

STRATEGI FUNDRAISING EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN PEROLEHAN DANA KEMANUSIAAN: STUDI KASUS PADA LAZISMU KLATEN

Habib Ismail¹, Erma Widyastuti²

Universitas Muhammadiyah Klaten, Klaten, Indonesia¹

Universitas Muhammadiyah Klaten, Klaten, Indonesia²

Email: Habibismail@umkla.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze effective fundraising strategies in increasing humanitarian fund acquisition at Lazismu Klaten. This research employs a qualitative descriptive approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving management, fundraising staff, and donors. The findings indicate that structural-based fundraising through Muhammadiyah's organizational network is the dominant factor in mobilizing donations. Transparency and accountability in financial reporting strengthen donor trust and encourage repeated contributions. The publication of social impact programs also plays a significant role in maintaining donor loyalty. Although digital fundraising has been implemented through social media and electronic payment systems, its effectiveness remains limited due to human resource constraints and inconsistent content management. The study concludes that the integration of structural networks, trust-building mechanisms, and impact-based communication forms an effective fundraising model in a community-based philanthropic institution. This research provides managerial implications for strengthening digital capacity and enhancing sustainable fundraising performance in zakat institutions.*

Keywords: *Fundraising Strategy; Trust; Digital Fundraising; Social Impact; Zakat Institution.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penggalangan dana yang efektif dalam meningkatkan perolehan dana kemanusiaan di Lazismu Klaten. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan manajemen, staf penggalangan dana, dan donatur. Temuan menunjukkan bahwa penggalangan dana berbasis struktural melalui jaringan organisasi Muhammadiyah menjadi faktor dominan dalam mobilisasi donasi. Transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan memperkuat kepercayaan donor dan mendorong kontribusi yang berulang. Publikasi program dampak sosial juga berperan penting dalam menjaga loyalitas donor. Meskipun penggalangan dana digital telah dilaksanakan melalui media sosial dan sistem pembayaran elektronik, efektivitasnya masih terbatas karena keterbatasan sumber daya manusia dan pengelolaan konten yang tidak konsisten. Studi ini menyimpulkan bahwa integrasi jaringan struktural, mekanisme pembangunan kepercayaan, dan komunikasi berbasis dampak membentuk model penggalangan dana yang efektif dalam lembaga filantropi berbasis komunitas. Penelitian ini memberikan implikasi manajerial untuk memperkuat kapasitas digital dan meningkatkan kinerja penggalangan dana berkelanjutan di lembaga zakat.

Kata Kunci: *Strategi Penggalangan Dana; Kepercayaan; Penggalangan Dana Digital; Dampak Sosial; Lembaga Zakat.*

PENDAHULUAN

Lembaga filantropi dan lembaga amal zakat memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan sosial dan pengentasan kemiskinan di Indonesia (Kurniawan, 2022). Dalam konteks negara berkembang, peran sektor filantropi menjadi semakin penting karena mampu melengkapi fungsi negara dalam penyediaan layanan sosial, penanggulangan bencana, pemberdayaan ekonomi, serta peningkatan akses pendidikan dan Kesehatan (Kaseng, 2024). Salah satu instrumen utama dalam filantropi Islam adalah zakat, infak, dan sedekah yang dikelola secara profesional melalui lembaga amal zakat. Di Indonesia, pengelolaan zakat telah mengalami perkembangan

signifikan, baik dari sisi regulasi, kelembagaan, maupun sistem manajemen. Lembaga amil zakat dituntut untuk tidak hanya mampu menghimpun dana, tetapi juga mengelolanya secara transparan, akuntabel, dan berdampak sosial luas (Khulataini, 2025). Dalam situasi tersebut, strategi fundraising menjadi faktor kunci keberlanjutan lembaga. Fundraising tidak lagi dipahami sebatas aktivitas pengumpulan dana, tetapi merupakan proses strategis yang mencakup komunikasi, promosi, manajemen relasi donatur, hingga pembangunan kepercayaan publik.

