pendidikan yang layak bagi para siswa, santri, mahasiswa dan tenaga pendidik yang berkualitas. Memberikan tempat yang nyaman dalam melaksanakan proses belajar mengajar.

B. Strategi *Fundraising* LAZISNU Kota Semarang

Berdasarkan hasil observasi dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan terjun langsung ke lapangan bahwasannya NU-CARE

LAZISNU Kota Semarang dalam melaksanakan strategi digital *fundraising* memiliki empat strategi diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Calon Donatur

Identifikasi calon donatur merupakan tahapan yang harus dilakukan oleh lembaga LAZISNU Kota Semarang, karena dengan tujuan untuk mengenalkan LAZISNU Kota Semarang kepada calon donatur untuk mau menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqahnya kepada LAZISNU Kota Semarang Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan. Sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber ketua NU-CARE LAZISNU Kota Semarang bapak Muhaimin yang mengatakan bahwa:

“Dari LAZISNU Kota Semarang sendiri dalam mengidentifikasi calon donatur sampai saat ini sudah melakukan kerjasama dengan beberapa instansi seperti: PR. SUKUN, MTT (Majelis Telkomsel Taqwa), BSI (Bank Syariah Indonesia), Bank Jateng, BTN, maupun BTN Syariah, BRI dan GKN (Gedung Keuangan Negara). LAZISNU Kota Semarang juga telah membuktikan keahliannya dalam memanfaatkan teknologi digital yang memudahkan untuk calon donatur dalam mengakses website LAZISNU Kota Semarang, terutama bagi anak muda sehingga informasi terkait fundraising anak muda cepat menerimanya”.⁶⁸

Hal serupa juga disampaikan oleh divisi *fundraising* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang bahwa:

“Terkait identifikasi donatur biasanya LAZISNU Kota Semarang melakukan sosialisasi dengan mengirimkan surat kepada instansi untuk berkolaborasi dengan LAZISNU Kota Semarang, baik itu dari pemerintah, lembaga amil, organisasi atau perusahaan”.⁶⁹

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti dalam menentukan keberhasilan identifikasi calon donatur,

⁶⁸ Wawancara dengan bapak Muhaimin (Ketua LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 16 November 2022 pukul 12:30 WIB.

⁶⁹ Wawancara dengan mbak Eny (Manager *fundraising* LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 16 November 2022 pukul 14:20 WIB.

memiliki dua pendekatan yakni *retail fundraising* dan *institutional fundraising*.

2. Penggunaan Metode *Fundraising*

Metode *fundraising* merupakan kegiatan khas yang dilakukan oleh lembaga amil bertujuan untuk menggalang dana. Metode *fundraising* yakni meliputi *direct* (langsung) dan *indirect* (tidak langsung). Metode *direct* (langsung). sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti dengan devisi *fundraising* bahwa:

“LAZISNU Kota Semarang memiliki dua metode, metode yang pertama yakni dengan cara melakukan pelayanan jemput bola artinya, ada petugas yang datang langsung kepada calon donatur untuk melakukan penggalangan dana, selain itu layanan pembayaran zakat, infaq dan shadaqah masih bisa dilakukan langsung dikantor LAZISNU Kota Semarang. Metode *indirect* (tidak langsung) Metode ke dua ini dilakukan LAZISNU Kota Semarang dengan cara menghimpun atau menggalang dana melalui platform digital (online)”.⁷⁰

NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam menggunakan metode *fundraising direct* (langsung) memiliki cara sebagai berikut:

- a. Melakukan pelayanan langsung melalui kantor LAZISNU Kota Semarang.
- b. Jemput bola yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung.
- c. Sosialisai *door to door* mengunjungi secara langsung yang dilakukan LAZISNU Kota Semarang kepada individu atau kelompok.

Metode *in direct* yang dilaksanakan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam menjaga citra lembaga yang baik memiliki beberapa cara melalui *platform* digital dengan bentuk sebagai berikut:

⁷⁰ Wawancara dengan mbak Eny (Manager *fundraising* LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 16 November 2022 pukul 14:20 WIB.

a. Platform *Website* Resmi NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



Gambar 3. 3 Tampilan Menu Utama *Website* LAZISNU Kota Semarang

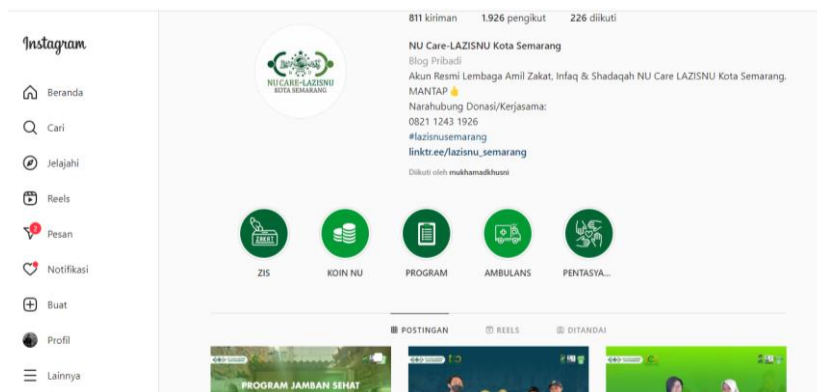
Seiring dengan berkembangnya zaman maka transformasi teknologi digital semakin maju, sehingga pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang untuk terus berinovasi memajukan lembaganya. Dengan melihat keadaan era sekarang semuanya bisa dilakukan dengan cepat dan mudah melalui teknologi digital sehingga bisa mengakses dari mana saja berada dan setiap waktu.

Pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang mempunyai inisiatif dan inovasi untuk memfasilitasi calon donatur dalam proses *fundraising* (penghimpunan) atau pembayaran zakat, infaq dan shadaqah melalui digital dan bermitra dengan beberapa perusahaan. Dalam pemanfaatan platform *Website* Resmi NU-CARE LAZISNU Kota Semarang ini sebagai proses metode pembayaran zakat, infaq dan shadaqah dan juga segala informasi terkait program-program NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

b. *Social media* LAZISNU Kota Semarang

LAZINU Kota Semarang memiliki 3 (tiga) platform media sosial yang aktif dan dikelola LAZINU Kota Semarang antara lain yaitu: *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter* yang dimanfaatkan untuk mengedukasi dan berkomunikasi kepada calon donatur atau masyarakat luas, juga untuk mensosialisasikan program-program yang dimiliki oleh LAZINU Kota Semarang untuk menarik minat calon donatur dalam menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah.

1) Instagram



Gambar 3. 4 Tampilan Instagram LAZISNU Kota Semarang

Instagram merupakan *platform* atau aplikasi untuk media digital yang memfasilitasi layanan untuk berbagi foto atau video reels secara online.

Berdasarkan wawancara dengan divisi IT LAZISNU Kota Semarang.

*“LAZISNU Kota Semarang memiliki sosial media berupa instagram yang dimanfaatkan untuk menjangkau calon donatur dengan skala luas untuk mensosialisasikan program-program dengan menampilkan content yang ralite dengan calon donatur, misal sebuah content yang berisi kegiatan program Peduli bencana Indonesia, sehingga isi content tersebut bisa mengedukasi calon donatur”.*⁷¹

Menurut pemaparan dari staff IT LAZISNU Kota Semarang bahwasanya *platform* sosial media *instagram* menjadikan daya tarik minat calon donatur dengan tersedianya informasi terupdate dan isi content yang memiliki nilai edukasi kepada calon donatur untuk mempercayakan LAZISNU Kota Semarang sebagai lembaga amil yang kreatif, inofatif dan transparan dan juga menjadi media komunikasi atau

⁷¹ Wawancara dengan mas Hendra (Staff IT LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 20 November 2022 pukul 13:46 WIB.

penghubung antara lembaga dan calon donatur. Hal ini juga bertujuan sebagai salah satu upaya LAZISNU Kota Semarang untuk lebih menjangkau dan memperkenalkan LAZISNU Kota Semarang kepada masyarakat luas khususnya kau milenial yang lebih aktif atau lebih sering menggunakan media sosial instagram sebagai pengisi waktu luang mereka dan bisa diakses dimana saja.

2) *Facebook*



Gambar 3. 5 Tampilan Facebook LAZISNU Kota Semarang

Berdasarkan wawancara dengan devisi IT LAZISNU Kota Semarang mengatakan:

“Selain sosial media instagram LAZISNU Kota Semarang juga memiliki akun sosial media berupa facebook platform sosial media yang membantu kita untuk berkomunikasi kepada calon donatur, mempromosikan beberapa program zakat, infaq dan shadaqah, dan menyebarkan informasi-informasi terkait kegiatan LAZISNU Kota Semarang, disitulah kami memanfaatkan sosial media facebook sebagai jembatan antara lembaga dengan calon donatur”.⁷²

Akun resmi *Facebook* yang dimiliki bisa ditemukan dengan nama akun “LAZISNU Kota Semarang” akun ini dapat digunakan untuk menginformasikan atau mensosialisasikan

⁷² Wawancara dengan mas Hendra (Staff IT LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 20 November 2022 pukul 13:46 WIB.

program-program yang ada di LAZISNU Kota Semarang dengan menyajikan konten-konten yang menarik kepada calon donatur atau *muzzaki*.

