



Strategi *Fundraising* dalam Mengoptimalkan Jumlah Penerimaan Zakat pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang

Muhammad Khaeru Fathurrohman^{1*}, Muhammad Luthfan Karim², and Mohamad Ainun Najib³

¹ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia, 5554200005@untirta.ac.id

² Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia, 5554200032@untirta.ac.id

³ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia, ainun.najib@untirta.ac.id

Article Info

Article history:

Received April 10, 2025

Revised April 30, 2025

Accepted May 27, 2025

Available online June 30, 2025

*Corresponding author email:

5554200005@untirta.ac.id

Phone number: 087771206235

Keywords:

Fundraising Strategy, Optimizing the Amount of Zakat Revenue, LAZ Harapan Dhuafa

Abstract

This research aims to find out the zakat fundraising strategy in optimizing the amount of zakat revenue at LAZ Harapan Dhuafa in Serang City, Banten Province. Descriptive qualitative is the type of this research. Observation, interview, and documentation are part of the data collection methods of this research. Data analysis techniques that can support this research, namely data reduction, data presentation, and conclusion or verification. The findings of this study, LAZ Harapan Dhuafa in implementing fundraising strategies are divided into two, namely direct and indirect. The direct fundraising strategy implemented by LAZ Harapan Dhuafa, namely retail fundraising, pick up zakat, marketing campaigns. While the indirect fundraising strategy implemented by LAZ Harapan Dhuafa, namely promotional activities on social media, websites, and bank transfers or E-Wallets and through the Kitabisa application. In addition, the supporting and inhibiting factors have been identified by researchers. It is necessary for LAZ administrators to continuously socialize and develop effective and efficient zakat fundraising strategies that support the development of the 5.0 revolution era, especially in promotional activities.

DOI: 10.21154/joipad.v5i1.10904

Page: 81-96

JOIPAD Niqosiya with CC BY license. Copyright © 2025, the author(s)

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar ke-2 sekitar 236 juta jiwa setelah negara Pakistan yang dilansir dari data World Population Review (Dwi, 2024). Artinya, persebaran secara merata penduduk muslim di setiap provinsi di Indonesia, seperti Provinsi Banten. Kementerian Agama Provinsi Banten menjelaskan bahwa jumlah penduduk muslim sebesar 10.016.177 jiwa dengan wilayah Kota Serang sebesar 617.051 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2024). Setiap umat muslim memiliki kewajiban dalam menunaikan zakat sebagai bentuk kepatuhan umat Islam kepada Allah Swt. yang tertera dalam Q.S. Al-Baqarah [2]: 43 berbunyi: *"Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk."* (Kemenag, 2019).

Zaenal Abidin Syuja'i sebagai Ketua Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Banten mengungkapkan bahwa potensi zakat di Provinsi Banten sekitar 11,03 triliun dan Kota Serang berada pada urutan ke-6 sekitar 578 miliar. Hal ini berarti jumlah penerimaan zakat setiap tahunnya meningkat (Rienaldi, 2023). Peran zakat bagi masyarakat di Indonesia menjadi alternatif solusi permasalahan yang sedang terjadi di kehidupan sehari-hari melalui program pemanfaatan zakat yang direalisasikan oleh lembaga zakat. Betapa pentingnya strategi *fundraising* dalam mengoptimalkan jumlah penerimaan zakat di Indonesia khususnya Provinsi Banten. Oleh karena itu, perlu bagi lembaga zakat berinovasi dalam mengembangkan strategi *fundraising* guna memanfaatkan sebaik mungkin potensi zakat di Provinsi Banten.

Zakat diartikan harta yang dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha yang sifatnya wajib untuk dibagikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Pasal 1 Tentang Pengelolaan Zakat (BAZNAS, 2024). Fakir, miskin, amil zakat, riqab, muallaf, ibnu sabil, gharim, dan fi sabilillah termasuk ke dalam 8 golongan yang berhak menerima zakat (asnaf). Salah satu bentuk kepatuhan kepada Allah Swt., zakat memiliki hikmah dan manfaat sebagai bagian dari investasi pembangunan sosial yang diperlukan bagi keperluan seluruh umat dan juga sebagai tanda keimanan seorang muslim kepada Allah Swt. yang dapat menumbuhkan akhlak yang mulia dengan rasa kekhawatiran yang tinggi disekitarnya, menghapus sifat kikir, sikap mementingkan harta atau benda, menciptakan kedamaian hidup serta memajukan harta yang dimiliki guna menjaga keseimbangan kesejahteraan umat Islam dengan berpedoman pada ajaran agama Islam (Sahrana & Batubara, 2024).

Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan lembaga yang didirikan oleh masyarakat yang ditugaskan untuk mendukung dalam proses penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat, UU RI Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat (Fathony, 2018). Terbentuknya LAZ bertujuan untuk membantu pemerintah Indonesia dalam mengatasi permasalahan kehidupan sehari-hari masyarakat di Indonesia melalui program pemanfaatan zakat. Strategi *fundraising* diartikan sebagai suatu upaya yang dijalankan oleh pengurus LAZ dalam aktivitas mengoptimalkan dana zakat yang dipergunakan untuk program pemberdayaan mustahik dalam bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi, sosial kemanusiaan, dakwah, dan aktivitas bermanfaat lainnya. Pengurus LAZ perlu menemukan

strategi yang efektif dan efisien dalam melakukan aktivitas promosi dengan maksud untuk memengaruhi muzakki dalam meningkatkan kesadaran, motivasi, dan kepedulian dalam menunaikan zakatnya melalui LAZ (Nugroho et al., 2021). Keberhasilan suatu *fundraising* dana dilihat dari aktivitas pengelolaan dan pemanfaatan dana zakat kepada masyarakat sehingga terciptanya minat masyarakat untuk berzakat (Zuneiroh & Shofiyah, 2023). Secara umum, ada 2 strategi *fundraising* zakat yang digunakan oleh LAZ, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).

LAZ Harapan Dhuafa merupakan lembaga non-profit skala provinsi yang berdiri pada tanggal 25 September 2004 yang ditugaskan untuk menghimpun dana ZISwaf dan memberdayakan kaum dhuafa serta berpartisipasi dalam bidang sosial kemanusiaan melalui pengelolaan dana Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWaf) (lazharfa.org, 2024). LAZ Harapan Dhuafa Provinsi Banten mendapatkan pengesahan pendirian Yayasan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomor AHU-1799.AH.01.04 Tahun 2012. Pencapaian LAZ Harapan Dhuafa pada tahun 2020 telah terpilih dalam kategori pertumbuhan pengumpulan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) terbaik di BAZNAS Award. Hal ini menunjukkan bahwa keseriusan LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang dalam mengoptimalkan jumlah penerimaan zakat melalui strategi *fundraising*.