Perkembangan teknologi digital turut mengubah pola perilaku donasi masyarakat. Transformasi digital mendorong munculnya platform donasi online, penggunaan QRIS, e-wallet, crowdfunding, serta kampanye media sosial sebagai sarana penghimpunan dana. Perubahan ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi lembaga zakat (Bahri & Noviani, 2025). Di satu sisi, digitalisasi memperluas jangkauan donatur lintas wilayah dan generasi. Di sisi lain, lembaga dituntut memiliki kapasitas sumber daya manusia yang adaptif terhadap teknologi dan mampu menciptakan konten komunikasi yang menarik serta persuasif (Manalu, 2024). Sebagai bagian dari Lazismu nasional, Lazismu Klaten memiliki peran penting dalam penghimpunan dan pendistribusian dana zakat, infak, dan sedekah di wilayah Kabupaten Klaten. Secara kelembagaan, Lazismu berada di bawah struktur organisasi Muhammadiyah yang memiliki jaringan hingga tingkat ranting (Wulandari et al., 2026). Struktur hierarkis ini memberikan keunggulan dalam mobilisasi massa dan koordinasi program. Namun demikian, dinamika sosial dan perubahan perilaku donatur menuntut adanya inovasi strategi fundraising yang lebih adaptif dan modern. Fenomena menarik yang menjadi latar belakang penelitian ini adalah tingginya capaian dana kemanusiaan Lazismu Klaten dibandingkan beberapa wilayah lain di Jawa Tengah, khususnya dalam program tanggap bencana dan isu kemanusiaan nasional maupun internasional (Jubba et al., 2023). Keberhasilan tersebut menunjukkan adanya strategi khusus yang efektif dalam menggerakkan donasi masyarakat. Di sisi lain, hasil observasi awal menunjukkan bahwa strategi digital fundraising belum dimanfaatkan secara optimal.

Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya menyoroti strategi fundraising dalam konteks peningkatan jumlah donatur atau efektivitas digital fundraising di tingkat nasional (Putri, 2025a). Namun, kajian yang secara spesifik mengintegrasikan kekuatan struktur organisasi berbasis komunitas, transparansi lembaga, dampak sosial program, serta kesiapan digital dalam satu model analisis di tingkat lokal masih relatif terbatas. Dengan demikian, terdapat gap penelitian yang perlu diisi, khususnya dalam memahami bagaimana kombinasi strategi konvensional dan modern dapat diterapkan secara efektif pada lembaga zakat di wilayah semi-urban dan rural seperti Klaten (Lase et al., 2025). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi fundraising yang diterapkan oleh Lazismu Klaten dalam meningkatkan perolehan dana kemanusiaan, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat efektivitas fundraising, merumuskan rekomendasi strategis untuk penguatan fundraising berbasis struktur komunitas dan digitalisasi (Fitriani, 2025). Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen fundraising lembaga zakat, serta kontribusi praktis sebagai model strategis bagi lembaga filantropi lain dalam meningkatkan efektivitas penghimpunan dana secara berkelanjutan.

Fundraising dalam Perspektif Manajemen Nonprofit

(Putri, 2025b) Fundraising merupakan aktivitas strategis dalam organisasi nonprofit yang bertujuan untuk memperoleh sumber daya finansial guna mendukung keberlanjutan program sosial. Dalam perspektif manajemen, fundraising tidak hanya dipahami sebagai kegiatan pengumpulan dana, tetapi sebagai proses terintegrasi yang melibatkan perencanaan, komunikasi, relasi donor, serta jangka panjang dengan donatur melalui pendekatan komunikasi yang persuasif dan transparan. Pada lembaga filantropi Islam seperti Lazismu, fundraising juga berkaitan dengan nilai-nilai religiusitas dan kepercayaan sosial. Oleh karena itu, keberhasilan fundraising sangat dipengaruhi oleh reputasi lembaga, struktur organisasi, serta legitimasi sosial di Masyarakat

Teori Kepercayaan (Trust Theory) dalam Donasi

(AFID, 2023) Kepercayaan (trust) merupakan determinan utama dalam keputusan seseorang untuk berdonasi. Teori kepercayaan menyatakan bahwa individu akan memberikan dukungan finansial apabila mereka yakin bahwa lembaga pengelola dana bersifat transparan, akuntabel, dan memiliki integritas tinggi. Transparansi laporan keuangan dan publikasi dampak sosial menjadi indikator penting dalam membangun trust. Lembaga yang mampu menunjukkan bukti nyata pemanfaatan dana cenderung memiliki loyalitas donatur lebih tinggi serta kemungkinan donasi berulang yang

lebih besar. Dengan demikian, transparansi menjadi variabel strategis dalam manajemen fundraising.

