

**Strategi Fundraising LAZISMU Malaysia dalam Meningkatkan Peran
Lembaga Zakat Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan**

Sutrisno

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
sutrysno@umy.ac.id

ABSTRACT

This research aims to investigate how the fundraising strategies of zakat institutions are implemented, with a case study of LAZISMU Malaysia. This study is qualitative in nature, utilizing a case study approach. The methods employed for data collection include observation, interviews, and documentation. Interviews were conducted with 6 informants consisting of personnel in the Human Resources department, fundraising department, and head of the fundraising department. Data validity was tested using triangulation of sources and triangulation of techniques. The findings of this research indicate that LAZISMU Malaysia has generally implemented fundraising strategies in line with both direct and indirect fundraising methods. Furthermore, these strategies have helped enhance the role of zakat institutions in poverty reduction through various productive zakat programs. However, the research also identified challenges in fundraising implementation, particularly in maximizing fundraising strategies, resulting in Indonesian communities residing around LAZISMU Malaysia being less familiar with LAZISMU. To address these challenges, LAZISMU Malaysia plans to alter its fundraising strategy by conducting educational campaigns targeting the Indonesian community in Malaysia to increase awareness about zakat, infaq, and sadaqah payments.

Keywords: Fundraising Strategy, Poverty Alleviation, LAZISMU Malaysia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi penggalangan dana lembaga zakat diterapkan, dengan studi kasus LAZISMU Malaysia. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap 6 orang informan yang terdiri dari personel bagian Sumber Daya Manusia, bagian penggalangan dana, dan kepala bagian penggalangan dana. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa LAZISMU Malaysia secara umum telah menerapkan strategi penggalangan dana baik dengan metode penggalangan dana langsung maupun tidak langsung. Lebih lanjut, strategi tersebut telah membantu meningkatkan peran lembaga zakat dalam pengentasan kemiskinan melalui berbagai program zakat produktif. Namun penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam implementasi penggalangan dana, khususnya dalam memaksimalkan strategi penggalangan dana, yang mengakibatkan masyarakat Indonesia yang berada di sekitar LAZISMU Malaysia kurang mengenal LAZISMU. Untuk mengatasi tantangan ini, LAZISMU Malaysia berencana mengubah strategi penggalangan dana dengan melakukan kampanye pendidikan yang menasar masyarakat Indonesia di Malaysia untuk meningkatkan kesadaran tentang pembayaran zakat, infaq, dan sadaqah.

Kata Kunci: Strategi Penggalangan Dana, Pengentasan Kemiskinan, LAZISMU Malaysia

PENDAHULUAN

Problematika yang sampai saat ini masih terus berlanjut di Indonesia adalah kemiskinan. Kemiskinan termasuk masalah yang menjadi perhatian khusus bagi pemerintah Indonesia karena kemiskinan adalah sebuah permasalahan yang berhubungan dengan isu kesenjangan antara kaya dan miskin. Isu kesenjangan tersebut dapat dilihat berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *World Bank*. Terdapat 25,9 juta orang yang hidup di bawah garis kemiskinan dari total seluruh penduduk di Indonesia yaitu 275,77 juta jiwa (*World Bank*, 2022).

Islam memiliki aturan sebagai upaya pengentasan kemiskinan, dengan tujuan perbaikan masalah perekonomian melalui pengelolaan dana zakat, yang sudah dijalankan sejak zaman *Rasulullah Shalallahu 'alaihi Wassalam* (Darmawan, A. et al, 2021). Hal ini tertulis dalam Q.S. al-Hasyr ayat 7 yang berbunyi:

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولٍ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝

Artinya :*"Harta rampasan (fai') dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya"* (Q.S. al-Hasyr ayat 7).

Zakat, infaq dan sadaqah berpotensi untuk pemberdayaan umat. Berdasarkan data dari Baznas pada tahun 2021, besaran potensi zakat di Indonesia mencapai Rp327,6 triliun. Data tersebut merupakan hasil perolehan zakat perusahaan sebesar Rp144,5 triliun, zakat penghasilan dan jasa sebesar Rp139,07 triliun, zakat uang sebesar Rp58,76 triliun, zakat pertanian sebesar Rp19,79 triliun dan zakat peternakan sebesar Rp9,52 triliun (Puskas Baznas, 2021). Namun, fakta perolehan zakat di Indonesia hanya sebesar Rp71,4 triliun dan belum bisa diperoleh sebesar potensi. Penyebab rendahnya pengumpulan zakat di Indonesia dikarenakan tingkat literasi masyarakat terhadap pengelolaan zakat masih rendah (Setio,dkk. 2021).