Temuan dari observasi menunjukkan bahwa terdapat sebuah perbedaan dalam jumlah penerimaan zakat yang terjadi pada tahun 2021-2023. Data dari LAZ Harapan Dhuafa dalam laporan keuangan penerimaan zakat pada tahun 2021 sebesar Rp2.291.125.900 sedangkan pada tahun 2022 meningkat positif sebesar Rp2.334.147.634. Namun, pada tahun 2023 jumlah penerimaan zakat mengalami penurunan sebesar Rp2.246.451.496 (Suwargi, 2024). Hal ini disebabkan karena keberadaan lembaga zakat di Provinsi Banten semakin merajalela yang berimbas pada penurunan dalam jumlah penerimaan zakat di LAZ Harapan Dhuafa. Selain itu, Indonesia memasuki era revolusi industri 5.0 yang belum dimanfaatkan potensi digital secara maksimal oleh LAZ tersebut. Faktor lain juga karena kurangnya kesadaran muzakki dalam berzakat di Provinsi Banten.

Temuan dari penelitian terdahulu dengan hasil bahwa strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Baitulmaal Iltizam Indonesia ada 2 cara, yaitu: 1) Strategi *fundraising* langsung (*offline*), seperti penempatan spanduk dan penyebaran tabung infak dan 2) Strategi *fundraising* tidak langsung (*online*), seperti melalui kanal amal saleh, sosial media, dan rekening bank (Untari & Luthfi, 2023). Selain itu, penelitian lain terdahulu dengan hasil bahwa LAZISMU Kabupaten Jepara menerapkan 2 strategi *fundraising* secara langsung dan tidak langsung, yaitu: 1) Secara langsung, muzakki langsung datang ke kantor LAZISMU Kabupaten Jepara dan 2) Secara tidak langsung, muzakki dapat mentransfer dana ke nomor rekening LAZISMU Kabupaten Jepara (Suparwi et al., 2023). Dari masing-masing hasil temuan terdahulu dalam strategi *fundraising* yang dilakukan oleh kedua lembaga zakat bertujuan untuk memudahkan muzakki dalam proses berzakat.

Oleh karena itu, LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang diharapkan perlu memperhatikan strategi *fundraising* yang efektif dan efisien guna mempermudah dalam proses pengumpulan dana zakat yang *output*-nya dapat mengoptimalkan jumlah

penerimaan zakat. Riset ini bermaksud untuk mengetahui strategi *fundraising* dalam mengoptimalkan jumlah penerimaan zakat pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang. Sehubungan dengan betapa pentingnya potensi zakat bagi alternatif solusi permasalahan masyarakat Indonesia di kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, peneliti telah tertarik untuk mengetahui strategi *fundraising* dalam mengoptimalkan jumlah penerimaan zakat pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang.

KAJIAN LITERATUR

Zakat

Zakat berasal dari kata “*zaka*” yang berarti bertambah dan berkembang. Secara bahasa, zakat berarti *nama’* (kesuburan, tumbuh dan berkembang), *thaharah* (kesucian), *barakah* (keberkahan) dan *tazkiyah, tathhir* (mensucikan jiwa dan harta). Secara istilah, zakat adalah kemampuan harta yang wajib dikeluarkan sesuai ketetapan Allah Swt. kepada setiap muslim yang kompeten memperoleh ridha Allah Swt., berfungsi untuk memurnikan jiwa bagi muzakki dan membantu beban asnaf (Zulkifli, 2020). Dasar hukum zakat terdapat dalam firman Allah Swt. Q.S. Al-Baqarah [2] : 43 yang artinya: “*Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk.*”. Zakat terbagi menjadi 2 jenis, yaitu zakat fitrah (jiwa) dan zakat mal (harta). Syarat wajib zakat bagi, yaitu: 1) Beragama Islam (tidak sah zakat yang dikeluarkan bagi orang kafir); 2) Merdeka (budak tidak wajib menunaikan zakat karena harta budak milik dari tuannya); 3) Mencapai nisab; 4) Milik penuh (Mazhab Syafi’i berpendapat bahwa harta yang dimiliki secara asli, penuh, dan ada hak untuk mengeluarkannya); dan 4) Mencapai haul selama 1 tahun (Mutmainnah, 2020).

Al-Sayyid Salim dalam Abbas (2017) mengemukakan keutamaan dan manfaat dalam berzakat, yaitu: 1) Seseorang yang telah membayar zakat adalah sifat yang baik dimiliki oleh orang-orang penghuni surga. Sebagaimana diterangkan dalam firman Allah Swt. Q.S. Az-Zariyat [51] : 15-19; 2) Muzakki berhak menerima karunia dari Allah Swt. Sebagaimana diterangkan dalam firman Allah Swt. Q.S. At-Taubah [9] : 71; 3) Berzakat dapat memelihara dan memberikan keuntungan dari Allah Swt. untuk muzakki; 4) Allah Swt. memberikan perlindungan kepada muzakki dari terik panas pada hari kiamat; 5) Zakat sebagai pembersih harta dan juga dapat menumbuhkan pintu rezeki bagi muzakki; 6) Berzakat dapat menciptakan berbagai kebaikan dan sebaliknya tidak berzakat akan memutuskan aliran kebaikan dalam kehidupan; 7) Zakat dapat menghapus berbagai kekhilafan dan penebus dosa; 8) Tanda keimanan seorang muzakki dapat dilihat dari kepatuhan terhadap zakat; 9) Zakat dapat membersihkan akhlak dan juga dapat menciptakan perasaan yang tenang; 10) Zakat dapat menjaga harta agar tetap bersih dan mencegah dari perbuatan jahat seperti pencurian atau perampokan; 11) Fungsi zakat sebagai penolong bagi kaum fakir melalui program yang positif dan mereka yang menghajatkannya; 12) Zakat dapat membantu perekonomian masyarakat dan negara agar terbebas dari ancaman krisis ekonomi; 13) Eksistensi zakat adalah sebuah saham yang andil bagi seorang muslim guna untuk kepentingan negara; dan 14) Zakat adalah salah satu bentuk rasa syukur dan nikmat atas harta yang diperoleh dari Allah Swt.