Teori Social Capital dan Jaringan Organisasi

(Ardiyansyah & Rahayu, 2025) Konsep social capital menekankan pentingnya jaringan sosial, norma, dan kepercayaan dalam memobilisasi sumber daya kolektif. Organisasi berbasis komunitas dengan struktur jaringan yang kuat memiliki keunggulan dalam menghimpun partisipasi anggota. Dalam konteks Lazismu Klaten, kekuatan jaringan Muhammadiyah dari tingkat daerah hingga ranting dapat dipahami sebagai bentuk modal sosial yang mempermudah mobilisasi donasi secara cepat dan terkoordinasi. Struktur hierarkis yang solid memungkinkan instruksi dan kampanye fundraising disebarkan secara efektif kepada anggota dan simpatisan.

Digital Fundraising dan Perubahan Perilaku Donatur

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola perilaku donasi masyarakat. Digital fundraising memanfaatkan media sosial, platform crowdfunding, dan sistem pembayaran elektronik untuk memperluas jangkauan donatur. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digital fundraising efektif dalam menjangkau generasi milenial dan Gen Z yang lebih adaptif terhadap teknologi. Namun, efektivitas strategi digital sangat bergantung pada kapasitas sumber daya manusia, kualitas konten komunikasi, serta konsistensi kampanye daring. Tanpa pengelolaan yang profesional, kanal digital tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan dana (Saumi & Makhrus, 2025).

Dampak Sosial sebagai Faktor Loyalitas Donatur

(Pramita et al., 2025) Teori impact-based fundraising menjelaskan bahwa donatur cenderung memberikan dukungan berulang apabila mereka merasakan dampak nyata dari kontribusinya. Publikasi kisah penerima manfaat (impact story), dokumentasi visual, serta laporan hasil program menjadi alat komunikasi yang memperkuat emotional engagement antara lembaga dan donatur. Semakin tinggi persepsi manfaat sosial yang dirasakan, semakin besar kemungkinan terjadinya donor retention.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai strategi fundraising pada lembaga amal zakat telah banyak dilakukan, baik dalam konteks penghimpunan zakat, penguatan relasi donatur, maupun pemanfaatan digitalisasi.

1. Penelitian oleh (Suparwi et al., 2023) pada Lazismu Kabupaten Jepara menunjukkan bahwa strategi fundraising yang efektif bertumpu pada pendekatan struktural dan penguatan jaringan organisasi Muhammadiyah. Mobilisasi melalui struktur organisasi terbukti mampu meningkatkan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah secara signifikan. Penelitian ini menekankan pentingnya koordinasi internal dan pendekatan berbasis komunitas.
2. Selanjutnya, penelitian (Mulyono et al., 2022) mengenai strategi digital fundraising pada LAZ Global Zakat menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial, crowdfunding, dan pembayaran digital mampu meningkatkan partisipasi donatur, terutama dari generasi muda. Namun, efektivitasnya sangat bergantung pada kualitas konten dan konsistensi kampanye digital.
3. Penelitian (TAUFIK, n.d.) pada Lazismu Banyuwangi menyimpulkan bahwa strategi transparansi dan pelaporan publik berpengaruh positif terhadap peningkatan dana zakat dan dana sosial keagamaan lainnya. Transparansi dinilai mampu memperkuat kepercayaan dan loyalitas donatur.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi fundraising yang diterapkan oleh Lazismu Klaten dalam konteks operasional nyata. Studi kasus

memungkinkan peneliti menggali fenomena secara komprehensif berdasarkan kondisi aktual lembaga.

2. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah strategi fundraising efektif dalam meningkatkan perolehan dana kemanusiaan.