3) *Twitter*



Gambar 3. 6 Tampilan Twitter LAZISNU Kota Semarang

Berdasarkan wawancara dengan divisi IT LAZISNU Kota Semarang mengatakan:

*“Melalui kanal digital yang dimiliki LAZISNU, lembaga lebih gencar dalam melakukan interaksi dengan publik, serta melakukan kampanye berzakat, maupun berinfaq dan bersedekah, melalui platform media yang dimiliki oleh LAZISNU Kota Semarang, salah satunya media Twitter”.*⁷³

Berdasarkan pemaparan narasumber di atas bahwa LAZISNU Kota Semarang memiliki akun resmi *Twitter* “LAZISNU Kota Semarang” yang dikelola langsung oleh divisi IT LAZISNU Kota Semarang akun ini dibuat untuk digunakan menyebarkan informasi, mengedukasi dan diskusi. Sehingga masyarakat atau *muzzaki* dapat berperan aktif dan berinteraksi dengan pihak LAZISNU Kota Semarang melalui *platform* media sosial ini.

⁷³ Wawancara dengan mas Hendra (Staff IT LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 20 November 2022 pukul 13:46 WIB.

c. Mitra E-Commerce & Aplikasi



Gambar 3. 7 Kode QRIS Zakat, Infaq LAZISNU Kota Semarang

LAZISNU Kota Semarang juga sudah melakukan kerjasama dengan berbagai mitra, ada beberapa mitra yang sudah melakukan kolaborasi bersama NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, yaitu sebagai berikut:

a. Mitra E-Commerce & Aplikasi

- 1) Shoppe
- 2) Flip.id

b. Mitra E-Wallet

- 1) QRIS
- 2) Gopay
- 3) OVO
- 4) Dana
- 5) LinkAja

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti bersama Ketua LAZISNU Kota Semarang mengungkapkan sebagai berikut:

“LAZISNU Kota Semarang pernah memiliki target tertentu dalam mencari donatur, tetapi dengan jatuh tempo sekian waktu tidak sesuai dengan target yang sudah ditentukan, namun dengan dibantunya dengan proses penghimpunan

*melalui digital alhamdulillah LAZISNU Kota Semarang bisa memenuhi target dalam penghimpunannya”.*⁷⁴

3. Pengelolaan dan Penjagaan Donatur

Pengelolaan donatur dilakukan oleh sebuah lembaga amil dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah donasi, mengarahkan donatur untuk berdonasi dan menaikkan status donatur menjadi donatur tetap. Berdasarkan hasil wawancara kepada devisi *fundraising* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang bahwa:

*“LAZISNU Kota Semarang sendiri dalam mengelola dan mempertahankan donatur dengan cara selalu aktif dalam menyapa donatur tetap dan mempromosikan program-program yang ada di LAZISNU Kota Semarang dengan cara mengirim email atau pesan WhatsApp kepada donatur dan mengikutsertakan atau mengundang donatur untuk ikut serta hadir dalam pendistribusian zakat, infaq dan shadaqah sehingga LAZISNU Kota Semarang selalu dapat kepercayaan terus menerusdari calon donatu”.*⁷⁵

Menurut hasil pemaparan narasumber diatas bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam menjalin hubungan baik dengan donatur memiliki beberapa strategi seperti:

- 1) Menyapa para donatur melalui pesa email atau *WhatsApp*.
- 2) Memberikan informasi terkait program-progam yang sedang di jalankan.
- 3) Mengikutsertakan donatur dalam kegiatan pendistribusian zakat, infaq dan shadaqah.

4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan Evaluasi merupakan upaya untuk mengawasi pelaksanaan kegiatan penggalangan dana dan mengevaluasi seberapa

⁷⁴ Wawancara dengan bapak Muhaimin (Ketua LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 16 November 2022 pukul 12:30 WIB.

⁷⁵ Wawancara dengan mbak Eny (Manager *fundraising* LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 16 November 2022 pukul 14:20 WIB.

efektifitasnya berjalan. Berdasarkan hasil wawancara kepada devisi *fundraising* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang bahwa:

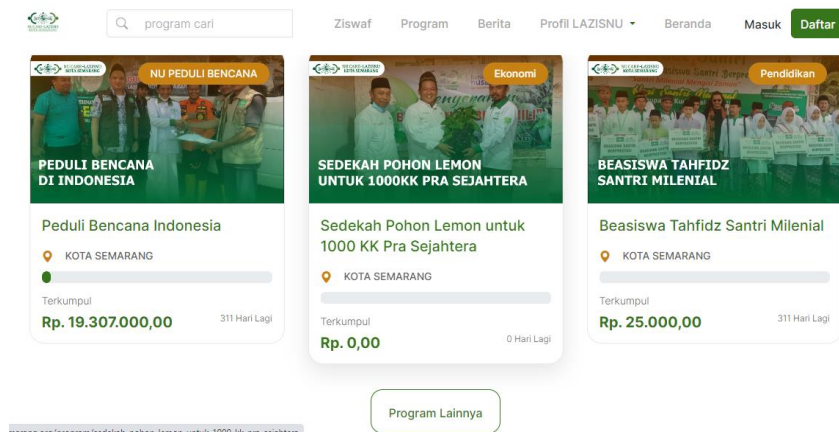
“Di LAZISNU Kota Semarang dalam melakukan sesuatu kegiatan pasti mengalami kendala khususnya dalam kegiatan fundraising-nya untuk dapat memecahkan kendala tersebut LAZISNU Kota Semarang melakukan monitoring dan evaluasi, melaksanakan kegiatan evaluasi mingguan dan juga melakukan evaluasi setiap akhir bulan dengan harapan untuk mengetahui kinerja kepengurusan dari beberapa devisi dan manajer Dan dalam proses monitoring dan evaluasi LAZISNU Kota Semarang selalu menekankan kepada para pengurus untuk lebih semangat kerja, memotivasi satu sama lain dan meningkatkan kreativitas kepada para pengurus LAZISNU Kota Semarang agar memberikan citra yang baik dari masyarakat khususnya calon donatur.”

Berdasarkan pemaparan narasumber di atas bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam mengadakan kegiatan monitoring dan evaluasi diadakan setiap minggu dan setiap akhir bulan dengan adanya monitoring dan evaluasi ini menurut peneliti sangat penting untuk dilakukan karena sebagai upaya dalam memantau semua kegiatan penghimpunan, pendistribusian dana zakat, infaq dan shadaqah dan mengukur seberapa jauh keefektifitasan program-program kegiatan yang sudah berjalan di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

C. Mekanisme Pembayaran Zakat, Infaq dan Shadaqah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang Melalui Teknologi Digital

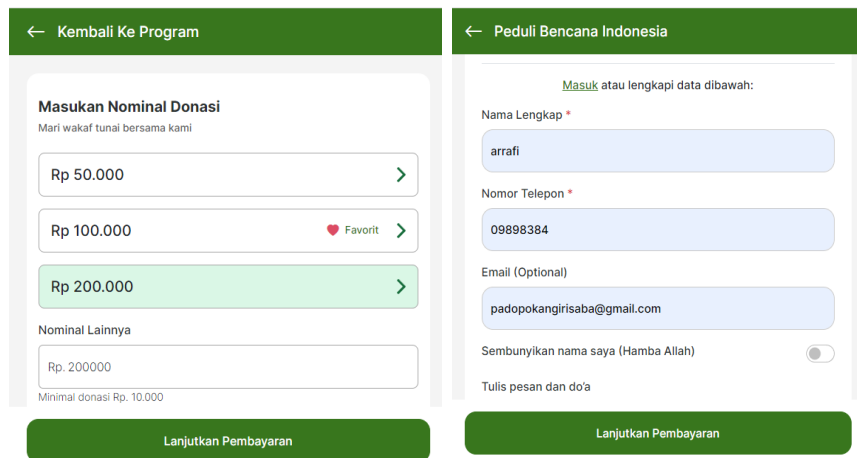
Berikut penjelasan mengenai mekanisme pembayaran zakat, infaq dan shadaqah melalui platform digital:

- a. Melalui *Website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



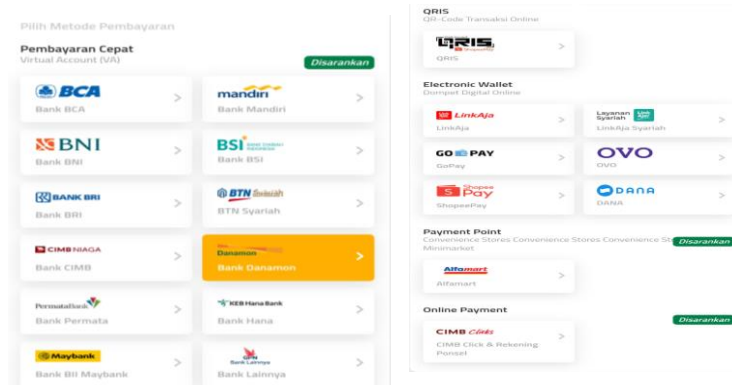
Gambar 3. 8 Menu Program LAZISNU Kota Semarang

- 1) Langkah pertama buka Google lalu *search* kata kunci “LAZISNU Kota Semarang”, kemudian untuk berdonasi klik pada menu “program” lalu ada lima pilihan kategori program untuk berdonasi yang dibuat oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang diantaranya; kesehatan, NU peduli bencana, ekonomi pendidikan, sosial keagamaan. Di dalam kategori terdiri dari beberapa program-program yang sudah dikualifikasikan. Di menu pilihan juga ada pilihan pembayaran zakat, infaq dan wakaf. Kemudian kita tinggal pilih salah satu program yang ingin kita donasikan atau yang ingin kita bayar.
- 2) Setelah memilih program yang akan kita donasikan, kemudian kita diarahkan ke pengisian formulir donatur. Setelah melengkapi formulir donatur selanjutnya memilih nominal yang akan kita donasikan.