Strategi *Fundraising*

Strategi adalah tahapan dalam menentukan rencana dari pimpinan lembaga yang berfokus pada harapan ke depan, di mana sebelumnya menyusun suatu strategi agar suatu tujuan dari lembaga tersebut tercapai (Ramadhan et al., 2021). *Fundraising* berasal dari kata bahasa Inggris yang artinya pengumpulan uang. Suatu proses aktivitas dalam hal penghimpunan dana ZIS serta sumber daya pendukung lainnya yang diperoleh dari masyarakat baik individu, kelompok, dan lembaga atau perusahaan dengan tujuan menyalurkan dan dimanfaatkan untuk mustahik, dikenal istilah *fundraising* ZIS (Ramadhan et al., 2021). Tujuan dari *fundraising* zakat bagi lembaga zakat adalah untuk menghimpun dana, meningkatkan jumlah muzakki, menaikkan citra lembaga yang positif, menghimpun simpatisan serta pendukung, dan meningkatkan kepuasan donatur (Suparwi et al., 2023).

Strategi *fundraising* dalam mengoptimalkan jumlah penerimaan zakat terbagi menjadi dua, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Strategi *fundraising* secara langsung (*direct fundraising*) adalah upaya dalam penghimpunan dana zakat untuk memperoleh reaksi muzakki secara langsung yang selanjutnya dapat dengan mudah diakomodasi saat itu juga. Sedangkan strategi *fundraising* secara tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah upaya dalam penghimpunan dana zakat untuk memperoleh reaksi muzakki secara tidak langsung yang selanjutnya melalui proses terlebih dahulu untuk diakomodasi. Proses *fundraising* dapat diibaratkan sebagai ruh dalam pengelolaan zakat karena bagaimana dari LAZ mampu memberdayakan masyarakat melalui programnya.

Analisis SWOT

Albert Humphrey merupakan seorang peneliti dari Stanford Research Institute pada tahun 1960-1970 yang mengembangkan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu pendekatan yang sistematis dalam menentukan strategi lembaga dengan mengevaluasi penilaian dari segi faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dan segi faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) yang dapat berpengaruh terhadap operasional lembaga (Jannah et al., 2024). Dalam suatu lembaga, analisis SWOT dapat berkontribusi positif terhadap pencapaian tujuan lembaga secara baik jangka pendek (kemampuan bertahan dan meraih keuntungan) maupun jangka panjang (keberlangsungan). Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi suatu lembaga yang sedang dijalankan dengan mengambil keputusan yang tepat guna meminimalisir hambatan di hari kemudian. 4 elemen dalam analisis SWOT, yaitu: 1) *Strengths* (Kekuatan) adalah faktor internal berupa keunggulan dari lembaga; 2) *Weaknesses* (Kelemahan) adalah faktor internal yang menjadi kelemahan dalam lembaga berupa kualitas lembaga, sarana dan prasarana, dan kepercayaan muzakki; 3) *Opportunities* (Peluang) adalah faktor eksternal yang dapat menguntungkan bagi lembaga; dan 4) *Threats* (Ancaman) adalah faktor eksternal yang berisiko pada keberlangsungan lembaga.

Lembaga Amil Zakat (LAZ)

Lembaga Amil Zakat (LAZ) merupakan lembaga yang didirikan oleh masyarakat yang ditugaskan untuk mendukung dalam proses penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat, UU RI Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat (Fathony, 2018). Amanah, profesional, dan transparan adalah bagian dari prinsip dasar manajemen organisasi pengelola zakat. Pembentukan LAZ wajib mendapat izin Menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh Menteri. LAZ wajib melaporkan secara berkala kepada BAZNAS atas pelaksanaan penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat yang telah diaudit syariat dan keuangan. Fungsi Lembaga Amil Zakat di Indonesia, yaitu: 1) Melakukan perencanaan penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat; 2) Melakukan pelaksanaan penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat; 3) Melakukan pengendalian penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat; dan 4) Melakukan pelaporan dan pertanggungjawaban pengelolaan zakat (BAZNAS, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai jenis penelitian kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif adalah data yang berbentuk kata-kata atau gambar tanpa menekankan pada angka yang telah dikumpulkan oleh peneliti (Nasution, 2023). Dalam penelitian ini, peneliti memberikan informasi mengenai topik yang dibahas secara faktual yang didasarkan pada data-data yang terjamin keasliannya. LAZ Harapan Dhuafa dipilih sebagai lokasi dalam penelitian ini yang beralamat di Jalan Ciwaru Raya, Komplek Pondok Citra I/1B RT 04 RW 18, Kelurahan Cipare, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. Pelaksanaan penelitian dilakukan secara *offline* pada 20-21 November 2022. Data primer dan data sekunder bagian dari sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis strategi *fundraising* dalam mengoptimalkan jumlah penerimaan zakat pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang.

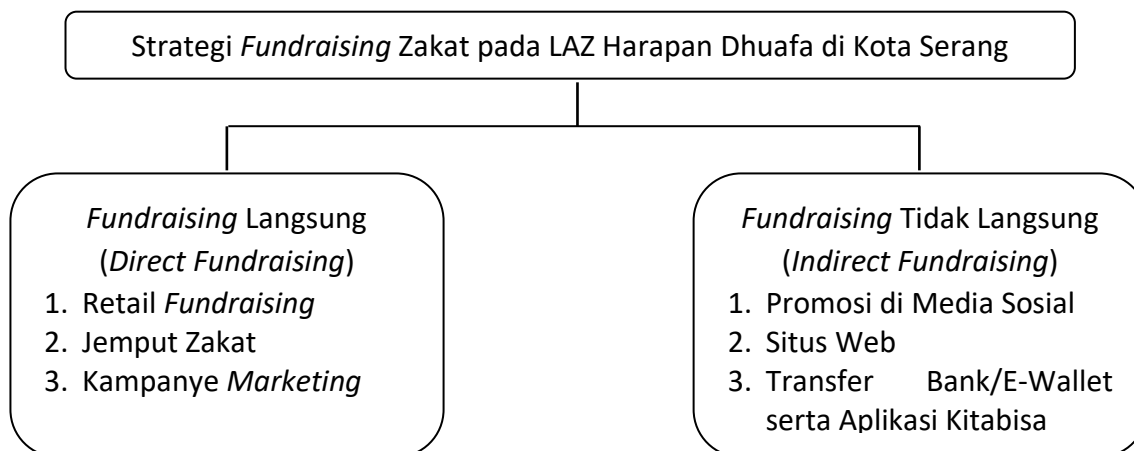
Data primer diperoleh dari wawancara secara *offline* kepada Bapak Marjaya sebagai Kepala Sumber Daya Manusia di LAZ Harapan Dhuafa. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan situs web yang relevan dengan penelitian ini. Observasi, wawancara, dan dokumentasi bagian dari metode pengumpulan data. Teknik analisis data yang dapat mendukung riset ini, yaitu reduksi data atau reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data adalah tahapan pertama yang dilakukan oleh peneliti dalam meringkas dan menyeleksi yang dianggap penting dalam hal pokok. Penyajian data adalah tahapan kedua yang dilakukan oleh peneliti dalam mempresentasikan data guna memahami permasalahan dan kemudian merencanakan kerja. Kesimpulan atau verifikasi adalah tahapan ketiga yang dilakukan oleh peneliti dalam meringkas dan mengonfirmasi yang diperoleh jawaban rumusan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi *Fundraising* Zakat pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang

Pada tahun 2004, LAZ Harapan Dhuafa mulai melakukan penggalangan dana untuk program sosial dan kemanusiaan. Selain zakat, LAZ tersebut juga menghimpun dana melalui

infak, sedekah, wakaf, dan dana sosial lainnya. Strategi *fundraising* dalam mengoptimalkan jumlah penerimaan zakat pada LAZ Harapan Dhuafa terbagi menjadi 2, yaitu secara langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*).



Gambar 1.

Strategi *Fundraising* Zakat pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Strategi fundraising secara langsung (*direct fundraising*) adalah upaya dalam penghimpunan dana zakat untuk memperoleh reaksi muzakki secara langsung yang selanjutnya dapat dengan mudah diakomodasi saat itu juga. Berikut adalah hasil wawancara dengan Bapak Marjaya sebagai Kepala Sumber Daya Manusia pada LAZ Harapan Dhuafa yang mengatakan bahwa: “Upaya dari lembaga kami supaya penerimaan zakat meningkat ada strategi fundraising secara langsung. Di mana upaya secara langsung dilakukan dengan bisa datang langsung ke LAZ, ketika ada acara keagamaan di sekitar sini kami mendirikan gerai zakat, lalu pengurus kami juga menyebarkan kotak amal ke masjid, sekolah, toko, dan acara keagamaan lainnya. Ada program terbaru kami, yaitu jemput zakat bisa datang langsung ke rumah muzakki yang ingin berzakat. Selain itu, kami juga sudah mempromosikan LAZ dan juga zakat melalui spanduk yang ada di pinggir jalan kota terus juga kami bagikan brosur.” (Marjaya, 21 November 2022)

Hasil wawancara di atas mendapatkan petunjuk bahwa strategi *fundraising* secara langsung (*direct fundraising*) yang sudah diterapkan oleh LAZ Harapan Dhuafa, yaitu:

1. Retail *fundraising* (kantor, gerai zakat, dan kotak amal yang menyebar di masjid, sekolah, toko, dan acara keagamaan). Muzakki bisa datang secara langsung untuk berzakat ke kantor LAZ Harapan Dhuafa, LAZ mendirikan gerai zakat dalam acara keagamaan, seperti *tabligh akbar*. Pengurus LAZ menyebarkan kotak amal ke masjid, sekolah, toko, dan acara keagamaan, seperti hari besar keagamaan (Idul Fitri, Idul Adha, Isra Mi'raj, dan Maulid Nabi Muhammad Saw.), pengajian rutin, dan lomba keagamaan.
2. Jemput zakat adalah suatu layanan yang disediakan oleh LAZ guna memudahkan muzakki dalam menunaikan zakatnya. Dengan adanya jemput zakat ini bisa menambah minat muzakki dalam berzakat karena proses yang dinilai sangat mudah, tidak perlu datang langsung ke LAZ dan bagi yang tidak memiliki waktu untuk pergi ke bank tetapi bisa dijemput ke rumahnya. Layanan jemput zakat dinilai lebih efektif dalam peningkatan

jumlah muzakki yang berpengaruh pada jumlah penerimaan zakat dari tahun ke tahun signifikan menurut penelitian yang dilakukan oleh Azisul (2020).

3. Kampanye *marketing* menggunakan spanduk dan brosur. Pengurus LAZ sudah membuat kampanye *marketing* berupa spanduk dipasang di depan dan sekitar kantor LAZ, dan brosur yang disebarakan kepada masyarakat di Wilayah Kota Serang. Selain itu, pengurus LAZ juga melakukan sosialisasi dengan mempresentasikan secara langsung kepada muzakki untuk memberikan pengetahuan. Tujuan dari aktivitas ini guna meningkatkan kesadaran muzakki dalam membayar zakat.

Strategi *fundraising* secara tidak langsung (*indirect fundraising*) adalah upaya dalam pengumpulan dana zakat untuk memperoleh reaksi muzakki secara tidak langsung yang selanjutnya melalui proses terlebih dahulu untuk diakomodasi. Berikut adalah hasil wawancara dengan Bapak Marjaya sebagai Kepala Sumber Daya Manusia pada LAZ Harapan Dhuafa yang mengatakan bahwa: *"Upaya dari lembaga kami supaya penerimaan zakat meningkat ada strategi fundraising secara tidak langsung. Kita bisa memanfaatkan media sosial sebagai aktivitas promosi, media sosial yang kita pakai adalah WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok. Kemudian juga masyarakat bisa melihat situs web dari LAZ Harapan Dhuafa di lazharfa.org disitu sangat lengkap dengan berbagai layanan yang tersedia. Selain itu, kami juga menggunakan via transfer agar lebih memudahkan pada saat ingin berzakat dengan M-Banking dan E-Wallet atau bisa juga dari aplikasi Kitabisa."* (Marjaya, 21 November 2022)

Hasil wawancara di atas mendapatkan petunjuk bahwa strategi *fundraising* secara tidak langsung (*indirect fundraising*) yang sudah diterapkan oleh LAZ Harapan Dhuafa, yaitu:

1. Aktivitas promosi di media sosial (WhatsApp, Facebook, Instagram @laz.harfa, dan TikTok). Aktivitas ini bertujuan untuk mensosialisasikan zakat kepada masyarakat guna meningkatkan minat untuk berzakat.