Fundraising merupakan pokok penting di dalam lembaga pengelolaan zakat, infaq dan sadaqah. Jika kegiatan *fundraising* ditiadakan dalam lembaga tersebut, maka semua kegiatan didalamnya tidak akan bisa berjalan dengan baik. Dalam rangka mencapai hasil *fundraising* yang maksimal, lembaga pengelolaan zakat dituntut memiliki strategi *fundraising* yang tepat melalui pendekatan *personal* kepada calon *muzakki*. Selain itu, *fundraising* dapat memberikan edukasi tentang peran zakat, sosialisasi dan promosi tentang pentingnya zakat sehingga terciptanya kesadaran masyarakat untuk berzakat. Strategi *fundraising* yang tepat mempengaruhi citra lembaga pengelolaan zakat. Strategi *fundraising* yang dilakukan secara langsung

maupun tidak langsung akan membentuk dan memberi gambaran lembaga zakat dalam mengelola dana yang diperoleh (Kurniawati, 2020).

TINJAUAN LITERATUR

1. Zakat

Zakat merupakan nilai penting bagi ajaran Islam. Zakat secara etimologis dapat diartikan sebagai kata yang berarti berkembang (*an-namaa*), mensucikan (*at-tharatu*) dan berkah (*al-barakatu*). Sedangkan secara terminologi, zakat berarti menyisihkan sebagian harta dengan ketentuan tertentu yang ditujukan untuk kelompok tertentu (*mustahik*) dengan syarat yang tertentu pula (Prastiwi, 2020).

Tujuan zakat adalah untuk mencapai keadilan ekonomi. Zakat adalah bagian dari transfer sederhana pengalokasian dana dari masyarakat kaya untuk masyarakat miskin. Fungsi dan posisi zakat penting dalam ajaran Islam, karena zakat termasuk ke dalam sendi-sendi Islam. Selain itu zakat mengandung unsur yang dapat membersihkan diri *muzaki* dari sifat tercela serta menumbuhkan sifat-sifat kebaikan (Barkah, 2020).

Adapun syarat dan rukun zakat sebagai berikut:

- 1) Syarat Zakat
 - a. Beragama Islam.
 - b. Merdeka.
 - c. Mukallaf atau akil baligh atau sudah dewasa.
 - d. Bebas dari hutang.
 - e. Memiliki harta yang cukup.
 - f. Hak milik sendiri.
 - g. Harta tersebut telah mencapai nisab.
 - h. Harta tersebut harus didapatkan dengan cara yang halal dan baik.
- 2) Rukun zakat

Dalam rukun zakat, mengandung unsur-unsur yang hendaknya dipenuhi terlebih dahulu sebelum berzakat. Rukun zakat meliputi orang yang berzakat, harta yang dizakatkan, dan orang yang berhak menerima zakat.

2. Infaq

Infaq adalah suatu ibadah yang memiliki dua dimensi, yaitu dimensi *vertikal* yang berarti infaq adalah bentuk dari kepatuhan umat kepada Allah SWT, dan yang kedua yaitu dimensi *horizontal* atau dimensi sosial, dimensi ini adalah bentuk dari sikap peduli antar sesama muslim. Selain itu, dimensi ini adalah bentuk dari Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin* (agama pembawa kasih sayang bagi alam semesta) (Anik & Prastiwi, 2019).

Dalam berinfaq ada syarat dan rukun yang harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Syarat Infaq
 - a. Mengeluarkan infaq dengan tujuan untuk mencari Ridho Allah SWT.
 - b. Mengeluarkan infaq dengan ikhlas tanpa adanya celaan dan umpatan.

- c. Mengeluarkan infaq dengan harta pribadi, dan harta yang didapatkan dengan halal dan baik.
- d. Mengeluarkan infaq sesuai dengan kemampuan, tidak boros dan tidak kikir.

2) Rukun Infaq

- a. Pemberi infaq, yaitu orang yang mengeluarkan infaq
- b. Adanya orang yang diberikan infaq.
- c. Materi atau harta yang di infaqkan.
- d. Ijab dan qabul.