Gambar 3. 9 Menu Pembayaran Website LAZISNU Kota Semarang

- 3) langkah terakhir metode pembayaran dengan beberapa pilihan yaitu *E-wallet*, *QRIS*, *Mobile Banking*, *Virtual Account*, *Payment Point* dan *Online Payment*. Maka kemudian proses pembayaran ZIS sudah tervalidasi dan segera mendapatkan konfirmasi melalui via WhatsApp dan Email.



Gambar 3. 10 Pilihan Metode Pembayaran

- b. Melalui *E-Wallet* (QRIS)

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) adalah standarisasi metode pembayaran menggunakan QR code dari Bank Indonesia. NU-CARE LAZISNU Kota Semarang memiliki beberapa QR code dalam metode pembayaran zakat, infaq dan shadaqah agar proses *fundraising* menjadi lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya. Dengan menggunakan QRIS, *muzzaki* dapat melakukan pembayaran dari berbagai macam platform transaksi

elektronik seperti; *E-Wallet*, dapat diakses melalui aplikasi LinkAja, LinkAja Syariah, OVO, Dana, GoPay, ShopeePay, dan *Mobile banking* BSI.



Gambar 3. 11 E-Wallet (QRIS) LAZISNU Kota Semarang

Mekanisme pembyaran zakat, infaq dan shadaqah melalui *E-Wallet* (QRIS) milik NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sebagai berikut:

- 1) Unduh QR code milik L NU-CARE AZISNU Kota Semarang.
- 2) Kemudian buka aplikasi LinkAja, LinkAja Syariah, OVO, Dana, GoPay, ShopeePay, dan *Mobile banking* BSI.
- 3) Pilih opsi pembayaran lalu unggah QR *code* atau scan QR *code* milik NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.
- 4) Input jumlah nominal yang akan kita bayarkan atau kita donasikan.
- 5) Masukkan nama lengkap *muzzaki*.
- 6) Langkah terakhir melakukan eksekusi pembayaran.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di atas maka dapat disimpulkan bahwa proses penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah yang dilakukan oleh

NU-CARE LAZISNU Kota Semarang melalui *platform* digital bisa diakses melalui *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dan QRIS, sehingga *muzzaki* atau calon donatur tidak repot-repot harus datang ke kantor langsung dan bisa diakses di mana saja dan kapan saja. LAZISNU Kota Semarang dalam proses kegiatan penghimpunan melalui teknologi masih perlu ditingkatkan lagi dengan melihat kondisi zaman sekarang yang dimana bisa dilakukan dengan mudah dan cepat.

D. Perolehan Dana Sebelum Diterapkannya Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Perolehan Dana Sebelum Diterapkannya Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah pada bulan Januari-September 2022 di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

Tabel 3. 4 Perolehan Dana pada bulan Januari-September 2022

No	Bulan	Hasil Penghimpunan
1	Januari	Rp 46.199. 128, 00
2	Februari	Rp 4. 792. 000, 00
3	Maret	Rp 213. 894. 650, 00
4	April	Rp 32. 700.000, 00
5	Mei	Rp 1. 150.000, 00
6	Juni	Rp 1. 150.000, 00
7	Juli	Rp 2. 900.000, 00
8	Agustus	Rp 11. 355. 300 ,00
9	September	Rp 4.823.200, 00

*(Sumber data diolah dari hasil wawancara dengan
Pengurus LAZISNU Kota Semarang)*

Berdasarkan dari hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa jenis dana yang diperoleh oleh LAZISNU Kota Semarang pada 2022 mulai bulan Januari sampai Oktober secara signifikan mengalami penurunan dari setiap bulannya kecuali di bulan maret.

E. Perolehan Dana Sesudah Diterapkannya Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Perolehan Dana Seseudah Diterapkannya Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah pada bulan Januari-September 2022 di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

Tabel 3. 5 Perolehan Dana Menggunakan Platform Digital

No.	Bulan	Hasil Penghimpunan
1	November	Rp 77. 696. 612, 00
2	Desember	Rp 64. 716. 846, 00
3	Januari	Rp 50, 637, 363, 00
4	Februari	Rp 11. 795. 040, 00
Total		Rp 154. 208. 548, 637363

(Sumber data diolah dari hasil wawancara dengan

Pengurus LAZISNU Kota Semarang)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber yakni Ketua LAZISNU Kota Semarang mengatakan bahwa:

*“Di era sekarang teknologi digital telah mengubah proses segalanya menjadi lebih mudah dan praktis terutama dalam proses fundraising yang jug telah digunakan oleh LAZISNU Kota Semarang dengan menggunakan beberapa platform digital, dengan tujuan untuk memudahkan calon donatur dalam membayar dan menyalurkan dana zakat infaq dan shadaqah. Dengan pemanfaatan platform digital LAZISNU Kota Semarang mengalami peningkatan dalam penghimpunan atau perolehan dana”.*⁷⁶

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan bahwa penghimpunan melalui *platform* digital mengalami progres kenaikan yang sangat signifikan, karena sudah memenuhi target yang di inginkan, hal ini dapat dibuktikan dari empat bulan terakhir ini, yaitu pada bulan November 2022 sampai Februari 2023 sedangkan target yang ditentukan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sendiri yakni sebesar 100 juta dengan jangka waktu dalam satu tahun.

⁷⁶ ⁷⁶ Wawancara dengan bapak Muhaimin (Ketua LAZISNU Kota Semarang) di kantor LAZISNU Kota Semarang pada tanggal 16 November 2022 pukul 12:30 WIB.

F. Perolehan Dana Sesudah Diterapkannya Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah Berdasarkan Program Pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Tabel 3. 6 Hasil Donasi Berdasarkan Program LAZISNU Semarang

Hasil Donasi Berdasarkan Program LAZISNU Semarang			
Program	Target	Donasi	Peresentase
Fidyah untuk fakir miskin	100.000.000	0	0%
Bantu korban banjir	100.000.000	23.587.000,00	24%
Peduli gempa	100.000.000	45.488.719,00	45%
Jamban sehat dhuafa	100.000.000	4.025.000,00	5%
Santunan janda dan lansia	100.000.000	1.025.000,00	2%
Layanan kesehatan gratis	100.000.000	25.000,00	1%
Peduli bencana Indonesia	100.000.000	19.307.000,00	30%
Beasiswa tahfidz santri	100.000.000	0	0%
Ceritakan yatim piatu	100.000.000	25.000,00	1%
Layanan ambulance gratis	100.000.000	83.745.040,00	84%
Bersih-bersih masjid	100.000.000	62,500,00	1%
Total Donasi	817.748,786,00		

(Sumber data diolah dari hasil wawancara dengan
Pengurus LAZISNU Kota Semarang)

Data di atas mengutip dari situs resmi *lazisnusemarang.org* menunjukkan bahwa perolehan dana donasi pada setiap program memiliki target per kolom pada laman *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dengan jumlah seratus juta rupiah dengan tujuan supaya mampu mewadahi untuk target dari tahun per tahun kedepannya agar cakupan secara teknis pengelolaan *website* lebih efisien.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DIGITAL *FUNDRAISING* ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH DI NU-CARE LAZISNU KOTA SEMARANG

Untuk membahas analisis ini peneliti akan mengemukakannya secara bertahap dari mulai yang pertama, Analisis tentang Strategi Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. Kedua, Bagaimana Efektivitas Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

A. Analisis Tentang Strategi Digital *Fundraising* Zakat, Infaq dan Shadaqah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Pada dasarnya strategi merupakan perencanaan yang dilakukan guna meraih tujuan tertentu yang diterapkan secara teratur dan efisien. NU-CARE LAZISNU Kota Semarang merupakan sebuah lembaga yang bergerak di bidang pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah tentunya mempunyai cara tersendiri dalam melaksanakan strategi *fundraising* (penghimpunan) dana zakat, infaq dan shadaqah. Begitu juga strategi digital *fundraising* merupakan proses penghimpunan atau pengalangan dana zakat, infaq dan shadaqah melalui platform media digital. Sehingga perlu adanya strategi-strategi yang digunakan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang untuk menarik calon donatur untuk menyalurkan dana zakat infaq dan shadaqah

Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kota Semarang merupakan sebuah lembaga amil nirlaba milik organisasi Islam Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama (NU) yang bertekad mencatat penghimpunan secara akurat dan transparan serta mengelola dan mendistribusikannya secara profesional, akuntabel dan amanah dengan tujuan mengangkat nilai sosial dan memberdayakan para *mustahiq*.

