



STRATEGI FUNDRAISING LAZ YAYASAN KOTA MAJU GEMILANG KOTA TANGERANG

Nurhanifah Muslihah^{1✉}, Sobirin², Wiena Safitri³

^{1,2,3} Manajemen Dakwah, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

E-mail: fahhani688@gmail.com^{1✉}, sobirin@iai-alzaytun.ac.id², wiena@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Fundraising merupakan aktivitas strategis dalam keberlanjutan lembaga amil zakat karena menentukan efektivitas penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi fundraising yang diterapkan oleh LAZ Yayasan Kota Maju Gemilang (YKMG) Kota Tangerang serta merumuskan strategi alternatif berdasarkan analisis SWOT. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian ditentukan secara purposive, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZ YKMG menerapkan siklus fundraising yang sistematis melalui empat tahapan utama, yaitu identifikasi calon donatur, penggunaan metode fundraising direct dan indirect, pengelolaan dan penjagaan hubungan dengan donatur, serta monitoring dan evaluasi secara berkala. Analisis SWOT menghasilkan alternatif strategi pengembangan yang meliputi optimalisasi program unggulan dan transparansi lembaga (strategi SO), penguatan kapasitas sumber daya manusia dan literasi zakat masyarakat (strategi WO), penguatan kolaborasi dan profesionalisme dalam menghadapi persaingan (strategi ST), serta peningkatan kualitas internal untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman (strategi WT). Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi antara manajemen fundraising dan analisis strategis memperkuat keberlanjutan penghimpunan dana ZIS di LAZ YKMG Kota Tangerang.

Kata Kunci: *strategi fundraising, lembaga amil zakat, analisis SWOT, ZIS*

Abstract

Fundraising is a strategic activity that determines the sustainability of zakat institutions in collecting zakat, infaq, and alms (ZIS) funds. This study aims to analyze the fundraising strategy implemented by LAZ Yayasan Kota Maju Gemilang (YKMG) Tangerang City and to formulate alternative strategies based on SWOT analysis. This research employed a qualitative approach with a descriptive method. Research subjects were selected purposively, and data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings indicate that LAZ YKMG implements a systematic fundraising cycle consisting of four main stages: donor identification, the use of direct and indirect fundraising methods, donor relationship management, and periodic monitoring and evaluation. The SWOT analysis produced alternative development strategies, including optimizing flagship programs and institutional transparency (SO strategy), strengthening human resource capacity and zakat literacy (WO strategy), enhancing collaboration and professionalism to face competition (ST strategy), and improving internal quality to minimize weaknesses and threats (WT strategy). These findings demonstrate that the integration of fundraising management and strategic analysis strengthens the sustainability of ZIS fundraising at LAZ YKMG Tangerang City.

Keywords: *fundraising strategy, zakat institution, SWOT analysis, ZIS*

PENDAHULUAN

Organisasi sosial adalah organisasi atau lembaga yang melaksanakan pelayanan dan pengembangan sosial. Organisasi sosial di bentuk oleh sekelompok orang berdasarkan nilai-nilai sosial yang hidup di dalam masyarakat serta didukung untuk keluar dari kepentingannya sendiri untuk selanjutnya peduli dan setia kawan terhadap kepentingan orang lain (Yusuf, 2020).

Fundraising merupakan upaya kegiatan menghimpun atau mengumpulkan dana dan mengarahkan dana kepada pihak luar badan usaha-usaha, masyarakat, dan individu-individu yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada pada akhirnya dapat mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.

Pengumpulan dana atau sering disebut fundraising ini merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting bagi lembaga pengelola zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Jika kegiatan fundraising tidak dilakukan oleh lembaga pengelola zakat, infaq, sedekah dan wakaf maka bisa dipastikan segala kegiatan lembaga tidak akan terjalankan sesuai dengan visinya. Disetiap lembaga zakat memiliki strategi-strategi fundraising yang berbeda-beda untuk menarik para muzakki agar mau berkontribusi dan berpartisipasi dengan lembaga tersebut (Putri, 2020).

Analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dan berbagai kerangka kerja dan rencana strategis (*framework and strategic planning*) yang pernah diterapkan baik dimedan pertempuran maupun bisnis. Dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif. Fundraising diartikan sebagai kerangka konsep kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program dan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan.

Fundraising merupakan metode yang di artikan sebagai bentuk, pola atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode fundraising harus mampu memberikan kemudahan, kepercayaan, kebanggan dan manfaat kepada masyarakat, donatur atau muzzaki.