3. Sadaqah

Sadaqah merupakan suatu anugerah dalam bentuk harta maupun materi yang diberikan oleh seorang muslim terhadap orang lain secara sukarela tanpa adanya paksaan atau batasan waktu juga jumlah tertentu. Sadaqah memiliki nilai keutamaan yang lebih dibanding zakat, apabila dalam proses penyerahannya disalurkan secara diam-diam atau tanpa memberitahukan kepada kaum. Berdasarkan hadis Nabi SAW yang mendapat balasannya di hari akhir kelak ialah seorang yang memberi sadaqah lewat tangan kanannya lalu menyembunyikan seolah-olah tangan kirinya tidak mengetahui apa pun yang telah diberi oleh tangan kanannya (Sisweda et al.,2020).

Adapun rukun dan syarat dalam bersadaqah adalah sebagai berikut:

- a. Orang yang bisa memberi.
- b. Orang yang diberi.
- c. Ada ijab dan qabul.
- d. Ada barang atau harta yang diberi.

4. *Fundraising* (umum)

Norton (2002:1) menjelaskan bahwa *fundraising* adalah upaya menghimpun uang/sumber daya lain yang memiliki nilai dan manfaat yang digunakan untuk pembiayaan pelayanan yang diberikan sebagai bentuk bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan serta pembiayaan operasional organisasi pelayanan sosial tersebut.

Tujuan *fundraising* secara umum ialah menghimpun dana yang memiliki nilai dan manfaat, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan dan pendukung, dan membangun citra lembaga.

Kegiatan *fundraising* tidak hanya bernilai uang semata, namun kegiatan *fundraising* apabila dijalankan dengan baik dan tepat maka akan menambah citra positif bagi orang atau lembaga yang menjalankannya. Secara istilah *fundraising* bisa di definisikan sebagai kegiatan atau usaha untuk memperoleh dan menghimpun zakat, infaq dan sadaqah maupun sumber daya lainnya dari masyarakat secara perorangan, kelompok maupun organisasi yang nantinya akan di salurkan untuk mustahik (Abdul Ghofur, 2018).

Fundraising memiliki metode pelaksanaan yang terbagi menjadi dua yaitu *fundraising* langsung dan tidak langsung. *Fundraising* langsung merupakan bentuk-bentuk *fundraising* yang proses pelaksanaannya langsung berinteraksi dan

memberikan akomodasi langsung pada muzaki. Contoh penerapan metode ini adalah presentasi langsung dan *telefundraising*. Sedangkan metode *fundraising* tidak langsung dalam pelaksanaannya organisasi pengelola zakat tidak mengakomodasi *muzaki* secara langsung melainkan melalui promosi dan bila dalam pelaksanaannya tepat maka akan membentuk citra lembaga yang positif. Contoh penerapan metode ini adalah penyelenggaraan *event*, menjalin relasi, mediasi para tokoh dan melalui referensi. (Widi Nopiardo, 2017).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan metode kualitatif deskriptif, yang merupakan sebuah penelitian dengan menggunakan data kualitatif yang kemudian dijabarkan secara deskriptif dalam bentuk tulisan maupun lisan serta tindakan atau perilaku dari subjek yang diteliti (Sugiyono 2019).

Dalam penelitian ini peneliti berusaha mendeskripsikan dan menganalisis strategi *fundraising* zakat, infaq, dan sadaqah dalam meningkatkan perolehan dana sebagai upaya pengentasan kemiskinan. Dalam penelitian ini memerlukan data yang didapatkan langsung dari sumber-sumber data yang menyangkut kaitannya dengan permasalahan yang sedang diteliti. Data yang diperlukan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sebagaimana data primer yaitu data yang dihasilkan lewat wawancara. Sedangkan data sekunder yaitu data yang dihasilkan lewat *website* resmi yang sudah dipublikasi. Tahapan dari teknik pengumpulan data antara lain observasi, wawancara, dokumentasi, triangulasi dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

LAZISMU Malaysia memiliki target *fundraising* sebesar 1,2 miliar pada tahun 2023 dan sebelumnya menargetkan *fundraising* sebesar 1 M terlebih dahulu menyusun Rencana Strategi (RENSTRA) dan Rencana Kerja Anggaran Tahunan (RKAT). RKAT dan RENSTRA merupakan dokumen yang berisi tentang kerangka acuan LAZISMU Malaysia dalam melaksanakan pengelolaan zakat, infaq dan sadaqah, baik penghimpunan maupun pendistribusian yang selaras dengan visi dan misi LAZISMU Pusat. Selain itu, fungsi RENSTRA adalah memberi gambaran strategi dan struktur kinerja kunci yang harus tercapai oleh LAZISMU Malaysia dalam menghimpun dana ZIS dari masyarakat Indonesia yang tinggal di Malaysai dan masyarakat umum.