Gambar 2.
Promosi LAZ Harapan Dhuafa

Sumber: www.lazharfa.org

2. Situs web (www.lazharfa.org). Selain media sosial, situs web juga sebuah wadah untuk berinteraksi dengan masyarakat memperoleh informasi ketika ingin berzakat. Website tersebut berisi visi dan misi, sejarah, struktur organisasi, laporan keuangan, pilihan donasi, program pilihan LAZ Harapan Dhuafa, dan berita terkini. Tujuan dari situs web adalah untuk membangun komunikasi yang baik dan memperoleh informasi lengkap bagi masyarakat.
3. Transfer bank melalui Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Negara Indonesia (BNI), dan Bank BJB Syariah atau E-Wallet (Gopay, ShopeePay, dan OVO) dan aplikasi Kitabisa. Muzakki yang berkeinginan untuk berzakat melalui rekening bank dapat melakukan transfer ke 7105718408 (Bank Syariah Indonesia), 2001616162 (Bank Negara Indonesia), dan 0050301000942 (Bank BJB Syariah). Tujuan dari via transfer sini agar mempermudah proses pembayaran zakat tanpa harus datang langsung ke kantor LAZ.

Berdasarkan analisis di atas, hasil riset ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan dua strategi *fundraising*, yaitu secara langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*). Terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu dari strategi *direct fundraising*, yaitu LAZ Harapan Dhuafa memiliki program Jemput Zakat bukan hanya muzakki datang langsung ke kantor LAZ dan melakukan kampanye *marketing*. Namun, memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu strategi *indirect fundraising*, yaitu aktivitas promosi di media sosial, memiliki situs web, dan via transfer bank. Dengan diterapkannya ke-2 strategi *fundraising* di atas diharapkan bagi LAZ terus berupaya dalam mengembangkan strategi yang dimilikinya dan lebih bagus bisa berinovasi strategi-strategi yang baru.

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam *Fundraising* Zakat pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang

Faktor pendukung adalah suatu keadaan pada LAZ di mana dapat memengaruhi keberlangsungan aktivitas *fundraising* zakat agar tetap berjalan dengan baik. Faktor pendukung dalam *fundraising* zakat pada LAZ Harapan Dhuafa, yaitu:

1. Legalitas LAZ yang jelas. Dengan memiliki aspek hukum yang jelas dapat memudahkan LAZ dalam proses pelaksanaan penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat yang menciptakan kredibilitas dan kepercayaan yang baik dari masyarakat.
 - a. Akta Notaris: HM. Islamsyah Arifin, S.H. Nomor 9 Tanggal 24 Januari 2020
 - b. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Bakesbangpol): 220-12-08/0017/IV/2020
 - c. Badan Wakaf Indonesia (BWI) (Pendaftaran Nadzir): 3.3.00253, Tanggal 17 Juli 2020
 - d. Dinas Sosial: 460/1355/LKS/DINSOS/2020
 - e. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Republik Indonesia (Bimas Islam RI): DJ.III/651 Tahun 2016
 - f. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham): AHU-0002856.AH.01.12.Tahun 2020

- g. Kementerian Keuangan (Kemenkeu): PEM-0003745ER/WJP.08/KP.0103/2012
2. Lokasi LAZ yang strategis berada di wilayah Kota Serang dekat dengan pemukiman penduduk, pusat perbelanjaan, dan lainnya.
 3. Potensi amil zakat milenial yang inovatif dan kreatif yang dibuktikan dengan LAZ Harapan Dhuafa memiliki segudang prestasi. Pada tahun 2022, LAZ Harapan Dhuafa meraih prestasi, yaitu Lembaga Filantropi dengan *Fundraising International* Terbaik pada Ajang Indonesia Fundraising Award (IFA). Pada tahun 2023 juga, LAZ Harapan Dhuafa juga meraih LAZ dengan *Fundraising International* Terbaik dalam Institut Fundraising Indonesia (IFI). Selain itu, LAZ Harapan Dhuafa meraih penghargaan sebagai *Fundraising* Infak dan Sedekah Terbaik Tingkat Provinsi dalam Ajang Indonesia *Fundraising Award* (IFA) tahun 2024.
 4. Potensi digital sudah tercipta dengan memanfaatkan teknologi internet, seperti situs web, media sosial (WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok), via transfer bank dan E-Wallet serta aplikasi Kitabisa.
 5. Berbagai jenis pilihan program pemberdayaan mustahik pada LAZ Harapan Dhuafa (lazharfa.org, 2024), yaitu:
 - a. Program Desa Harapan adalah program untuk membenahi situasi dan kondisi dari masyarakat yang memberikan inisiatif untuk mengawali langkah aktivitas sosial, seperti Kelompok Keuangan Mikro, Pembangunan Jamban melalui Program Community LED Total Sanitation (CLTS) dan Pembangunan Sarana Air Bersih (SAB), Promosi Kesehatan (Promkes), Pemanfaatan Lahan Perkarangan (PLP), Pelatihan Kewirausahaan, Pelatihan Pertanian Organik, dan Pemberdayaan Difabel.
 - b. Program Ekonomi adalah program distribusi dengan melakukan aktivitas pemberdayaan ekonomi bagi para mustahik untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya, seperti Kelompok Keuangan Mikro Perkotaan, Pemberdayaan Ekonomi Mualaf, dan Bantuan Modal Usaha.
 - c. Program Sosial dan Dakwah adalah program distribusi dengan memberikan bantuan sosial keagamaan bagi para mustahik, seperti Santunan Yatim & Dhuafa, Renovasi Rumah, Kajian Bareng Nelayan (KABAYAN), Ngaji Bareng Abang Becak (NGABACA), Sentuhan Hati Mualaf, dan Berbagi Meja Ngaji & Al-Quran.
 - d. Program Kesehatan adalah program distribusi dengan cara memfasilitasi kesehatan bagi mustahik, seperti Pendampingan Kesehatan, Bantuan Biaya Berobat, Ambulan Gratis, dan Khitanan Generasi Harapan.
 - e. Program Pendidikan adalah program distribusi berupa bantuan pendidikan bagi para mustahik, seperti Gerakan Teman Asuh, Beasiswa Generasi Harapan, Kafalah Da'i, dan Harfa Skill Center (HSC).
 - f. Program Distarter dan Humanitarian Relief adalah program pencegahan dan penanggulangan bencana yang terjadi, seperti Sosialisasi & Pelatihan Penanggulangan Risiko Bencana (PRB), Tanggap Darurat Bencana, Disaster Recovery Program, Program Pembangunan Jembatan, Pembangunan Hunian Sementara, Renovasi Tempat

Produktif (Masjid, Mushola, Sekolah, dan Pesantren), Bantuan Fasilitas Usaha, Trauma Healing, dan Pendampingan Belajar Anak.