Subjek penelitian meliputi:

1. Manajer Lazismu Klaten
2. Divisi Program
3. Divisi Fundraising
4. Perwakilan donatur
5. Pengurus Kantor Layanan

Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam aktivitas fundraising.

3. Peubah (Variabel) yang Diamati

Meskipun penelitian ini bersifat kualitatif, peubah konseptual tetap diidentifikasi untuk memandu analisis. Peubah yang diamati meliputi:

1. **Strategi Struktural**
 - Mobilisasi jaringan Muhammadiyah (PDM, PCM, Ranting)
 - Koordinasi internal organisasi
2. **Transparansi dan Akuntabilitas**
 - Publikasi laporan keuangan
 - Dokumentasi penyaluran bantuan
3. **Digital Fundraising**
 - Pemanfaatan media sosial
 - Penggunaan QRIS dan platform digital
 - Konsistensi konten kampanye
4. **Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)**
 - Jumlah dan kompetensi staf fundraising
 - Penguasaan digital marketing
5. **Dampak Sosial Program**
 - Jenis program kemanusiaan
 - Persepsi manfaat oleh donatur
6. **Kolaborasi Internal dan Eksternal**
 - Kerja sama Amal Usaha Muhammadiyah
 - Kemitraan CSR dan komunitas

Cara Mengukur Peubah

Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pengukuran dilakukan melalui:

- **Wawancara mendalam (in-depth interview)** untuk menggali persepsi dan pengalaman informan
- **Observasi partisipatif** terhadap aktivitas fundraising
- **Analisis dokumentasi** laporan keuangan dan publikasi program

Selain analisis kualitatif, dilakukan pula **coding deskriptif** untuk menilai tingkat efektivitas setiap peubah berdasarkan persepsi informan, yang kemudian diinterpretasikan dalam kategori (rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi).

4. Model Analisis

Model analisis yang digunakan adalah model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi:

1. **Reduksi Data**
Menyeleksi dan memfokuskan data sesuai dengan variabel strategi fundraising.

2. **Penyajian Data (Data Display)**
Menyusun data dalam bentuk narasi dan tabel kategorisasi.
3. **Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi**
Menginterpretasikan temuan dan mengaitkannya dengan teori fundraising, trust, dan social capital.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer, divisi fundraising, dan pengurus kantor layanan, serta analisis dokumentasi penghimpunan dana, ditemukan bahwa keberhasilan strategi fundraising di Lazismu Klaten ditopang oleh kombinasi pendekatan struktural, transparansi pengelolaan dana, optimalisasi jaringan internal Muhammadiyah, serta pemanfaatan media digital.

1. Strategi Fundraising Berbasis Struktur Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penghimpunan dana dilakukan secara terkoordinasi melalui jaringan Muhammadiyah mulai dari tingkat daerah, cabang, hingga ranting. Setiap momentum penggalangan dana (seperti bencana alam atau program sosial tertentu) disampaikan melalui jalur struktural sehingga informasi cepat diterima oleh anggota dan simpatisan. Informan menyatakan bahwa keberadaan jaringan ini mempermudah mobilisasi donasi karena masyarakat sudah memiliki kedekatan emosional dan kepercayaan terhadap organisasi. Hal ini menjadi kekuatan utama dibandingkan hanya mengandalkan kampanye terbuka. Temuan ini menegaskan bahwa modal sosial organisasi berperan besar dalam efektivitas penghimpunan dana.

2. Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana

Dalam laporan penelitian Ibu dijelaskan bahwa lembaga secara rutin menyampaikan laporan penghimpunan dan penyaluran dana melalui media sosial dan laporan internal organisasi. Dokumentasi penyaluran bantuan juga dipublikasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada donatur.

Berdasarkan hasil wawancara, transparansi tersebut meningkatkan rasa percaya dan mendorong donatur untuk kembali berdonasi pada program berikutnya. Donatur merasa yakin bahwa dana yang disalurkan benar-benar dimanfaatkan sesuai peruntukannya.

Dengan demikian, transparansi tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi terbukti menjadi strategi mempertahankan loyalitas donatur.