Dalam pelaksanaan *fundraising*, LAZISMU Malaysia menggunakan dua metode atau strategi yaitu *fundraising* secara langsung dan *fundraising* secara tidak langsung. *Fundraising* secara langsung adalah metode yang melibatkan interaksi dengan para donator atau *muzakki* secara langsung dalam proses penghimpunan dana ZIS. Sedangkan metode *fundraising* secara tidak langsung dalam proses penghimpunan

dana ZIS tidak melibatkan interaksi para pendonor /muzakki secara langsung tetapi proses *fundraising* dilakukan lewat media digital.

a. Strategi *Fundraising* Secara Langsung

1. Sosialisasi dan Edukasi ZIS Terhadap masyarakat Indonesia di Malaysia.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, bahwa Lazismu Malaysia melakukan strategi utama dalam menghimpun dana ZIS adalah dengan menaruh kaleng atau kontan infaq di warung, toko kelontong dan rumah masing2 warga Indonesia yang tinggal di Malaysia yang memiliki potensi tinggi dan berkenan menjadi *muzakki* Lazismu Malaysia. Namun, sebelum menghimpun dana ZIS dengan memberikan kotak infaq, Lazismu Malaysia terlebih dahulu melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai ZIS kepada para warga Indonesia yang berdomisili di Malaysia baik yang menjadi pekerja maupun komunitas pelajar dan profesional lainnya yang berminat menyalurkan zakat, infaqnya kemudian dibuatkan ikrar oleh Lazismu Malaysia sebagai bentuk komitmen dan persetujuan.

2. Pelayanan Via Kantor Layanan

Lazismu Malaysia memiliki 9 kantor layanan pembantu yaitu di sekretariat Pimpinan Cabang Istimewa Malaysia (PCIM)-Rumah Dakwah PCIM Malaysia dan sekretariat masing-masing Pimpinan Ranting Istimewa Malaysia (PRIM) di wilayah Malaysia. Sekretariat layanan pembantu Lazismu Malaysia dibentuk sebagai wadah untuk para *muzakki* menyalurkan zakat, infaq dan sadaqah melalui kantor layanan secara langsung. Dalam pelayanan melalui kantor layanan pembantu, muzakki yang paling banyak memberikan donasinya adalah pekerja migran Indonesia (PMI), yang kesehariannya bekerja sebagai kuli bangunan dan asisten rumah tangga di daerah Kuala Lumpur dan sekitarnya. Antara pengurus Lazismu Malaysia dan layanan pembantu yang berada di masing-masing PRIM saling bersinergi untuk mengingatkan dan menyadarkan *muzakki* yang belum menunaikan zakatnya maupun *muzakki* yang belum berzakat.

3. Layanan pada sekretariat masing-masing komunitas PMI

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi pada penelitian yang diteliti, diketahui bahwa dengan hadirnya layanan yang membantu di sekretariat masing-masing komunitas tersebut dapat memberikan layanan dan kemudahan terhadap para muzakki untuk menyalurkan bantuan dana ZIS. Layanan pembantu tersebut melayani pembayaran zakat, konsultasi zakat dan pengambilan bantuan. Hadirnya layanan pembantu yang berada di area komunitas PMI memudahkan para donatur sehingga terdapat banyak masyarakat Indonesia sekaligus menunaikan ZISnya tanpa harus datang ke kantor layanan Lazismu Malaysia. Layanan Gerai Zakat adalah solusi kemudahan bagi calon *muzakki* untuk membayar ZIS secara fleksibel.