Setiap lembaga zakat, infaq, sedekah dan wakaf mempunyai strategi yang berbeda dalam mewujudkan visinya, terutama pada strategi pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Kegiatan pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan bertambahnya relawan agar mampu bertahan untuk mensejahterakan mustahik. Ada yang baru-baru terjadi saat ini yaitu dengan mengikuti sertakan relawan pada kegiatan fundraising dan menjadikan relawan sebagai amil di lembaga tersebut agar menjadikan fundraising menjadi konsep tepat sehingga dana dapat terkumpul secara maksimal. Tidak hanya itu, konsep fundraising itu diharapkan mampu menjadikan lembaga lebih berkembang dan dikenal masyarakat luas dalam meningkatkan dana zakat. Perkembangan dan peningkatan dalam berbagai sisi akan terus digapai guna menjadikan

manfaat yang lebih bagi masyarakat luas (Yusuf, 2020).

Menurut Hamidi dan Ridwan (2023), dalam kegiatan fundraising yang baik diperlukan penerapan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan agar penghimpunan dana dapat terlaksana secara efektif dan optimal.

Lembaga Amil Zakat YKMG merupakan salah satu lembaga zakat yang telah berkiprah kurang lebih 8 tahun dalam pengelolaan zakat. LAZ YKMG merupakan lembaga zakat yang konsen terhadap pemberdayaan generasi penerus bangsa, melalui kehidupan gerakan cinta yatim dan santunan dhuafa yang kemudian melaksanakannya dalam berbagai program yang mengutamakan pendidikan dan pembinaan yatim dan santunan dhuafa.

Fundraising menentukan keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. Kegiatan fundraising membutuhkan strategi untuk bisa mengoptimalkan lembaga. Dalam strategi fundraising, kegiatan fundraising akan menentukan kebutuhan lembaga. Untuk menentukan kebutuhan, lembaga perlu meningkatkan kegiatan dan program. Lembaga zakat juga perlu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya zakat, infaq, dan sedekah (Lutsfiah, 2019).

Agar sarana tersebut bisa benar-benar bermanfaat untuk membantu proses pendidikan dan pembinaan anak-anak yang berada dibawah naungan LAZ YKMG Kota Tangerang. Manajemen yang baik dalam proses penggalangan dana adalah suatu keniscayaan yang harus dilakukan oleh LAZ YKMG Kota Tangerang supaya segala sesuatu yang telah diprogramkan bisa terlaksanakan secara efektif dan efisien.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi fundraising di LAZ YKMG Kota Tangerang yang kemudian dituangkan dalam skripsi yang berjudul: "Strategi Fundraising LAZ Yayasan Kota Maju Gemilang Kota Tangerang".

METODE

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian ini memberikan ruang yang sangat besar kepada partisipan. Mereka terhindar dari pengobjektifikasi oleh peneliti, yang hanya menjawab pertanyaan yang sudah disiapkan dan memilih jawaban yang sudah tersedia. Peneliti beranggapan bahwa dengan pendekatan ini dapat membantu menjelaskan kenyataan-kenyataan yang dihadapi di lapangan dan juga dapat membantu peneliti berinteraksi langsung dengan subjek penelitian tentang strategi fundraising di LAZ YKMG. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan atau *field research*. Dalam hal ini, peneliti bermaksud untuk membuktikan kebenaran teori-teori tentang strategi fundraising yang telah dipelajari selama ini. Peneliti akan mengumpulkan data-data atau informasi yang berkaitan dengan strategi di LAZ YKMG dalam melakukan kegiatan penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah. Mendeskripsikan kejadian atau peristiwa yang dialami selama di lapangan, dengan membuat laporan tertulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Fundraising LAZ YKMG Kota Tangerang dalam Melakukan Kegiatan Fundraising

Berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di LAZ YKMG Kota Tangerang, ditemukan bahwa strategi fundraising yang dijalankan lembaga telah tersusun secara sistematis dan terintegrasi dalam satu siklus pengelolaan penghimpunan dana. Strategi tersebut tidak hanya berorientasi pada pencapaian target penghimpunan dana ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah), tetapi juga bertujuan menambah jumlah donatur, menggalang pendukung, serta meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Selain itu, secara normatif, pengelolaan ZIS dipahami sebagai sarana peningkatan keimanan, pengentasan kemiskinan, penghilangan sifat bakhil, serta bentuk ibadah kepada Allah SWT. Dengan demikian, strategi fundraising yang dijalankan tidak terlepas dari prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai landasan etik dan spiritual lembaga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa strategi fundraising pada lembaga amil zakat dilaksanakan secara sistematis melalui fungsi manajemen yang terintegrasi serta berorientasi pada peningkatan kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam penghimpunan dana ZIS (Hamidi & Ridwan, 2023).