Seiring dengan perkembangan zaman, sebuah lembaga amil pun juga semakin berkembang mulai dari proses *fundraising* (penghimpunan) sampai

mendistribusikan zakat, infaq dan shadaqah tentu harus dibutuhkan sebuah cara atau strategi yang baik dan matang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam hal ini digital juga dimanfaatkan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam proses *fundraising* penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah. Dengan memanfaatkan beberapa *platform* digital seperti website, media sosial (*instagram*, *facebook* dan *twitter*), adapun platform *crowdfunding* berkolaborasi dengan *E-Commerce* melalui kode QRIS. Metode digital *fundrasing* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang baru diterapkan pada bulan Oktober 2022. Dengan memanfaatkan kanal-kanal digital, *muzzaki* dapat lebih mudah dalam melakukan proses pembayaran zakat, infaq dan shadaqah dimana saja tempatnya dan kapan saja waktunya. Hal ini bertujuan untuk memberikan fasilitas pelayanan yang lebih optimal lagi dari yang sebelumnya. Sehingga dengan adanya fasilitas pembayaran melalui platform digital ini *muzzaki* lebih mudah dalam menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah-nya kepada lembaga amil dengan efisien dan lebih transparan.

Dengan adanya peran digital bisa lebih membantu mengoptimalkan kinerja Sumber Daya Manusia atau SDM pada pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sendiri. Dibanding dari cara gerak *fundraising* sebelumnya yang masih menjepit bola dengan turun ke akar rumput *door to door* untuk menggalang dana. Dalam hal ini penghimpunan dan pembayaran zakat, infaq dan shadaqah sangat perlu adanya transformasi dan inovasi dalam sistem penghimpunan dan pembayaran zakat, infaq dan shadaqah, sesuai dengan syariat Islam yang lebih relevan.

Di Negara Indonesia, zakat juga di atur dalam peraturan UUD tahun 2011 No. 23, mengenai pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah secara profesional, mulai dari penghimpunan, menjaring *muzzaki*, pendistribusian sampai pelaporan, dengan adanya UUD ini Lembaga Amil bisa berkolaborasi dengan Badan Amil Zakat milik pemerintah bersinergitas bersama dengan tujuan untuk meringankan berbagai kondisi keterpurukan umat islam melalui pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah yang terpercaya,

transparan, profesional dan bertanggungjawab. Perencanaan atau sebuah strategi dapat membantu sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Namun semua yang sudah direncanakan tidak dapat menjamin semuanya akan tercapai. Karena semua strategi adalah sebatas sebuah konsep perencanaan, prosedur dan alat.

Berdasarkan data-data yang sudah peneliti peroleh dan paparkan pada bab sebelumnya bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam melaksanakan strategi digital *fundraising* memiliki empat strategi diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Calon Donatur

Kemampuan dalam memperluas jaringan telah dibuktikan oleh LAZISNU Kota Semarang sendiri dengan melakukan kerjasama dengan beberapa instansi. Menurut hasil wawancara dengan ketua NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

Berdasarkan pemaparan narasumber yang sudah peneliti paparkan pada bab sebelumnya bahwasanya dalam menentukan keberhasilan dalam identifikasi calon donatur, memiliki dua pendekatan yakni *retail fundraising* dan *institutional fundraising*.

- a. *Retail fundraising* dalam pendekatan ini NU-CARE LAZISNU Kota Semarang memfokuskan target atau sasarannya pada perorangan dengan menunjukkan program-program yang ada di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sebagai daya tarik calon donatur untuk memberikan donasi kepada LAZISNU Kota Semarang.
- b. *Institutional fundraising* ini memiliki pendekatan lebih memfokuskan pengalangan dana dari organisasi atau lembaga, hal ini NU-CARE LAZISNU Kota Semarang melakukan bentuk kemitraan atau kerjasama kepada perusahaan, organisasi kemasyarakatan, pemerintahan, dan lembaga amil lainnya dengan saling menguatkan program-program yang ada di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam mengidentifikasi calon donatur.

Selain itu LAZISNU Kota Semarang dalam mengidentifikasi calon donatur juga didukung oleh 15 UPZIS yang aktif di berbagai Kecamatan Kota Semarang dengan ikut berpartisipasi dalam membantu penghimpunan dana sosial NU-CARE LAZISNU Kota.

2. Penggunaan Metode *Fundraising*

Metode *fundraising* merupakan kegiatan khas yang dilakukan oleh lembaga amil bertujuan untuk menggalang dana. LAZISNU Kota Semarang dalam menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah memiliki dua metode *fundraising* yakni meliputi *direct* (langsung) dan *indirect* (tidak langsung) Metode *direct* (langsung).

a. Metode *direct* (langsung)

Berdasarkan pemaparan dari narasumber yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam menggunakan metode *fundraising direct* (langsung) diantaranya sebagai berikut:

- 1) Melakukan pelayanan langsung melalui kantor LAZISNU Kota Semarang.

Pelayanan langsung melalui kantor LAZISNU Kota Semarang merupakan metode *fundraising direct* (langsung) yang dimana calon donatur dalam menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah, LAZISNU Kota Semarang juga memfasilitasi jika calon donatur ingi berkonsultasi mengenai perhitungan zakat dan program-program lainnya.

- 2) Jemput bola

Metode jemput bola dalam menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah dengan terjun langsung untuk menjemput dana zakat, infaq dan shadaqah dengan cara melibatkan partisipasi donatur secara langsung.

- 3) Sosialisai *door to door* mengunjungi secara langsung yang dilakukan LAZINU Kota Semarang kepada individu atau kelompok.

Melalui sosialisasi secara langsung kepada calon donatur, dengan cara mengingatkan kepada calon donatur dalam menunaikan zakat, infaq dan shadaqah.

b. Metode *in direct* (tidak langsung)

Berdasarkan pemaparan dari narasumber yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam menggunakan metode *fundraising in direct* (tidak langsung) diantaranya sebagai berikut:

1) Melalui *platform website* resmi LAZISNU Kota Semarang

Berdasarkan data yang sudah peneliti dapatkan bahwasanya *Platform resmi Website* yang dimiliki oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang telah dimanfaatkan sebagai sebuah pintu yang menginformasikan segala bentuk kegiatan program-program yang ada di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. Bukan hanya untuk penggalangan dana atau proses *fundraising*, melainkan juga pendistribusian atau *pentasyarufan* yang dikeluarkan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

Pada *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, calon donatur dapat melihat pilihan menu program dan di dalam menu tersebut calon donatur bisa memilih sesuai apa yang ingin didonasikan, selain itu calon donatur juga bisa melakukan perhitungan *nishab* zakat secara otomatis sesuai jumlah *nishab* zakat yang wajib dikeluarkan dengan melalui *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. Kemudian calon donatur bisa memilih metode pembayaran dan melakukan pengisian formulir, kemudian proses transaksi pembayaran sudah tervalidasi dan akan mendapatkan pemberitahuan melalui *WhatsApp* dan *gmail* yang sudah di isi di kolom formulir secara otomatis.

Menurut hasil analisis peneliti, dalam penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah melalui *website* milik NU-

CARE LAZISNU Kota Semarang yang dikelola langsung oleh divisi *fundraising* dan divisi IT telah melakukan upaya-upaya bersama untuk menarik calon donatur dengan selalu mengupdate informasi dan menambah fitur-fitur *website* milik LAZISNU Kota Semarang sehingga para calon donatur bisa merasa lebih aman dan nyaman aman melakukan penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah ke LAZISNU Kota Semarang. Dan dalam proses penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah melalui *platform website* LAZISNU Kota Semarang sudah bisa mencapai target dana penghimpunan yang sudah ditentukan.

Melalui *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang calon donatur bisa melihat hasil perolehan dana penghimpunan zakat, infaq dan shadaqah yang selalu *diupdate* dalam hal ini NU-CARE LAZISNU Kota Semarang selalu transparansi mengenai hasil perolehan penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah.

2) *Social media* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

LAZISNU Kota Semarang menggunakan sosial media sebagai *platform* untuk mempromosikan dan menyebarkan informasi tentang berbagai inisiatif pemberdayaan yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Semarang.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti dan sudah dipaparkan pada bab sebelumnya bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang memiliki 3 (tiga) *platform* media sosial yang dimanfaatkan untuk mengedukasi dan berkomunikasi kepada calon donatur atau masyarakat luas, juga untuk mensosialisasikan program-program yang dimiliki oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang untuk menarik minat calon donatur dalam menyalurkan dana zakat, infaq dan

shadaqah, yang aktif dan dikelola LAZINU Kota Semarang antara lain yaitu:

a) *Instagram*

Menurut hasil pemaparan dari staff IT NU-CARE yang telah peneliti sajikan di bab sebelumnya bahwa LAZISNU Kota Semarang sebuah *platform* sosial media *instagram* menjadikan daya tarik minat calon donatur dengan tersedianya informasi terupdate dan isi content yang memiliki nilai edukasi calon donatur untuk mempercayakan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sebagai lembaga amil yang kreatif, inofatif dan transparan dan juga menjadi media komunikasi atau penghubung antara lembaga dan calon donatur. Hal ini juga bertujuan sebagai salah satu upaya NU-CARE LAZISNU Kota Semarang untuk lebih menjangkau dan memperkenalkan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang kepada masyarakat luas.