4. Penyelenggaraan Event atau sponsor

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dalam penelitian yang telah dilakukan, salah satu penyelenggaraan *event* yang diselenggarakan oleh

Lazismu Malaysia adalah Pesantren Ramadhan yang bekerja sama dengan PCIM dan PCIA Malaysia yang pesertanya diikuti oleh anak-anak dengan mengangkat tema tentang kegiatan ibadah di bulan Ramadhan dan, infaq dan sadaqah. Selain itu, *event* yang biasa diselenggarakan oleh Lazismu Malaysia dalam bentuk pengajian setiap bulan. Selanjutnya tujuan penyelenggaraan *event* tersebut adalah agar masyarakat lebih mengenal kegiatan dakwah di Malaysia termasuk terkait dengan kegiatan ZIS yang dapat mendorong masyarakat Muslim untuk menyisihkan sebagian hartanya disalurkan kepada Lazismu Malaysia.

b. Strategi *Fundraising* Secara Tidak Langsung

1. Promosi *Online*

Berdasarkan hasil wawancara dalam penelitian diketahui bahwa, strategi *fundraising* yang dilakukan oleh Lazismu Malaysia adalah dengan promosi *online* melalui media sosial pada Facebook, Instagram, Twitter, *website*, Youtube secara efektif untuk menyampaikan informasi mengenai ZIS kepada masyarakat di Malaysia.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, membuat masyarakat lebih banyak yang memilih untuk mencari informasi lewat sosial media. Informasi melalui sosial media Instagram dan Facebook Lazismu Malaysia adalah yang paling banyak menjangkau pada masyarakat, informasi yang dipublikasikan juga lengkap, mulai dari informasi perolehan dana, penyaluran dana, program-program Lazismu Malaysia serta informasi mengenai ZIS. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah *followers* sosial media yang dimiliki oleh Lazismu Malaysia.

2. *Digital Payment*

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa layanan kemudahan yang bisa dirasakan oleh muzakki ketika ingin membayar ZIS adalah melalui *digital payment*. *Digital payment* merupakan sebuah alat/media pembayaran secara online yang pengoperasiannya lewat sebuah aplikasi yang terpasang di *smartphone*. *Digital payment* Lazismu Malaysia yaitu lewat aplikasi m-Banking, dompet digital, kitabisa.com, serta QRIS. *Digital payment* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah dompet digital, m-Banking dan QRIS. Hal ini menandakan bahwa hampir semua media *digital payment* telah digunakan masyarakat untuk membayar dana ZIS secara tidak langsung.

3. Program Receh Berkah (RB)

Hasil observasi dan wawancara pada penelitian ini, ditemukan bahwa strategi *fundraising* secara tidak langsung yang digunakan adalah program RB (Receh Berkah) yang merupakan pendekatan kemitraan dengan cara menitipkan kontak infaq Lazismu Malaysia kepada masyarakat Indonesia yang tinggal di Malaysia yang dapat memudahkan muzakki untuk berdonasi. Setiap bulan staf Lazismu mengambil kotak infaq tersebut dari para donatur.

Berdasarkan hasil wawancara dan penelitian, diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Lazismu Malaysia berasal dari penghimpunan dana ZIS warga negara Indonesia yang berada di Malaysia. Sebagaimana diketahui bahwa Lazismu Malaysia paling banyak menghimpun dana ZIS dari PMI, namun dalam proses penghimpunannya masih banyak para *muzakki* PMI yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dan masih rendahnya kesadaran dalam membayar ZIS. Meskipun sosialisasi telah gencar dilakukan oleh Lazismu Malaysia. Namun, Kesadaran membayar ZIS masih dinilai rendah khususnya bagi para PMI yang telah sukses di Malaysia.

Selain itu, kendala lainnya yang dihadapi oleh Lazismu Malaysia adalah dari masyarakat profesional yang tinggal di Malaysia yang masih menyalurkan dana ZIS disalurkan secara langsung kepada penerima bantuan. Selanjutnya masih kurangnya edukasi tentang pentingnya berzakat, infaq dan sadaqah yang harus dibayarkan bagi setiap muslim. Kemudian kendala dari segi media pembayaran yang disediakan oleh Lazismu terutama masyarakat yang berusia lanjut tidak familier dan memahami tentang pembayaran secara *online* sehingga masyarakat berpersepsi bahwa untuk membayar ZIS harus datang langsung ke kantor layanan Lazismu Malaysia untuk membayarkan dana ZIS.