3. Pemanfaatan Digital Fundraising

Penelitian menemukan bahwa lembaga telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana kampanye program kemanusiaan, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS untuk mempermudah transaksi donasi.

Namun, berdasarkan temuan lapangan, pemanfaatan digital belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat keterbatasan SDM dalam pengelolaan konten dan konsistensi publikasi. Digital fundraising berfungsi sebagai pendukung strategi struktural, bukan sebagai strategi utama. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi sudah berjalan, tetapi masih membutuhkan penguatan kapasitas manajerial dan teknis.

4. Dampak Program sebagai Pendorong Donasi Berulang

Temuan penelitian menunjukkan bahwa donatur cenderung kembali berdonasi ketika mereka melihat dampak nyata dari program kemanusiaan yang dijalankan, seperti bantuan sosial, pendidikan, dan respon kebencanaan.

Publikasi kegiatan dan laporan program memberikan gambaran konkret mengenai manfaat yang dirasakan masyarakat. Persepsi manfaat tersebut memperkuat komitmen donatur untuk terus berpartisipasi.

5. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung:

- Jaringan organisasi yang kuat
- Kepercayaan masyarakat
- Dukungan Amal Usaha Muhammadiyah
- Momentum keagamaan (seperti Ramadhan)

Faktor penghambat:

- Keterbatasan SDM digital
- Persaingan antar lembaga zakat
- Fluktuasi donasi di luar momentum tertentu

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi fundraising tidak berdiri pada satu pendekatan tunggal, melainkan merupakan hasil integrasi antara kekuatan struktur organisasi, transparansi pengelolaan dana, serta pemanfaatan media digital sebagai instrumen pendukung. Temuan ini memperkuat konsep bahwa kepercayaan (trust) menjadi fondasi utama dalam penghimpunan dana. Struktur organisasi berfungsi sebagai sarana mobilisasi, sedangkan transparansi dan dampak sosial berfungsi sebagai mekanisme pemeliharaan loyalitas donatur. Selain itu, meskipun digital fundraising memberikan peluang perluasan jangkauan, dalam konteks lokal Klaten strategi berbasis jaringan komunitas tetap menjadi faktor dominan.

Dengan demikian, model strategi fundraising yang efektif dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Jaringan Struktural yang Kuat → Meningkatkan Trust → Memperkuat Loyalitas → Meningkatkan Perolehan Dana Kemanusiaan

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi fundraising yang diterapkan oleh Lazismu Klaten efektif dalam meningkatkan perolehan dana kemanusiaan melalui integrasi pendekatan struktural, transparansi pengelolaan dana, serta pemanfaatan media digital. Kekuatan jaringan Muhammadiyah menjadi faktor dominan dalam mobilisasi donasi, didukung oleh tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap lembaga. Transparansi laporan dan publikasi dampak program terbukti memperkuat loyalitas donatur dan mendorong donasi berulang. Sementara itu, digital fundraising berperan sebagai strategi pendukung dalam memperluas jangkauan penghimpunan dana, meskipun masih memerlukan penguatan kapasitas sumber daya manusia.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Lazismu Klaten, lembaga disarankan memperkuat strategi digital fundraising secara lebih sistematis melalui penyusunan perencanaan konten, kalender kampanye, segmentasi donatur digital, serta pemanfaatan analitik media sosial. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang digital marketing, storytelling program, dan pengelolaan konten visual juga menjadi kebutuhan penting agar kanal digital tidak hanya berfungsi sebagai pendukung, tetapi mampu menjadi salah satu pilar utama penghimpunan dana. Selain itu, karena publikasi dampak program terbukti mendorong donasi berulang, lembaga perlu menstandarkan format pelaporan dampak (impact report) yang dipublikasikan secara berkala untuk memperkuat komunikasi dengan donatur.