- g. Program Khusus adalah program yang dilaksanakan pada Bulan Ramadhan, seperti Kado Ceria Lebaran, THR Guru Ngaji, Takjil On The Road, Qurban untuk Warga Pelosok, Qurban untuk Mualaf Baduy, dan Qurban untuk Warga Binaan.

Faktor penghambat adalah suatu keadaan pada LAZ di mana mengalami keterlambatan yang dapat berpengaruh negatif terhadap keberlangsungan aktivitas *fundraising* zakat. Faktor penghambat dalam *fundraising* zakat pada LAZ Harapan Dhuafa, yaitu:

1. Fasilitator LAZ yang terbatas. Solusi yang diberikan, LAZ perlu mengikuti program Kampus Zakat. Di mana Kampus Zakat ini diselenggarakan oleh Forum Zakat (FOZ) dan Asosiasi Program Studi Ekonomi Islam Indonesia (APSEII) yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk berkarir di Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) sebagai Amil Zakat dan membantu pengurus LAZ dalam menjalankan programnya. Manfaat program Kampus Zakat bagi mahasiswa, yaitu untuk mengembangkan *soft skill* dan *technical skill* yang dimilikinya. Sedangkan bagi OPZ terkait, yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia, produktivitas kerja signifikan, dan terciptanya citra positif reputasi lembaga.
2. Kesadaran muzakki yang kurang terhadap zakat. Dilihat dari data BAZNAS dalam Laporan Pengelolaan Zakat Nasional Tahun 2023 menyatakan bahwa jumlah muzakki pada Provinsi Banten mengalami penurunan di mana pada akhir tahun 2022 sebesar 995,934 jiwa sedangkan pada akhir tahun 2023 sebesar 937,677 jiwa (BAZNAS, 2024). Hal ini perlu bagi LAZ dalam mensosialisasikan betapa pentingnya zakat kepada muzakki.
3. Kurangnya minat muzakki dalam berzakat melalui LAZ. Solusi yang diberikan, perlu bagi pemerintah dan lembaga zakat di Provinsi Banten mengadakan sosialisasi untuk masyarakatnya agar meningkatkan pengetahuan terhadap zakat yang dapat tercipta keputusan untuk berzakat.

Selain itu, upaya dalam mengatasi faktor penghambat pada LAZ Harapan Dhuafa dilakukan dengan cara evaluasi kinerja secara rutin. Tujuan dari evaluasi kinerja adalah untuk mengetahui perkembangan dari program pemberdayaan mustahik yang dilakukan oleh LAZ. LAZ Harapan Dhuafa melakukan evaluasi kinerja pada setiap pelaksanaan aktivitas penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja seluruh amil di LAZ Harapan Dhuafa agar sesuai dengan target yang dicapai. Dengan memiliki amil yang profesional di bidangnya dan penambahan jumlah amil dalam bidang *fundraising* adalah solusi dari permasalahan yang terjadi. LAZ tersebut perlu melakukan pelatihan secara rutin untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan amil. Hasil dari pelatihan ini mampu meningkatkan efektivitas amil dalam menjalankan tugas masing-masing dan memaksimalkan kinerja yang baik agar dapat mempertahankan kepercayaan muzakki terhadap LAZ Harapan Dhuafa.

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang

Peneliti telah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT pada LAZ Harapan Dhuafa, yaitu:

1. Faktor Internal

a. *Strengths* (Kekuatan)

1) Legalitas LAZ yang Jelas

LAZ Harapan Dhuafa sudah memiliki legalitas lembaga yang resmi dari akta notaris, Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Bakesbangpol), Badan Wakaf Indonesia (BWI), Dinas Sosial, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam (Bimas Islam), Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham), dan Kementerian Keuangan (Kemenkeu). Hal ini menunjukkan bahwa LAZ telah terdaftar dan diakui secara hukum yang sah sehingga bermanfaat bagi keberlangsungannya. Legalitas LAZ sangat penting karena dapat memberikan informasi mengenai identitas lembaga, kepercayaan muzakki, dan perlindungan hukum. Adanya legalitas LAZ dapat mempermudah aktivitas pelaksanaan program pemberdayaan mustahik tanpa ada hambatan.

2) Program Pemanfaatan Zakat yang Memadai

LAZ Harapan Dhuafa memiliki berbagai macam program pemberdayaan mustahik meliputi: a) program desa harapan; b) program ekonomi; c) program sosial dan dakwah; d) program kesehatan; e) program pendidikan; f) program distarter dan humanitarian relief; dan g) program khusus. Program yang memadai dapat membantu LAZ untuk memenuhi kebutuhan dari berbagai pihak, meningkatkan kapasitas lembaga, berhasil mencapai visi dan misi, meningkatkan daya tarik muzakki untuk berzakat, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

3) Lokasi LAZ yang Strategis Berada di Wilayah Perkotaan

LAZ Harapan Dhuafa memiliki lokasi yang strategis berada di pusat Kota Serang. Lokasi tersebut mudah diakses oleh masyarakat yang dapat memudahkan muzakki untuk berzakat dan juga para mustahik yang menerima bantuan dari LAZ, serta mendukung aktivitas amil zakat secara efektif dan efisien melalui program pemberdayaan. Selain itu, lokasi LAZ yang strategis dapat meningkatkan visibilitas agar mudah dikenal dan mengurangi biaya operasional. Jika suatu lembaga berada di lokasi yang tidak strategis dapat memperlambat kemajuan dan bahkan memicu kegagalan.

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

1) Sumber Daya Manusia (SDM) Terbatas

LAZ Harapan Dhuafa memiliki SDM yang terbatas. SDM merupakan salah satu faktor terpenting dalam suatu lembaga karena menjadi penggerak utama yang berfungsi untuk meningkatkan produktivitas agar mencapai keberhasilan. SDM yang terbatas pada LAZ dapat mengalami hambatan dalam mencapai visi dan misi dan penurunan kualitas, dan daya saing. Tugas yang dijalankan menjadi tidak efektif disebabkan oleh penurunan kemampuan dan keterampilan dalam menginovasi

strategi yang tepat. Kemajuan suatu lembaga dapat diukur melalui kualitas dan kinerja dari SDM.