Berdasarkan hasil penelitian (Dimitrova, 2021), dan (Sutrisno, Haron, & Gusana Saputra, 2022), (Sutrisno & Haron, 2022) diketahui bahwa strategi *fundraising* dan proses *fundraising* yang dilakukan oleh Lazismu Malaysia sudah sesuai dengan karakteristik dan tahapan penggalangan dana lembaga sosial dan lembaga zakat yang dilakukan dan relevan dengan teori *fundraisng* lembaga zakat. Selanjutnya materi strategi *fundraising* yang disampaikan dalam bentuk sosialisasi dalam bentuk edukasi terkait dengan kewajiban muslim dalam membayar ZIS di Malaysia.

KESIMPULAN

Pelaksanaan strategi *fundraising* ZIS oleh Lazismu Malaysia dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu *fundraising* secara langsung dan secara tidak langsung. Strategi *fundraising* secara langsung terdiri dari, sosialisasi edukasi ZIS dengan sasaran utama pelaksanaannya adalah PMI yang tinggal di Malaysia, pelayanan melalui kantor layanan pembantu, layanan komunitas, dan penyelenggaraan event. Sedangkan strategi *fundraising* secara tidak langsung terdiri dari, promosi *online*, *digital payment*, dan program RB (Receh Berkah). Dalam melaksanakan strategi *fundraising*, kendala yang dihadapi oleh Lazismu Malaysia berasal dari penghimpunan dana PMI yang tinggal di Malaysia. Hal ini disebabkan oleh masih kurangnya kesadaran dan para PMI yang berpindah-pindah tempat kerja sehingga terkendala untuk membayar dana ZIS melalui Lazismu Malaysia.

DAFTAR PUSTAKA

Agro Kurniawan, S. E. (2022). Strategi fundraising dalam mengelola dana (zis) zakat,

- infaq, shadaqah di lazismu wilayah bengkulu. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur dan ...*, 3(2), 244–250. Diambil dari <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jems/article/view/3425>
- Angita, rista tri, Rinofah, R., & Sari, pristin prima. (2021). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, 02(01), 56–70.
- Anshori, A. (2018). Studi Ayat-Ayat Zakat sebagai Instrumen Ekonomi Islam dalam Tafsir Al Misbah. *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, 1(1), 55–68. Diambil dari <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/article/view/3848>
- Anshori, R., Nadilla, A., Almuajddedi, M., Prodi Ilmu Agama Islam Program Magister, M., Yogyakarta, U., Fakultas Agama Islam, M., & Muhammadiyah Sumatera Barat, U. (2021). Efektivitas Penghimpunan Dana Zakat, Infak, dan Shadaqah Pada Program Ramadhan 1440 H oleh Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1825–1834.
- Astuti, R. Y., & Prayogi, I. A. (2019). Penerapan Penghimpunan dan Pendistribusian Dana Zakat Berdasarkan Zakat Core Principle. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 02(04), 570–594.
- Dimitrova, M. (2021). *Fundraising, Grant Writing, Capital and Endowment Campaigns in Creative Industries*. (July 2017). Retrieved from <http://www.thecreativeindustries.co.uk/media/322389/creative-industries-routes-to-finance.pdf>
- Fauziah, N. D., Hana, U. A., & Mauliana, E. (2021). Nur Dinah Fauziah, 03(02), 93–102.
- Guntur, Sunantri, S., & Rafik, A. (2021). Strategi Fundraising Dan Filantropi Dalam Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Di Kabupaten Sambas. *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, 6(2), 103.
- Hakim, L., & Syaputra, A. D. (2020). Al-Qur'an dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 629. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1310>
- Hayatuddin, A. K. (2020). Strategi Fundrising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Di Baznas Karanganyar Pasca Pemberlakuan Uu No. 23 Tahun 2011. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 1(1), 52–68. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v1i1.2365>
- Ilyas, M. (2021). STRATEGI DALAM MENGHIMPUN DANA ZAKAT, INFAQ DAN SHODAQOH (Studi Kasus Pada Laznas Dewan Da'wah Sumatera Selatan Kota Prabumulih). *Adl Islamic Economic*, 2(P-ISSN: 2722-2810 E-ISSN: 2723-1771), 77–88.
- Ismail, S. N. (2020). Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi*, 5(1), 112–114.
- Kamal, I. M., & Shofwa Shafrani, Y. (2022). Fundraising Strategi Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Banyumas. *Social Science Studies*, 2(2), 087–109. <https://doi.org/10.47153/sss22.3532022>
- Kurniawati, K. (2020). Strategi Pengumpulan Dana ZIS Melalui Sistem Berbayar