Dapat ditarik kesimpulan diatas bahwasanya NU-CARE LAZISNU Kota Semarang memiliki akun *instagram* resmi yang dikelola langsung oleh devisi IT NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dengan selalu aktif mensosialisasikan program-program NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dengan menyajikan konten-konten yang menarik untuk pemberitaan informasi dan edukasi, serta mempromosikan program-program kepada calon donatur atau masyarakat luas.

b) *Facebook*

Menurut hasil pemaparan narasumber yang sudah peneliti jelaskan pada bab sebelumnya bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam menjalankan metode *indirect* (tidak langsung) NU-CARE LAZINU Kota

Semarang juga memanfaatkan platform sosial media *facebook* sebagai:

- 1) Alat untuk berkomunikasi kepada calon donatur
- 2) Mempromosikan beberapa program-program zakat, infaq dan shadaqah

Pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang mengoprasikan akun sosial media *facebook* oleh orang yang bakat dan profesional mengenai *copywriter*. Dalam hal ini sosial media *facebook* yang dimiliki NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah baik.

c) *Twitter*

Akun resmi *Twitter* “LAZISNU Kota Semarang” dikelola langsung oleh divisi IT NU-CARE LAZISNU Kota Semarang akun ini dibuat untuk digunakan menyebarkan informasi, mengedukasi dan diskusi. Sehingga masyarakat atau muzaki dapat berperan aktif dan berinteraksi dengan pihak NU-CARE LAZISNU Kota Semarang melalui *platform* media sosial ini.

Menurut hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dalam mengelola dan mengoperasikan media sosial *twitter* ini sepenuhnya belum bisa maksimal karena LAZISNU Kota Semarang lebih aktif di *platform* media sosial instagram. Seharusnya menurut peneliti LAZISNU Kota Semarang dalam mengelola media sosial khususnya *twitter* ini membuat atau memposting konten yang sama ke media sosial meskipun berbeda *platform* hal ini bisa menjadikan lebih aktif dan maksimal lagi jika dijalankan dan donatur semakin mengenal LAZISNU Kota Semarang sebuah lembaga yang selalu aktif dalam bermedia sosial.

3) *E-Wallet*

Berdasarkan data peneliti yang sudah peneliti paparkan di bab sebelumnya bahwa NU-CARE LAZINU Kota Semarang menawarkan dan menyediakan *platform* opsi lain selain transfer bank kepada calon donatur yang ingin membayar zakat, infaq dan shadaqah dengan melalui *E-Wallet*. NU-CARE LAZISNU Kota Semarang berkolaborasi dengan salah satu mitra yaitu: LinkAja, LinkAja Syariah, OVO, Dana, GoPay, ShopeePay, dan *Mobile banking* BSI.

Menurut temuan peneliti yang sudah dikemukakan sebelumnya bahwa strategi *fundraising* dalam menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah teknologi digital sudah dimanfaatkan oleh LAZISNU Kota Semarang juga lembag-lembaga amil lainnya dalam aktivitas *fundraising-nya*, akan tetapi menurut peneliti dalam menjalankan strategi *in direct* (tidak langsung) khususnya pemanfaatan sosial media ini dalam target komunikannya lebih bisa difokuskan lagi dan sebisa mungkin dibedakan. Misalnya *Instagram, Facebook* dan *Twitter* bisa difokuskan menyajikan konten-konten untuk kalangan milenial sedangkan khusus *platform Whatsapp* bisa difokuskan untuk kalangan yang lebih tua atau diatas 50 tahun, sehingga kalangan tua ini juga bisa ketreatment terkait konten-konten atau informasi terupdate dari LAZISNU Kota Semarang.

3. Pengelolaan dan Penjagaan Donatur

Pengelolaan donatur dilakukan oleh sebuah lembaga amil dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah donasi, mengarahkan donatur untuk berdonasi dan menaikkan status donatur menjadi donatur tetap. Menurut hasil pemaparan narasumber yang sudah peneliti paparkan pada bab sebelumnya bahwasanya NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam menjalin hubungan baik dengan donatur memiliki beberapa strategi seperti:

- A. Menyapa para donatur melalui pesa email atau *WhatsApp*
- B. Memberikan informasi terkait program-program yang sedang di jalankan
- C. Mengikutsertakan donatur dalam kegiatan pendistribusian zakat, infaq dan shadaqah

Hubungan baik antara lembaga dengan donatur tentunya harus dioptimalkan dengan upaya strategi yang telah dilakukan dari pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, selain memberikan fasilitas atau wadah untuk penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah kepada donatur akan tetapi LAZISNU Kota Semarang juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain saat memberikan layanan kepada donatur, dalam hal ini dapat memberikan dampak hubungan yang baik dan memiliki rasa aman dan nyaman antara NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dan donatur dalam penghimpunan dan pendistribusian zakat, infaq dan shadaqah yang profesional dan transparan.

4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan Evaluasi merupakan upaya untuk mengawasi pelaksanaan kegiatan penggalangan dana dan mengevaluasi seberapa evektifitasnya berjalan. Berdasarkan pemaparan narasumber yan peneliti sudah paparkan pada bab sebelumnya bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam mengadakan kegiatan monitoring dan evaluasi diadakan setiap minggu dan setiap akhir bulan dengan adanya monitoring dan evaluasi ini menurut peneliti sangat penting untuk dilakukan karena sebagai upaya dalam memantau semua kegiatan penghimpunan, pendistribusian dana zakat, infaq dan shadaqah dan mengukur seberapa jauh keefektivitasan program-program kegiatan yang sudah berjalan di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam kegiatan monitoring dan evaluasi dirasa sudah berjalan baik dan memenuhi prosedur lembaga. Akan tetapi kegiatan monitoring dan evaluasi ini bisa dipertahankan terkait

konsistennya, sehingga dalam penghimpunan dana tidak hanya meningkat tetapi sampai bisa memenuhi target.

Dari hasil analisis peneliti mengenai strategi digital *fundraising* yang di lakukan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada calon donatur untuk membantu penghimpunan dana infaq dan shadaqah. Khususnya pada *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, yang dimana calon donatur dapat melihat pilihan menu program zakat, infaq dan shadaqah, dan di dalam menu tersebut calon donatur bisa memilih sesuai apa yang ingin donator donasikan, selain itu calon donatur juga bisa melakukan perhitungan *nishab* zakat secara otomatis dengan jumlah *nishab* zakat yang wajib dikeluarkan dengan cara mengaksesnya melalui *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. Kemudian calon donatur bisa memilih metode pembayaran, kemudian proses pembayaran selesai, dan akan ada pemberitahuan pembayaran secara otomatis dikirim melalui email atau Whatsapp oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dan melalui *website* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang calon donatur juga bisa melihat hasil penghimpunan dana zakat infaq dan shadaqah yang selalu di update untuk informas kepada para donatur.

Dari hasil observasi peneliti mengenai starategi digital *fundraising* di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam memanfaatkan *platform* teknologi digital benar-benar berjalan baik, seperti calon donatur atau *muzzaki* masih relatif rendahnya dengan literasi digital dan kurangnya tenaga teknis dalam mengoperasikan fundraising melalui teknologi digital. Meskipun masih ada beberapa yang belum memahami dalam hal membayar zakat secara digital, tetapi dalam penggunaan strategi digital *fundraising* yang telah dijalankan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah bisa dikatakan cukup baik rata-rata yang menggunakan masih usia milenial usia dibawah 50 tahun, sedangkan usia diatas 50 tahun ada beberapa yang masih menggunakan metode *indirect* dengan metode jemput bola atau calon

donatur secara langsung datang ke kantor NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

Menurut peneliti Lembaga NU-CARE LAZISNU Kota Semarang tetap harus berupaya dan mempunyai inovasi atau keunikan yang baru sehingga bisa memberikan kemudahan dan kepercayaan kepada calon donatur secara profesional supaya tertarik untuk terus menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqahnya melalui *platform-platform* digital yang sudah disediakan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang untuk memfasilitasi calon donatur

Dari hasil analisis dan pembahasan yang sudah dipaparkan di atas, merujuk dari hasil wawancara bisa disimpulkan bahwa strategi fundraising yang ada di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang memiliki dua metode pengumpulan zakat, infaq dan shadaqah yaitu *direct* (langsung) *in direct* (tidak langsung) bahwa dalam penggunaan metode *in direct* (tidak langsung) lebih di dukung dan memiliki manfaat yang lebih daripada menggunakan metode *direct* (langsung) dikarenakan dalam pelaksanaannya lebih efisien dan praktis menggunakan metode *in direct* melalui *platform* digital.