2) Belum Lengkap Database Muzakki dan Mustahik

LAZ Harapan Dhuafa belum memiliki kelengkapan database muzakki dan mustahik. Database muzakki dan mustahik pada LAZ bagian terpenting agar tepat sasaran terhadap pengelolaan zakat dan kesejahteraan sosial. Database yang belum lengkap dapat menimbulkan dampak yang negatif terhadap lembaga, seperti kesalahan dalam pengambilan keputusan, potensi penyalahgunaan dana zakat, sulit dalam mengidentifikasi muzakki, penyaluran dana zakat yang kurang efisiensi, dan kepercayaan masyarakat yang hilang. Selain itu, program pemberdayaan mustahik belum berhasil dalam mengatasi kesenjangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3) Sarana dan Prasarana di Kantor LAZ Belum Memadai

LAZ Harapan Dhuafa belum memiliki sarana dan prasarana yang memadai. Hal ini dapat memengaruhi kepuasan muzakki dalam berzakat di LAZ tersebut. Jika muzakki merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh LAZ maka akan meningkatkan keputusan untuk berzakat dan sebaliknya. Terbatasnya sarana dan prasarana pada LAZ dapat menghambat aktivitas penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat melalui program pemberdayaan mustahik. Jika sarana dan prasarana LAZ sudah memadai dapat meningkatkan produktivitas kerja sehingga dengan mudahnya untuk mencapai visi dan misi dan juga sangat berpengaruh positif pada prestasi lembaga.

2. Faktor Eksternal

c. *Opportunities* (Peluang)

1) Potensi Zakat di Provinsi Banten Meningkat Per Tahun

Potensi zakat di Provinsi Banten mengalami peningkatan yang signifikan per tahunnya. Zaenal Abidin Syuja'i sebagai Ketua Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Banten mengungkapkan bahwa potensi zakat di Provinsi Banten sekitar 11,03 triliun dan Kota Serang berada pada urutan ke-6 sekitar 578 miliar (Rienaldi, 2023). Potensi zakat yang meningkat berarti peningkatan pada jumlah penerimaan zakat sehingga LAZ dapat memperluas program pemberdayaan mustahik. Selain itu, LAZ juga dapat berinovasi dalam aktivitas penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat, serta memaksimalkan efektivitas dan efisiensi pada program pemberdayaan mustahik.

2) Pemanfaatan Teknologi Internet

LAZ Harapan Dhuafa sudah memanfaatkan teknologi internet dalam menjalankan aktivitasnya. Pemanfaatan ini memberikan dampak yang positif terhadap LAZ terutama dalam hal efektivitas dan efisiensi pada saat menjalankan aktivitas harian. Dengan teknologi internet, LAZ dapat melakukan strategi *fundraising* secara tidak langsung (*indirect fundraising*) melalui pemanfaatan *digital marketing* (situs web dan media sosial), memperluas jangkauan layanan melalui

program pemberdayaan mustahik, dan meningkatkan transparansi dalam aktivitas penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat. Selain itu, adanya teknologi internet menciptakan inovasi dan kolaborasi dari antara LAZ, pemerintah, dan *stakeholder* lainnya.

3) Dukungan dari Pemerintah dan *Stakeholder* Lainnya

LAZ Harapan Dhuafa sudah mendapatkan dukungan dari pemerintah dan *stakeholder* lainnya di Provinsi Banten. Dukungan tersebut dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan dan keberhasilan LAZ. Hal ini terjadi peningkatan partisipasi muzakki dalam berzakat, peningkatan kepercayaan muzakki terhadap LAZ, serta peningkatan efektivitas dan efisiensi aktivitas operasional LAZ. Selain itu, dukungan pemerintah dan *stakeholder* lainnya dapat meningkatkan pengembangan program pemberdayaan masyarakat yang inovatif, serta meningkatkan kualitas SDM.

d. *Threats* (Ancaman)

1) Persaingan Antar Lembaga Zakat

LAZ Harapan Dhuafa memiliki pesaing antar lembaga zakat di Provinsi Banten. Persaingan antar LAZ tidak sepenuhnya memberikan dampak yang negatif namun juga bisa berdampak positif. Adanya persaingan antar lembaga zakat dapat menurunkan popularitas program, kampanye yang negatif, dan tidak harmonis antara LAZ lain dengan BAZNAS. Pendapat dari Sutomo *et al.* (2017), eksistensi LAZ yang banyak tidak menyebabkan persaingan namun memberikan opsi kepada muzakki untuk menunaikan zakatnya melalui lembaga zakat yang dipercayai sehingga setiap LAZ akan berusaha menunjukkan kinerja dan program yang optimal. Oleh karena itu, LAZ perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar terciptanya loyalitas muzakki pada LAZ melalui kepuasan muzakki yang dirasakannya.

2) Penurunan Kepercayaan Muzakki terhadap LAZ

Penurunan kepercayaan muzakki terhadap LAZ memberikan dampak negatif terutama dalam hal penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat. Akibatnya, jumlah penerimaan zakat yang turun, pelaksanaan program pemberdayaan mustahik tidak efektif dan efisien yang di mana memiliki keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan mustahik, serta kesulitan dalam melakukan pengembangan LAZ. Selain itu, menghambat kinerja LAZ dalam menjalankan aktivitasnya yang berdampak pada sulitnya mencapai visi dan misi lembaga. Hal ini LAZ perlu melakukan sosialisasi dan peningkatan kualitas pelayanan kepada muzakki guna terciptanya kepuasan muzakki yang pada akhirnya muzakki loyal terhadap LAZ tersebut.

3) Bencana Alam dan Masalah Ekonomi (Inflasi dan Resesi)

Bencana alam dan masalah ekonomi memberikan dampak yang negatif pada LAZ. Akibat dari bencana alam dapat mengganggu aktivitas operasional dalam melakukan program pemberdayaan mustahik, merusak infrastruktur LAZ, dan juga memperkecil jumlah penerimaan zakat. Sedangkan akibat dari masalah ekonomi

terjadi penurunan daya beli masyarakat sehingga memengaruhi jumlah penerimaan zakat. Masalah ini dapat menghambat kinerja LAZ dalam penghimpunan, penyaluran, dan pemanfaatan zakat kepada mustahik.