- Nontunai QRIS dalam Meningkatkan Minat Donatur di BAZNAS Provinsi Bali. *Widya Balina*, 5(2), 240–249. <https://doi.org/10.53958/wb.v5i2.68>
- Listanti, M., Nurdin, R., & Hasnita, N. (2021). Analisis Strategi Fundraising Dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat Di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat. *Journal of Sharia Economics*, 2(1), 22–41. Diambil dari <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/JoSE/article/view/1272>
- Moh. Arifin, & Maghfiroh Ahlul M. (2021). Strategi Fundraising Dana Zakat, Infak, Sedekah (Zis) Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Upz Baznas Yakin). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 2(2), 239–251. <https://doi.org/10.55210/arribhu.v2i2.666>
- Mohd. Fikri Azhari. (2019). Analisis Peran Generasi Milenial Pada Strategi Fundraising Dompot Dhuafa Di Kota Pekanbaru, 3(2), 164–182.
- Mongkito, A. W. (2019). Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zakat Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah (Laznas Bmh). *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 1(1). <https://doi.org/10.24256/kharaj.v1i1.793>
- Nopiardo, W. (2017). Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar Strategies Of Zakat Fundraising At Baznas Tanah Datar Regency. *Jurnal Imara*, 1, 58–71. Diambil dari <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/view/991>
- 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. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i01.179>
- Rachmawati, A., & Malik, Z. A. (2021). Analisis Strategi Penghimpunan Dana Zis Di Baznas Kabupaten Bandung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 489–493. Diambil dari [http://repository.uinjambi.ac.id/7383/1/Intan 501171616 PDF.pdf](http://repository.uinjambi.ac.id/7383/1/Intan%20501171616%20PDF.pdf)
- Raharjo, R. S. (2017). Strategi Komunikasi Lembaga Kemanusiaan dalam Menggalang Dana Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Dompot Duafa Yogyakarta dalam penggalangan dana). *Jurnal IKON -Politeknik Indonusa*, 1(5), 42–58.
- Saputro, N. L. H., & Sukmana, R. (2020). Pemilihan Aktivitas Fundraising Zakat Organisasi Pengelola Zakat Di Jawa Timur Menggunakan Analytic Network Process. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(3), 460. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20203pp460-471>
- Siregar, S. S., & Kholid, H. (2019). ANALISIS STRATEGI FUNDRAISING LEMBAGA AMIL ZAKAT MELALUI PLATFORM E-COMMERCE (Studi Komparatif ACT, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat). *al-Mizan*, 3(2), 205–222.
- Sofyan, S. (2018). Peran Lembaga Zakat dalam Mengentaskan Kemiskinan, 12, 339–364.
- Sundari, S. (2018). Zakat Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Pengentasan Kemiskinan. *Al-'Adalah: Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 3(1), 23–35.

<https://doi.org/10.31538/adlh.v3i1.403>

- Sutrisno, Haron, R., & Rozikan. (2022). The Role of Lazismu on Entrepreneurship Empowerment Program for the Poor . *Proceedings of the International Conference on Sustainable Innovation Track Humanities Education and Social Sciences (ICSIHESS 2021)*, 626(23), 131–138. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211227.023>
- Sutrisno, & Haron, R. (2022). Zakat contribution model in entrepreneurship empowerment of zakat institutions. *NUsantara Islamic Economic Journal*, 1(2), 142–154. <https://doi.org/10.34001/nuiej.v1i2.251>
- Sutrisno, Haron, R., & Gusana Saputra, Y. (2022). Impact of Zakat Distribution on Entrepreneurship Program: A Case of BAZNAS Yogyakarta, Indonesia. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 18(2). <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v18i2.16550>
- Thoin, M., & Andrian, R. (2021). Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1689–1695. Diambil dari <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi>:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3659>
- Umam, H., Wibisono, M. Y., Kahmad, D., & Muhtadi, A. S. (2022). Strategi rebranding hubungan masyarakat LAZISNU pada upaya pengentasan kemiskinan di Jawa Barat. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 267. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.35288>
- Wita Utami, T. S. (2021). Jenis-Jenis Kemiskninan Kajian Teori. *Jurnal Pionir LPPM*, 7, 21.