B. Analisis Efektivitas Digital Fundraising Zakat, Infaq dan Shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang

Lembaga bisa dikatakan berjalan dengan baik ketika ada tujuan yang hendak dicapai. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut memiliki taraf pengukuran pencapaian atau disebut dengan efektivitas. Efektivitas adalah dengan memiliki ukuran yang menyatakan sejauh mana target yang ingin dicapai

Efektivitas digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang setelah menerapkan sistem pembayaran zakat, infaq dan shadaqah melalui *platform* teknologi digital dapat dikatakan efektif karena sudah memberikan progres dan peningkatan dalam hal *fundraising* atau pengumpulan dana zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. Berdasarkan hasil observasi dan

wawancara yang peneliti lakukan, maka peneliti akan mencari titik efektivitasnya hal ini sesuai pada teori yang peneliti sudah sajikan di bab sebelumnya yang dikemukakan oleh Rchard M Strees mengenai teori efektivitas antara lain:

1. Produktivitas

Produktivitas merupakan ukuran dalam pencapaian tujuan yang dapat diukur sampai sejauh mana target yang sudah ditetapkan. Dalam penelitian ini terkait yang dimaksud pencapai adalah sejauh mana target yang sudah ditetapkan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dan jumlah dana yang diperoleh sudah sampai target yang ditentukan.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti terkait produktivitas di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah mencapai angka produktivitasnya. Berdasarkan dari data yang tertera pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa penghimpunan melalui *platform* digital mengalami progres kenaikan yang sangat signifikan dan sangat efektif, karena sudah memenuhi target yang di inginkan, hal ini dapat dibuktikan dari empat bulan terakhir ini, yaitu pada bulan November 2022 sampai Februari 2023 sedangkan target yang ditentukan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang 100 juta dengan jangka waktu satu tahun.

2. Kemampuan Beradaptasi

Kemampuan Beradaptasi adalah kemampuan organisasi menyesuaikan dengan sekelilingnya atau lingkungan sekitar. Dalam kemampuan beradaptasi perlu diperhatikan mengenai tanggap dalam menjawab era yang semakin canggih hal ini organisasi atau lembag perlu diperhatikan dengan cara memperbaiki permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi organisasi atau lembaga tersebut. dalam penelitian ini menekankan terkait apakah strategi digital *fundraising* yang dijalankan oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah diterima masyarakat sekitar atau calon donatur.

Berdasarkan hasil observasi peneliti bahwa banyaknya donatur juga menentukan keefektifitasan dalam proses *fundraising* diketahui bahwa *muzzaki* atau donatur yang menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqah melalui *platform* digital tercatat sebanyak 1117 donatur. Seluruh hasil penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah NU-CARE LAZISNU Kota Semarang melalui *platform* digital yaitu (*Website* NU-CARE LAZISNU Semarang, *E-Commerce*, *E-Wallet*)

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemanfaatan menggunakan teknologi digital dapat berdampak positif bagi calon donatur atau masyarakat sehingga dalam proses *fundraising*-nya mengalami peningkatan yang sangat substansial, menurut peneliti hal ini bisa menjadi motivasi bagi NU-CARE LAZISNU Kota Semarang supaya terus mempertahankan dan meningkatkan jumlah donatur disetiap bulannya dengan cara memperbanyak berkolaborasi dengan mitra *platform* pembayaran digital lainnya.

3. Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja bukan tentang seberapa keras atau baiknya seseorang bekerja, ini tentang seberapa besar mereka menyukai pekerjaan tertentu. Kepuasan kerja mengacu pada perasaan dan sikap individu terhadap pekerjaan itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya bahwa kendala seperti tidak tercapainya target dalam penghimpunan sebelum NU-CARE LAZISNU Kota Semarang memanfaatkan digital, ini tentu normal dalam sebuah perusahaan, ada pasang surutnya apalagi ini adalah lembaga kemasyarakatan yang bergerak untuk kemaslahatan sosial. Jadi konsep target semacam itu belum bisa efektif, sebab masih dalam pengelolaan yang sifatnya masih sukarela kesadaran dengan niatan menghidupi lembaga berpayung naungan Nahdlatul Ulama' dan para pengurus belum bisa

full time dalam melaksanakan tugasnya, karena ada beberapa kesibukan masing-masing.

Menurut hasil observasi dan analisis yang peneliti lakukan terkait strategi digital *fundraising* pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, masih perlu adanya perumusan kembali mengenai *mapping* strategi penggunaan teknologi yang lebih inovatif dalam mengelola calon donatur supaya menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih LAZISNU Kota Semarang sebagai lembaga yang profesional dalam menghimpun dan mendistribusikan dana zakat, infaq dan shadaqah. Hal ini karena kendala utama ialah kemampuan bagi NU-CARE LAZISNU Kota Semarang untuk menciptakan kesadaran dan mengembangkan komitmen di kalangan calon donatur yang masih enggan dalam membayar zakat, infaq dan shadaqah melalui teknologi digital.

4. Pemberdayaan Sumber Daya

Pemberdayaan sumber daya adalah metode dalam mengukur sebuah potensi lembaga untuk meningkatkan dan mengembangkan dalam melayani calon donatur. Dengan adanya sumber daya manusia yang memiliki skil kreativitas dan memiliki kemampuan serta pengalaman yang memadai maka kegiatan dalam lembaga tersebut bisa berjalan lancar dan terarah sesuai arah tujuan yang sudah ditentukan

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan yang peneliti lakukan langsung di kantor NU-CARE LAZISNU Kota Semarang. Seharusnya menurut peneliti dari segi Sumber Daya Manusia (SDM) masih banyak yang perlu dievaluasi, misal dalam devisi *fundraising* membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memang mumpuni dibidang marketing sehingga sebisa mungkin para pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang bisa memaksimalkan tugas itu sehingga bisa terkelola dengan baik meskipun itu tidak secara *full time* dengan begitu akan lebih maksimal dalam melaksanakan dan mengemban amanat dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab

dalam melakukan kegiatan *fundraising*, dan pendistribusian dana zakat, infaq dan shadaqah.

NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam memanfaatkan teknologi digital sudah berjalan baik dengan terpenuhinya empat elemen tentang teori eektivitas yang dikemukakan oleh ahli yakni Rchard M Strees menunjukan bahwa target penghimpunan dana zakat, infaq dan shadaqah dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan oprasional *fundraising* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah bisa dikatakan berjalan efektif. Meskipun ada beberapa kendala terkait SDM di dalam lembaga NU-CARE LAZISNU Kota Semarang namun sudah bisa dikatakan efektif karena dalam *fundraising*-nya sudah bisa memenuhi target yang ditentukan, hal ini dibuktikan dengan hasil penghimpunan melalui *platform* digital yang sudah memperoleh dana pengihimpunan melebihi target yang sudah ditentukan dalam pertahunya oleh NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah di NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah memanfaatkan dan menerapkan media digital sebagai proses *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah sudah mendapatkan respon positif bagi *muzzaki* atau calon donatur meskipun dalam pelaksanaan *fundraising* atau penghimpunan LAZISNU Kota Semarang masih menggunakan metode *direct* (langsung) dengan *Face to Face* atau datang langsung ke kantotr LAZISNU Kota Semarang. Tetapi dalam pelaksanaan metode *in direct* (tidak langsung) melalui teknologi digital sudah berjalan dengan baik sebagai wadah penyaluran dan pembayaran zakat, infaq dan shadaqah melalui teknologi digital.
- b. Epektifitas dari penerapan media digital NU-CARE LAZISNU Kota Semarang dalam proses *fundraising*-nya dapat memberikan peningkatan yang sangat signifikan. Hal tersebut bisa dilihat dari data yang sudah peneliti paparkan pada bab sebelumnya, menyatakan bahwa keefektivitasan digital *fundraising* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sangat efektif dan efisien karena sudah memenuhi target yang ditetapkan dapat dilihat dari dana yang diperoleh LAZISNU Kota Semarang sesudah menggunakan teknologi digital yakni sebesar 154 juta sedangkan target yang ditentukan oleh LAZISNU Kota Semarang yaitu 100 juta jangka waktu dalam satu tahun. Keefektivitasan juga dapat ditentukan dengan banyaknya donatur dan

juga dapat dilihat dari program-program yang ada di situs *website* resmi LAZISNU Kota Semarang.

B. Saran

Dalam penelitian ini sepenuhnya belum sempurna, banyak hal-hal yang peneliti lakukan masih belum lengkap secara penuh. Maka, sebagai peneliti sangat mengharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan lebih teliti dan mendalam. Semoga bisa memberikan manfaat untuk peneliti selanjutnya yang menjadikan skripsi ini sebagai bahan referensi penelitian.