Dalam pelaksanaannya, LAZ YKMG Kota Tangerang menerapkan empat tahapan utama yang dikenal sebagai siklus fundraising, yaitu identifikasi calon donatur, penggunaan metode fundraising, pengelolaan dan penjagaan donatur, serta monitoring dan evaluasi.

a. Identifikasi Calon Donatur

Hasil penelitian menunjukkan bahwa identifikasi calon donatur dilakukan melalui segmentasi, pengumpulan dan seleksi data, pemrosesan donatur potensial, serta analisis kebutuhan donatur. Lembaga memperoleh data melalui pengisian formulir biodata donatur, kemudian melakukan pengelompokan antara donatur perorangan dan donatur perusahaan. Donatur perorangan umumnya merupakan donatur rutin yang donasinya dijemput oleh relawan setiap bulan, sedangkan donatur perusahaan cenderung bersifat insidental dan dikoordinasikan melalui yayasan atau organisasi terkait.

Temuan ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Purwanto (2009) bahwa identifikasi donatur meliputi pemilihan database, pemanfaatan relasi, analisis kebutuhan, serta pengaturan pertemuan dengan calon donatur. Dalam praktiknya, LAZ YKMG Kota Tangerang juga melakukan seleksi terhadap donatur aktif dan tidak aktif, serta melakukan pendekatan kembali melalui telemarketing untuk mengetahui penyebab ketidakaktifan donatur. Langkah ini menunjukkan bahwa identifikasi tidak hanya dilakukan pada tahap awal, tetapi berkelanjutan sebagai bagian dari manajemen database dan pemeliharaan relasi.

b. Penggunaan Metode Fundraising

Berdasarkan data lapangan, metode fundraising yang digunakan oleh LAZ YKMG Kota Tangerang terdiri atas direct fundraising dan indirect fundraising. Metode direct dilakukan melalui direct mail, direct advertising, telemarketing, presentasi langsung,

komunikasi person to person, serta pemanfaatan media sosial. Adapun metode indirect dilakukan melalui kampanye citra (*image campaign*), penyelenggaraan event, dan pembangunan relasi dengan berbagai pihak.

Strategi ini menunjukkan bahwa lembaga mengombinasikan pendekatan komunikasi langsung yang bersifat personal dengan pendekatan tidak langsung yang bertujuan membangun kesadaran dan citra lembaga di masyarakat. Selain penghimpunan dana dalam bentuk finansial, lembaga juga menggalang dukungan non-finansial berupa barang dan relawan sebagai bagian dari pemberdayaan sosial. Dengan demikian, fundraising tidak hanya dipahami sebagai aktivitas penghimpunan dana, tetapi juga sebagai proses membangun ekosistem dukungan sosial terhadap program-program lembaga. Sebagaimana temuan Nasution (2022) bahwa lembaga zakat mengombinasikan pendekatan direct fundraising dan indirect fundraising termasuk melalui kampanye sosial media dan event untuk meningkatkan perolehan dana serta membangun citra lembaga di masyarakat, karena strategi ini efektif memperluas jangkauan publik, meningkatkan partisipasi muzaki, dan memperkuat hubungan sosial dengan stakeholder.

c. Pengelolaan dan Penjagaan Donatur

Pengelolaan dan penjagaan donatur dilakukan untuk menjaga loyalitas serta meningkatkan partisipasi donatur dalam program-program lembaga. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Budi Purnama, S.E. selaku General Chairman, lembaga secara rutin melakukan kunjungan kepada donatur serta memberikan laporan dan informasi terkini terkait program yang dijalankan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Bapak Tobri selaku Manajer Tim Telemarketing Online yang menyampaikan bahwa komunikasi dilakukan secara intensif melalui WhatsApp untuk menginformasikan perkembangan program. Sementara itu, Ibu Kiah Rukiyah, S.Pd.I. selaku Manajer Tim PDTL Offline menegaskan pentingnya kemudahan komunikasi dan pelayanan yang responsif sebagai bentuk layanan kepada donatur.