KESIMPULAN

Temuan penelitian ini dapat diringkas bahwa LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang, Provinsi Banten dalam melaksanakan aktivitas *fundraising* terbagi menjadi 2 strategi, yaitu langsung (*direct fundraising*) dan tidak langsung (*indirect fundraising*). Strategi *fundraising* langsung yang diterapkan oleh LAZ Harapan Dhuafa, yaitu retail *fundraising* (kantor, gerai zakat, dan kotak amal yang menyebar di masjid, sekolah, toko, dan acara keagamaan), jemput zakat, kampanye *marketing* menggunakan spanduk dan brosur. Sedangkan strategi *fundraising* tidak langsung yang diterapkan oleh LAZ Harapan Dhuafa, yaitu aktivitas promosi di media sosial (WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok), situs web, dan transfer bank melalui bank (Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Negara Indonesia (BNI) dan Bank BJB Syariah) atau E-Wallet (Gopay, ShopeePay, dan OVO) serta bisa melalui aplikasi Kitabisa.

Faktor pendukung dari strategi *fundraising* pada LAZ Harapan Dhuafa, yaitu legalitas LAZ yang jelas, lokasi LAZ yang strategis berada di wilayah Kota Serang, Provinsi Banten, potensi amal zakat milenial yang inovatif dan kreatif, potensi digital sudah tercipta, dan program pemberdayaan mustahik. Fasilitator LAZ yang terbatas, kesadaran muzakki yang kurang terhadap zakat, dan kurangnya minat muzakki dalam berzakat melalui LAZ bagian dari faktor penghambat dari strategi *fundraising* pada LAZ Harapan Dhuafa. Saran peneliti bagi terhadap pengurus LAZ Harapan Dhuafa di Kota Serang, yaitu perlu adanya upaya dalam mensosialisasikan zakat kepada para muzakki agar dapat mengatasi faktor penghambat yang terjadi. Selain itu, pengurus LAZ terus-menerus melakukan pengembangan strategi *fundraising* zakat yang efektif dan efisien yang mendukung perkembangan era revolusi 5.0 terkhusus dalam aktivitas promosi.

REFERENSI

- Abbas, A. S. (2017). *Zakat: Ketentuan dan Pengelolaannya*. CV. Anugrah Berkah Sentosa.
- Azisul, A. (2020). *Efektivitas Sistem Layanan Jemput Zakat dalam Meningkatkan Kepatuhan Muzaki Membayar Zakat (Studi Kasus pada BAZNAS Kabupaten Bone)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi Banten*. Kementerian Agama Provinsi Banten. <https://cilegonkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEzIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama--yang-dianut-di-provinsi-banten.html>
- BAZNAS. (2021). *Standar Laboratorium Manajemen Zakat*. Pusat Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).
- BAZNAS. (2024). *Regulasi Pengelola Zakat*. *Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. https://ppid.baznas.go.id/regulasi/regulasi-pengelolaan-zakat?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAm-67BhBIEiwAEVftNtadRA70-AIrxpG6ldzZeP94n66NWA40S-IAXnTPLI0PCdHUa283CxoCSfcQAvD_BwE
- Dwi, C. (2024, March). 10 Negara dengan Umat Muslim Terbanyak di Dunia, RI Nomor

- Berapa? CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240310150636-128-521083/10-negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-di-dunia-ri-nomor-berapa>
- Fathony, A. (2018). Optimalisasi Peran dan Fungsi Lembaga Amil Zakat dalam Menjalankan Fungsi Sosial. *Hakam: Jurnal Hukum Islam Dan Hukum Ekonomi Islam*, 2(1), 1–32. <https://doi.org/10.33650/jhi.v2i1.327>
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis SWOT dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG: International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government*, 2(1), 9–17. <https://doi.org/10.26638/IJESPG.113>
- Kemenag. (2019). *Qur'an Kemenag*. Kementerian Agama RI. <https://quran.kemenag.go.id/lazharfa.org>.
- (2024). *Tentang LAZ Harapan Dhuafa*. LAZ Harapan Dhuafa. <https://lazharfa.org/tentang-kami/>
- Mutmainnah, I. (2020). *Fikih Zakat*. DIRAH.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina (ed.); 1st ed.). CV. Harfa Creative.
- Nugroho, A. T., Ahmad, A., & Wijoyo, W. (2021). Analisis Strategi Fundraising Zakat dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Studi pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(1), 77–85. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i01.179>
- Ramadhan, N. H., Hakim, R., & Muslikhati, M. (2021). Strategi Fundraising pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 63–72. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i01.2133>
- Rienaldhi, R. (2023, November). Potensi Zakat Kota Serang Bisa Mencapai Ratusan Miliar. *Serangkota.Go.Id*. <https://serangkota.go.id/detailpost/potensi-zakat-kota-serang-bisa-mencapai-ratusan-miliar#:~:text=Dalam sambutan Ketua Baznas Provinsi,zakat di Banten sekitar 578Milyar.>
- Sahrana, S., & Batubara, D. (2024). Penghimpunan Zakat dengan Strategi Fundraising pada BAZNAS Mandailing Natal. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 5(2), 135–148. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v5i2.13926>
- Suparwi, S., Rohmaniah, K., Norestanti, R. A., & Sa'diyah, A. (2023). Analisis Strategi Fundraising Zakat, Infak dan Shodaqah di Lazismu Kabupaten Jepara. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 260–271. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10028143>
- Sutomo, S., Najib, M., & Djohar, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Lembaga Amil Zakat (LAZ) terhadap Kepuasan dan Loyalitas Muzakki (Studi Kasus LAZ PKPU Yogyakarta). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 59–70. <https://doi.org/10.17358/JABM.3.1.59>
- Suwargi, W. (2024). *Laporan Keuangan untuk Tahun 2023 dengan Angka Perbandingan Tahun 2022 dan Laporan Auditor Independen*. <https://lazharfa.org/tentang-kami/>
- Untari, D. T., & Luthfi, F. (2023). Analisis Strategi Fundraising dalam Upaya Peningkatan Jumlah Penerimaan Zakat, Infak, dan Sedekah (Studi pada Baitulmaal Iltizam Indonesia). *Seminar Nasional Program Studi Ekonomi Islam*, 95–104.
- Zulkifli, Z. (2020). *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf dan Pajak*. KALIMEDIA.
- Zuneiroh, O., & Shofiyah, I. (2023). Strategi Fundraising dalam Penerimaan Dana ZIS pada Kantor Layanan Lazismu Wirobrajan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(1), 84–94.