Di sisi lain, meskipun kekuatan utama fundraising saat ini bertumpu pada jaringan struktural Muhammadiyah, lembaga perlu mulai melakukan diversifikasi segmen donatur di luar jaringan tersebut, seperti masyarakat umum, komunitas profesional, dan generasi muda yang aktif di ruang digital. Pengembangan kolaborasi yang lebih formal dengan Amal Usaha Muhammadiyah dan mitra eksternal, termasuk institusi pendidikan, kesehatan, serta program CSR, juga penting untuk menciptakan aliran donasi yang lebih stabil dan berkelanjutan. Agar strategi yang telah efektif dapat direplikasi, penyusunan SOP fundraising terintegrasi berbasis struktur, kepercayaan, dan digitalisasi perlu dilakukan. Terakhir, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk menguji secara empiris pengaruh variabel trust, social capital, dan digital fundraising terhadap peningkatan perolehan dana pada berbagai lembaga zakat di wilayah yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Afid, A. N. H. (2023). *Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Kepercayaan Donatur Wakaf Melalui Crowdfunding*.
- Ardiyansyah, A., & Rahayu, S. (2025). Penguatan Modal Sosial Melalui Pelatihan Manajemen Organisasi Komunitas Di Kabupaten Sumbawa. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 129–136.
- Bahri, S., & Noviani, D. (2025). Digital Charity: Transformasi Zakat Dan Sedekah Di Era Teknologi Finansial Syariah. *Jurnal Pendidikan Berkelanjutan*, 6(4).
- Fitriani, N. I. (2025). *Analisis Swot Terhadap Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Dana Zis Di Kabupaten Tangerang (Studi Pada Baznas Kabupaten Tangerang)*.
- Jubba, H., Ishlahuddin, I., Safitri, L. Y., & Huda, A. F. (2023). Motivasi Filantropi Di Kalangan Milenial Muslim Indonesia. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 115–133.
- Kaseng, E. S. (2024). Manajemen Filantropi Kebencanaan Terhadap Masyarakat Terdampak Bencana. *Jurnal Ekonomi Dan Riset Pembangunan*, 2(1), 1–10.
- Khulataini, L. (2025). Analysis Of Accountability And Transparency Of Digital Zakat Management In Amil Zakat Institutions: A Sharia Accounting Perspective: Analisis Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Zakat Digital Pada Lembaga Amil Zakat: Perspektif Akuntansi Syariah. *Ekonomipedia: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 121–135.
- Kurniawan, T. (2022). Strategi Kebijakan Pembangunan Sosial Melalui Gerakan Filantropi Islam Di Kabupaten Belitung. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 7(2), 116–133.
- Lase, D., Absah, Y., Lumbanraja, P., Giawa, Y., & Gulo, F. (2025). Infrastruktur Digital Dalam Perspektif Konseptual: Kajian Teoretis, Temuan Empiris, Dan Agenda Riset Masa Depan. *Tuhenori: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 80–94.
- Manalu, E. P. D. (2024). Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Modern. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah Fdik Iain Padangsidempuan*, 6(2), 243–258.
- Mulyono, S. H., Ayuniyyah, Q., & Ibdalsyah, I. (2022). Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 67–79.
- Pramita, E., Asmawardani, E. D., Putra, A. S., Ismail, M., Amin, N., & Ilham, M. (2025). Implementasi Strategi Marketing Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Minat Calon Donatur Di Panti Asuhan Bilyatimi Surabaya. *Journal Of Islamic Management*, 5(1), 1–28.
- Putri, N. M. (2025a). *Analisis Peningkatan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Melalui Digital Fundraising Berdasarkan Pendekatan Total Quality Management Studi Di Inisiatif Zakat Indonesia*.
- Putri, N. M. (2025b). *Analisis Peningkatan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Melalui Digital Fundraising Berdasarkan Pendekatan Total Quality Management Studi Di Inisiatif Zakat Indonesia*.
- Saumi, A., & Makhrus, M. (2025). Inovasi Digital Fundraising Berbasis Platform Filantropi Dalam Meningkatkan Kesadaran Berderma Di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Administrasi Publik*, 3(2), 109–129.

Suparwi, K. R., 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.

Taufik, A. I. (N.D.). *Peran Duta Baznas Untuk Meningkatkan Literasi Generasi Muda Pada Baznas Jawa Timur Tesis*.

Wulandari, I., Prastiwi, I. E., & Marimin, A. (2026). Perkembangan Ekonomi Syariah Di Ranting Muhammadiyah Gading. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 12(1), 70–76.