Temuan ini menunjukkan bahwa relationship management menjadi bagian penting dalam strategi fundraising. Donatur tidak hanya diposisikan sebagai penyumbang dana, tetapi sebagai mitra strategis yang perlu dijaga melalui komunikasi, silaturahmi, serta transparansi laporan penghimpunan dan penyaluran dana. Sejalan dengan temuan Istiqamah (2024) yang menunjukkan bahwa penerapan *customer relationship management* dalam lembaga amil zakat terbukti meningkatkan loyalitas muzaki dengan memperkuat komunikasi, pelayanan, serta hubungan yang berkelanjutan antara lembaga dan donatur.

d. Monitoring dan Evaluasi Fundraising

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas kegiatan fundraising. Evaluasi dilakukan pada akhir bulan dengan meninjau laporan kegiatan, laporan keuangan, perkembangan situasi terkini, serta pencapaian target. Bapak Budi Purnama menyatakan bahwa monitoring dilakukan oleh manajer bidang terkait terhadap kinerja pegawai. Bapak Tobri menambahkan bahwa evaluasi dilakukan dengan melihat keseimbangan antara omzet dan jumlah donatur. Sementara itu, Ibu Kiah Rukiyah menjelaskan bahwa evaluasi juga mencakup identifikasi faktor pendukung dan

penghambat serta perumusan langkah strategis selanjutnya.

Proses monitoring dan evaluasi ini menunjukkan adanya mekanisme kontrol internal yang memungkinkan lembaga memperbaiki program yang kurang optimal dan menyusun strategi baru yang lebih efektif. Dengan demikian, siklus fundraising berjalan secara berkelanjutan dan adaptif terhadap dinamika yang ada. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ulum (2025) yang menyatakan bahwa strategi fundraising pada lembaga amil zakat dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, di mana tahapan evaluasi dilakukan secara berkala sebagai bentuk pengendalian dan perbaikan strategi penghimpunan dana agar tetap efektif dan berkelanjutan.

2. Analisis SWOT terhadap Kegiatan Fundraising di LAZ YKMG Kota Tangerang

Berdasarkan hasil penelitian, analisis SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi fundraising dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal organisasi. Pendekatan ini sejalan dengan teori manajemen strategi yang dikemukakan oleh Rangkuti (2016), bahwa matriks SWOT digunakan untuk merumuskan strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

a. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*)

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa kekuatan internal LAZ YKMG Kota Tangerang meliputi program fundraising yang baik, legalitas lembaga, kepercayaan muzakki, kemampuan menyalurkan program secara tepat sasaran, serta transparansi laporan keuangan. Di sisi lain, peluang eksternal berupa mayoritas masyarakat yang beragama Islam, dukungan masyarakat dan pemerintah, figuritas tokoh masyarakat, serta loyalitas muzakki produktif menjadi potensi besar dalam penghimpunan zakat.

Strategi SO yang dapat dirumuskan adalah mengoptimalkan program-program unggulan untuk menarik lebih banyak donatur serta memperluas relasi dengan berbagai pihak guna memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini sejalan dengan penelitian Nugroho et al. (2021) yang menunjukkan bahwa kekuatan internal seperti legalitas lembaga, program yang jelas, dan pelaporan transparan menjadi faktor pendorong utama dalam memanfaatkan peluang eksternal berupa potensi korporasi dan masyarakat muslim untuk meningkatkan penghimpunan zakat.

b. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*)

Kelemahan yang dihadapi lembaga antara lain keterbatasan jumlah dan kompetensi SDM, kurangnya pemahaman calon donatur, serta budaya masyarakat yang cenderung menyalurkan zakat secara langsung. Dengan memanfaatkan peluang yang tersedia, strategi WO diarahkan pada penguatan kapasitas SDM melalui pelatihan dan pendampingan serta pendekatan kepada tokoh masyarakat sebagai mediator untuk meningkatkan literasi zakat melalui lembaga resmi. Kelemahan lembaga yang masih mengandalkan sistem tradisional dengan SDM yang lemah menunjukkan perlunya penguatan kapasitas amil melalui pelatihan dan profesionalisasi. Di sisi lain, upaya sosialisasi sadar zakat melalui dakwah dan media komunikasi menjadi peluang strategis untuk meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat (Abidah, 2016).

c. Strategi ST (*Strengths–Threats*)

Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan antar lembaga zakat, rendahnya political will, serta tingkat pemahaman muzakki yang belum memadai. Dengan memanfaatkan kekuatan internal, strategi ST diwujudkan melalui penguatan aliansi, peningkatan kampanye transparansi dan profesionalisme lembaga, serta pendekatan yang lebih intensif dan loyal kepada donatur tetap maupun calon donatur. Persaingan antar lembaga zakat yang semakin ketat serta belum optimalnya dukungan pemerintah menjadi ancaman eksternal yang harus direspon melalui penguatan keunggulan internal. Transparansi dan profesionalisme pengelolaan serta komunikasi intensif dalam membangun loyalitas donatur menjadi strategi yang relevan untuk menjaga kepercayaan dan keberlanjutan penghimpunan zakat (Nugroho et al., 2021).

d. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*)

Strategi WT bersifat defensif dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Langkah yang dilakukan antara lain merekrut dan membina SDM agar profesional dan amanah, mengoptimalkan pelaksanaan program, serta memperluas sosialisasi program kepada lembaga atau perusahaan sesuai target. Strategi ini sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti (2016) bahwa strategi WT bertujuan mempertahankan organisasi dari tekanan eksternal melalui penguatan internal.

Secara keseluruhan, integrasi antara temuan lapangan dan teori menunjukkan bahwa LAZ YKMG Kota Tangerang telah menerapkan strategi fundraising yang terstruktur, berbasis nilai-nilai keislaman, dan didukung oleh analisis manajerial yang sistematis. Pendekatan ini memberikan dasar yang kuat bagi keberlanjutan dan pengembangan penghimpunan dana ZIS di masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi fundraising yang diterapkan LAZ YKMG Kota Tangerang telah berjalan secara sistematis melalui empat tahapan utama, yaitu identifikasi calon donatur, penggunaan metode fundraising baik direct maupun indirect, pengelolaan dan penjagaan hubungan dengan donatur, serta monitoring dan evaluasi secara berkala. Penerapan siklus ini menunjukkan bahwa kegiatan penghimpunan dana tidak hanya berorientasi pada pencapaian target finansial, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan, loyalitas, dan keberlanjutan relasi dengan para muzakki dan donatur.

Melalui analisis SWOT, dirumuskan beberapa alternatif strategi pengembangan, yaitu memaksimalkan kekuatan program unggulan untuk memanfaatkan peluang dukungan masyarakat (strategi S-O), meningkatkan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia guna mengoptimalkan peluang eksternal (strategi W-O), memperkuat aliansi dan kolaborasi dalam pengembangan program zakat ritel sebagai respons terhadap persaingan dan tantangan eksternal (strategi S-T), serta melakukan rekrutmen dan pembinaan SDM secara profesional dan berkelanjutan untuk meminimalkan kelemahan sekaligus menghadapi

ancaman yang ada (strategi W-T). Secara keseluruhan, integrasi antara praktik manajerial dan analisis strategis tersebut memperkuat posisi LAZ YKMG Kota Tangerang dalam menjaga keberlanjutan dan efektivitas kegiatan fundraising.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidah, A. (2016). Analisis strategi fundraising terhadap peningkatan pengelolaan ZIS pada lembaga amil zakat kabupaten ponorogo. *Kodifikasi*, 10(1), 144946.
- Hamidi, A. I., & Ridwan, A. A. (2023). Analisis Strategi Manajemen Fundraising oleh Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Gresik untuk Mengoptimalkan Dana Zakat, Infaq, Sedekah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 6(2), 23-37.
- Istiqamah. (2024). Implementasi customer relationship management dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat di LAZNAS Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) cabang Kalimantan Timur. *JIIMM: Journal of Innovation in Management and Marketing*, 1(1). <https://ejournal.sebilanpemuda.id/index.php/jiimm/article/view/1014>
- Lutsfiah, S. (2019). Strategi fundraising di yayasan dana sosial Al Falah (YDSF) Surabaya. *Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya*.
- Nasution, J. (2022). Strategi digital fundraising zakat di indonesia. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan dan Akuntansi)*, 10(2), 163-172.
- Nugroho, A., Ahmad, A., & Wijoyo, W. (2021). Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi Pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 77-85.
- Purwanto, A. (2009). *Manajemen fundraising: Bagi organisasi pengelola zakat*. Teras.
- Putri, A. M. (2020). *Strategi Fundraising Di LAZ (Lembaga Amil Zakat) Swadaya Ummah Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT (Temanku membedah kasus bisnis)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ulum, A. S. (2025). *Manajemen Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Dalam Meningkatkan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (Studi Komparatif Baznas, dan Laz di Purwokerto, Banyumas)* (Master's thesis, Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)).
- Yusuf, R. Y. (2018). Strategi Fundraising di LAZNAS Dompet Dhuafa Jawa Tengah. *Universitas Islam Negeri Walisongo*.