Peneliti mencoba menyampaikan saran berdasar analisis yang telah dilakukan sebelumnya, berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti memberikan beberapa saran untuk NU-CARE LAZISNU Kota Semarang untuk membangun dan meningkatkan dalam proses *fundraising* melalui teknologi digital antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga NU-CARE LAZISNU Kota Semarang
 - a. Perlu adanya perumusan kembali mengenai *mapping* strategi penggunaan teknologi yang lebih inovatif dalam mengelola calon donatur supaya menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih LAZISNU Kota Semarang sebagai lembaga yang profesional dalam menghimpun dan mendistribusikan dana zakat, infaq dan shadaqah.
 - b. Perlu adanya sosialisasi terus menerus kepada masyarakat tentang pembayaran zakat, infaq dan shadaqah bahwa NU-CARE LAZISNU Kota Semarang sudah menerapkan metode digital dalam proses *fundraising*
 - c. Mengoptimalkan penyajian konten yang menarik masyarakat atau memberikan edukasi ke masyarakat melalui konten secara terjadwal dan tidak monoton sehingga selalu *up to date*

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa banyak sekali kekurangan mengenai pembahasan strategi digital *fundraising* zakat, infaq dan shadaqah pada NU-CARE LAZISNU Kota Semarang ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar lebih mendalam dan memperbanyak referensi, sehingga peneliti mengharapkan kekurangan-kekurangan tersebut dapat dijadikan sebagai kajian untuk peneliti selanjutnya

C. Penutup

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, karena atas izin-Nya telah memberikan segala rahmat-Nya kepada peneliti sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa peneliti haturkan kepada junjungan Nabi agung besar Nabi Muhammad SAW, yang selalu peneliti nanti-nati syafa'atnya kelak di hari kiamat nanti. Dan terimakasih peneliti haturkan kepada pihak yang telah ikut mendukung, membimbing dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini sampai selesai yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Peneliti berharap, skripsi ini dapat berguna bagi peneliti, pembaca maupun masyarakat umum lainnya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat dan keberkahan bagi kita.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Akbar Wahyu, Tarantang Jefry, *Manajen Zakat (Hakikat dan Spirit Al-quran Surah At-Taubah [9]:103)* Yogyakarta K-Media, 2018.
- Anggito, Albi & Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: Cv Jejak, 2018.
- Azwar, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- BAZNAS, *Statistik Zakat Nasional 2022*, Jakarta, Indonesia: BAZNAS-Sub Divisi Pelaporan 2022.
- Creswell. J.W., *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Departemen Agama Replubik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Jakarta: PT. Intermasa, 1986.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Effendi Uchana Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999.
- Garha Ilmu, 2011.
- Habies Musa, Najib Muhamad, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, Jakarta: Oriza, 2011.
- Hafidudhin, Didin, *Membangun Peradaban Zakat*, Jakarta: IMZ, 2006.
- Hamid Abidin, *Membangun Kemandirian Perempuan Potensi dan Pola Derma Untuk Pemberdayaan Perempuan, serta stratetegi Penggalangannya*, Depok: Piramedia, 2009.
- Hasan Iqbal M, *Pokok-pokok Materi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor. Ghalia Indonesia, 2002.
- Hasan Mohamamd, *Manajemen Zakat: Model Pengelolaan Yaang Efektif*, Yogyakarta: Idea Pres, 2011.
- Hikmat Mahi, *Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, Yogyakarta:

- Kardiman M, *Pengantar Ilmu Manajemen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama , 1992.
- Kementerian Agama, *Manajemen Pengelola Zakat*, Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam, Departemen Agama Ri, 2009.
- Kodrat Sukardi David, *Manajemen Eksekusi Bisnis*, Edisi Kedua Yogyakarta: BPFE, 1998.
- M. Richard. Streers, *Efektivitas Organisasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Mulyasa. E, *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep Strategi dan Implementasi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2004.
- Nasrullah Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rektama Media, 2015.
- Nurbini, *Pengelolaan Zakat Fitrah di Masjid (Studi Kasus Pada Masjid-Masjid di Kecamatan Ngaliyan)*, Semarang: UIN Walisongo Semarang 2015.
- Purwanto April, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Yogyakarta: Teras, 2009.
- Q.S. At-Taubah [9]: 71, *Al-Qur'an Terjemah Per-Kata*, Bandung Syaamil Al-Qur'an, 2007.
- Qardhawi Yusuf, *Musyakilah Al-Faqr wakafia, Aalajaha al-Islam, terj. Syafril Halim dalam "Kiat Islam Mengentaskan Kemiskinan*, Jakarta : Gema Insansi Prees, 1995.
- Rochaety Eti dan Tresnati Ratih, *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Rafi'udin dan Abdul Djalil Manna, *Prinsip Dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 1997.
- Sani, M Anwar, *Jurus Menghimpun Fulus: Manajemen Zakat Berbasis Masjid*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Santoso Teguh, *Marketing Strategic*, Jakarta: Oriza, 2011.

- Siagian Sondang, *Analisis Serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Organisasi*. Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986.
- Steiner George A, Miner John B, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 1997.
- Sunarwan, Dea, *Digital Fundraising for Nonprofit*. Malang: PT. Litera Media Tama, 2020.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- UPZ IAIN Madura, *Zakat dan Pengelolaannya*, Batu: Literasi nusantara, 2019.
- Wahyudi Sri Agustinus, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*, Medio: Binarupa Aksara, 1996.
- Widiastuti Tika, Herianingrum Sri, Zulaikha, *Ekonomi dan Manajemen Ziswaf (Zakat, Infaq dan Shadaqah, Wakaf)*, Surabaya: Airlangga University Press, 2022.
- Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & praktis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.

Referensi Jurnal

- Arsam, "Monitoring dan Evaluasi Dakwah (Studi Terhadap kegiatan "Dialog Interaktif" Takmir Masjid Ash- Shiddiq.", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 1, (2013).
- Basco, John, "Digital Fundraising Strategies for Nonprofit Marketing Leader in International Markets." *Dissertation Abstract Onternational Section A: Humanities and Social Science* 79.12-A(E). (2018).
- Hidayah Nur Ririn, "Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat Infaq Shadaqah Wakaf (ZISWAF).", *Jurnal Raden Fatah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam*, Vol. 6, No.. 1, (2017).
- Huda Miftahul, "Model Manajemen Fundraising Wakaf, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo.", *jurnal Intelegensi*, Vol. 3, No. 1, Januari, (2013).

- Kalida Muhsin, “Fundraisng dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan.”, *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Vol V, NO. 2. , (2004).
- Marfua’ah Usfiyatul, Shadiqin Aji M., “Fundraising dalam Lembaga Filantropi Islam.”, *Journal Of Islamic Management*, Vol. 2, No. 1, Januari, (2022).
- Muhajarah Kurnia, Hakim Lukmanul, “*Promoting Halal Tourism: Penggunaan Digital Marketing Communication* dalam Pengembangan Destinasi Wisata Masjid.”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, Vol. 02No.01 Bulan Januari (2021).
- Munawar Zaid, “Filantropi Islam rumah Sabilillah dan Penanaman Karakter Kepedulian Sosial Pada Siswa SDIT An Najah Janitom Klaten.”, *Elementary Jurnal*, Vol.4, No.2, Januari-jnui,(2018).
- Nazalah Khairan, “Analisis Pengelolaan Zakat, Imfaq dan Sedekah (ZIS) Untuk meningkatkan Ekonomi Dhuafa.”, *At-Tawassuth*, 1 Januari-Juni, (2019).
- Rosalina Iga, “Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan”. *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Vol.01 No 01, Februari, 2012.
- Wahyuningrum Asri, Anasom, Tohir Yuli, “Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah.” *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 35, No. 2, Juli-Desember (2015).
- Widyaningrum, Premi Wahyu, “Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang.”, *Al Tijarah 2*, No. 2, (2016).

Lampiran 1

No	Pertanyaan Wawancara Pengurus NU-CARE LAZISNU Kota Semarang	Jawaban
1.	Bagaimana latar belakang berdirinya LAZISNU Kota Semarang?	NU CARE-LAZISNU berdiri pada tahun 2004 sebagai sarana untuk membantu masyarakat, sesuai amanat muktamar NU yang ke-31 di Asrama Haji Donohudan, Boyolali, Jawa Tengah. NU CARE secara yuridis-formal dikukuhkan oleh SK Menteri Agama No. 65/2005 untuk melakukan pemungutan Zakat, Infak, dan Sedekah kepada masyarakat luas kemudian diperkuat dengan SK PP LAZISNU Nomor: 091/LAZISNU/II/2017, yang selanjutnya diberi nama NU-CARE LAZISNU Kota Semarang.
2.	Apa visi misi dari LAZISNU Kota Semarang?	Untuk Visi NU-CARE LAZISNU sendiri yaitu Bertekad menjadi lembaga pengelola dana masyarakat (zakat, Infaq, shodaqoh, CSR & dana sosial lainnya) yang di dayagunakan secara amanah dan profesional untuk kemandirian umat. Dan Misi NU-CARE LAZISNU Mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, Infaq dan shodaqoh dengan rutin dan tepat sasaran. Mengumpulkan atau menghimpun dan mendayagunakan dana zakat infaq dan shodaqoh secara profesional transparan tepat guna dan tepat sasaran.

		Menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat guna mengatasi problem kemiskinan pengangguran dan minimnya akses pendidikan yang layak.
3.	Bagaimana metode fundraising yang diterapkan di LAZISNU Kota Semarang dalam menggalang dana ZIS?	LAZISNU Kota Semarang memiliki metode dengan cara melakukan pelayanan jemput bola artinya, ada petugas yang datang langsung kepada calon donatur untuk melakukan penggalangan dana, selain itu layanan pembayaran zakat, infaq dan shadaqah masih bisa dilakukan langsung dikantor LAZISNU Kota Semarang. Metode indirect (tidak langsung) Metode ini dilakukan LAZISNU Kota Semarang dengan cara menghimpun atau menggalang dana melalui platform digital (online).
4.	Bagaimana mekanisme pembayaran ZIS melalui teknologi digital?	“Untuk mekanisme pembayaran zakat melalui teknologi digital LAZISNU Kota Semarang sejauh ini baru menerapkan metode pembayaran melalui website dan Kode QRIS.
5.	Sejak saat ini, LAZISNU Kota Semarang sudah berkerja sama dengan instansi dan beberapa platform digital?	Dari LAZISNU Kota Semarang sendiri sampai saat ini sudah bekerjasama dengan beberapa instansi seperti: PR. SUKUN, MTT (Majelis Telkomsel Taqwa), BSI (Bank Syariah Indonesia), Bank Jateng, BTN, maupun BTN Syariah, BRI dan GKN (Gedung Keuangan Negara). LAZISNU Kota Semarang juga telah membuktikan keahliannya dalam memanfaatkan teknologi digital yang memudahkan untuk calon donatur dalam mengakses website LAZISNU Kota Semarang, terutama bagi anak muda sehingga informasi terkait fundraising anak muda cepat menerimanya.
6.	Siapa saja sasaran LAZISNU Kota Semarang dalam pembayaran ZIS melalui	“Sasaran atau target fundraising LAZISNU Kota Semarang adalah yang paling utama usia-usia muda (milenial) dan kalo bisa

	teknologi digital?	sampe usia orang tua.
7.	Kendala apa saja yang dihadapi dalam menjalankan teknologi digital untuk proses fundraising dana ZIS?	“Kendala yang dialami saat melakukan kegiatan fundraising melalui teknologi digital adalah kurangnya pengetahuan masyarakat dalam mengetahui metode pembayaran ZIS melalui teknologi digital khususnya usia tua, karena selama ini yang menjadi muzzaki di LAZISNU Kota Semarang rata-rata di usia tua. Jadi itu salah satu kendala yang kami hadapi saat melakukan aktivitas fundraising dengan metode digital. Dari kendala itu disini kami bukan berarti menjadi masalah yang serius bagi kita tetapi ini menjadi tantangan bagi kami bagaimana LAZISNU Kota Semarang bisa menyelesaikan permasalahan seperti ini, karena setiap masalah pasti akan ada solusinya
8.	Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada calon muzzaki melalui teknologi digital?	“ketika muzzaki akan melakukan pembayaran ZIS melalui teknologi digital khususnya melalui website LAZISNU Kota Semarang, muzzaki dapat melihat pilihan menu program ZIS, dan di dalam menu tersebut muzzaki bisa memilih sesuai apa yang mereka akan donasikan, dan muzzaki juga bisa melakukan perhitungan nisab zakat secara otomatis berapa zakat yang harus dikeluarkan dengan melalui website LAZISNU Kota Semarang. Kemudian muzzaki bisa memilih cara pembayaran,

		kemudian proses pembayaran selesai, dan akan ada pemberitahuan pembayaran ZIS secara otomatis dikirim melalui email atau Whatsapp oleh LAZISNU Kota Semarang.
9.	Berapa target fundraising LAZISNU Kota Semarang pertahun?	LAZISNU Kota Semarang pernah memiliki target tertentu dalam mencari donatur, tetapi dengan jatuh tempo sekian waktu tidak sesuai dengan target yang sudah ditentukan, namun dengan dibantunya dengan proses penghimpunan melalui digital alhamdulillah LAZISNU Kota Semarang bisa memenuhi target dalam penghimpunannya”.
10.	Sejauh mana efektifitas dalam kegiatan fundrasing dengan adanya peran digital?	Di LAZISNU Kota Semarang dalam melakukan sesuatu kegiatan pasti mengalami kendala khususnya dalam kegiatan fundraising-nya untuk dapat memecahkan kendala tersebut LAZISNU Kota Semarang melakukan monitoring dan evaluasi, melaksanakan kegiatan evaluasi mingguan dan juga melakukan evaluasi setiap akhir bulan dengan harapan untuk mengetahui kinerja kepengurusan dari beberapa devisi dan manajer Dan dalam proses monitoring dan evaluasi LAZISNU Kota Semarang selalu menekankan kepada para pengurus untuk lebih semangat kerja, memotivasi satu sama lain dan meningkatkan kreativitas kepada para pengurus LAZISNU Kota Semarang agar

		memberikan citra yang baik dari masyarakat khususnya calon donatur.
11.	Platform apa saja yang bisa dilakukan calon muzaki dalam pembayaran ZIS?	Di era sekarang teknologi digital telah mengubah proses segalanya menjadi lebih mudah dan praktis terutama dalam proses fundraising yang telah digunakan oleh LAZISNU Kota Semarang dengan menggunakan beberapa platform digital yang kita milik salah satunya Website, media sosial Ig, fb dan twiter bertujuan untuk memudahkan calon donatur dalam membayar zakat infaq dan shadaqah. Dengan pemanfaatan platform digital LAZISNU Kota Semarang mengalami peningkatan dalam penghimpunan dana.
12.	Bagaimana LAZISNU Kota Semarang dalam menjaga para donatur atau mempertahankan kepercayaan muzaki?	LAZISNU Kota Semarang dalam mengelola dan mempertahankan donatur untuk memberikan kepercayaan terus menerus LAZISNU Kota Semarang selalu aktif dalam menyapa donatur tetap dan mempromosikan program-program yang ada di LAZISNU Kota Semarang dengan cara mengirim email atau pesan WhatsApp kepada donatur dan mengikutsertakan atau mengundang donatur untuk ikut serta hadir dalam pendistribusian zakat, infaq dan shadaqah.

Lampiran 2



Gambar 1 : Wawancara dengan Devisi IT NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



Gambar 2 : Wawancara dengan Devisi IT NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



Gambar 3 : Wawancara dengan Ketua NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



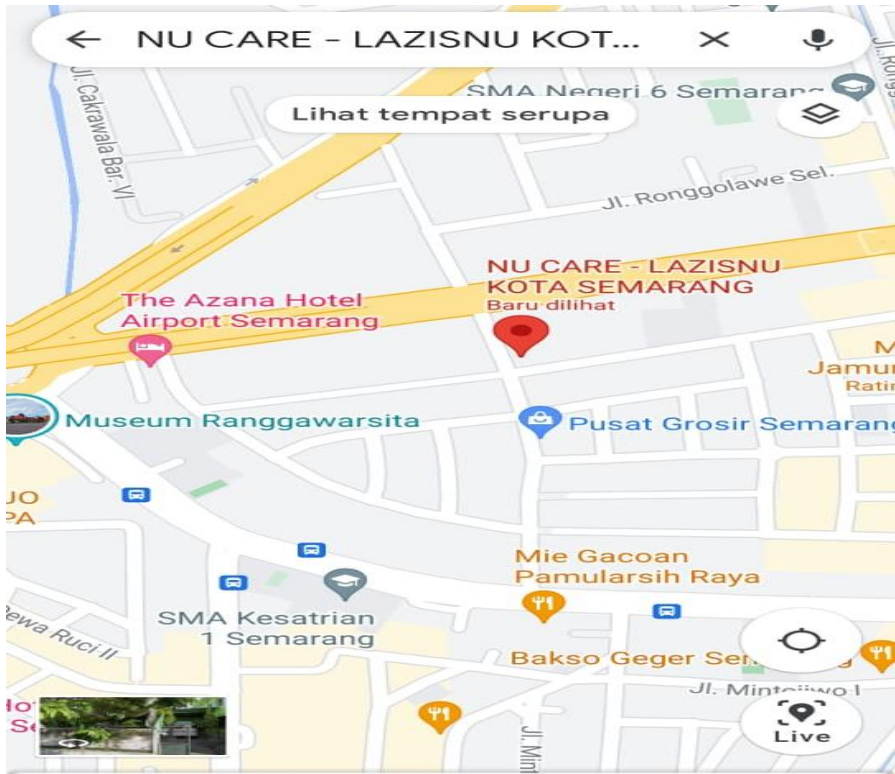
Gambar 4 : Wawancara dengan Devisi *Fundraising* NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



Gambar 5 : Wawancara dengan Devisi Administrasi dan Keuangan NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



Gambar 6 : Kantor NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



Gambar 7 (Lokasi Kantor NU-CARE LAZISNU Kota Semarang)



Gambar 8 Logo NU-CARE LAZISNU Kota Semarang



Gambar 9 : Pendistribusian Dana ZIS Melalui Program Beasiswa Santri



Gambar 10 : Penyaluran Bantuan Program Jamban Sehat Untuk Dhuafa

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhamad Iqbal Fahmi
NIM : 1901036159
Jurusan : Manajemen Dakwah
TTL : Kudus, 6 Juli 2001
No. telepon : 08813799515
Email : iqbalibangg@gmail.com



Riwayat Pendidikan

1. MI NU Khoiriyyah Kudus
2. MTs NU Khoiriyah Kudus
3. MA NU TBS Kudus
4. UIN Walisongo Semarang

Semarang, 7 Maret 2023

Muhamad Iqbal Fahmi

NIM 1901036159