

## STRATEGI PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM PENGHIMPUNAN ZAKAT PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT CABANG JEMBER

Mohammad Mirza Pratama<sup>1</sup>, Inas Hazimatur Rofifah<sup>2</sup>

<sup>1,3</sup>Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

[Mirzha.jo@gmail.com](mailto:Mirzha.jo@gmail.com), [inashazimaturrofifah@gmail.com](mailto:inashazimaturrofifah@gmail.com)

Received: 27-04-2025

Revised: 15-05-2025

Approved: 26-05-2025

### ABSTRAK

*Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi penerapan digital marketing dalam penghimpunan zakat pada lembaga amil zakat Nurul Hayat Jember dan untuk menjelaskan dampak dari strategi penerapan digital marketing dalam penghimpunan zakat pada lembaga amil zakat Nurul Hayat Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Untuk menentukan subjek dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik purposive, sedangkan dalam teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan Kesimpulan. Dan untuk keabsahan datanya menggunakan triangulasi teknik. Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwasanya penerapan digital marketing pada lembaga Nurul Hayat sangat berdampak positif dan dapat membantu lembaga dalam mempermudah mendapatkan calon donatur, dengan melalui media digital para masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi dan dengan mudah melakukan transaksi melalui online saja.*

**Kata Kunci:** Zakat, Digital Marketing, Penghimpunan

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to explain how the strategy of implementing digital marketing in collecting zakat at Nurul Hayat Jember amil zakat institution and to explain the impact of the strategy of implementing digital marketing in collecting zakat at Nurul Hayat Jember amil zakat institution. The research method used in this research is through a qualitative approach with descriptive research type. To determine the subject in this research is using purposive technique, while in the data collection technique using observation, interview, and documentation techniques. Data analysis in this study uses data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. And for the validity of the data using triangulation techniques. The results found in this study indicate that the application of digital marketing at Nurul Hayat institutions has a very positive impact and can help institutions in making it easier to get potential donors, through digital media the community can easily receive information and easily make transactions through online only.*

**Keywords:** Zakat, Digital Marketing, Collection

### PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, transformasi teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan. Modernisasi yang terjadi di Indonesia telah membawa banyak perubahan pada perkembangan kehidupan manusia. Manusia memanfaatkan teknologi sebagai media yang sangat berpengaruh besar terhadap sebuah strategi dalam pemasaran produk ataupun dalam hal lainnya. Pemanfaatan teknologi yang berkembang pada saat ini salah satunya adalah media sosial. (Bagas fajri pradana., 2018)

Digital Marketing merupakan proses pemasaran yang dilakukan melalui media digital online seperti media sosial. Dunia media sosial mempengaruhi banyak orang di seluruh dunia, tidak hanya antara individu dan perangkat yang terhubung. Pemasaran digital melibatkan pemasaran terintegrasi dan interaktif yang memungkinkan pembeli, produsen, dan masyarakat berinteraksi satu sama lain. Pemasaran digital melalui media

online tidak hanya memudahkan dan memperluas peluang pemasaran tetapi juga sangat bermanfaat bagi penghimpunan zakat dalam mempromosikan informasi seperti pemasaran digital agar lebih mudah diakses oleh masyarakat umum. Membuat informasi tentang Zakat tersedia untuk umum.(Erwin 2023)

Di era digital yang serba cepat dan instan ini, mengoptimalkan teknologi digital untuk pemasaran dan pelayanan adalah hal yang sangat bagus. Organisasi yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan semua kecenderungan digitalisasi ini akan gagal. Organisasi tersebut bahkan dapat hancur dan keluar dari persaingan. Dengan cara yang sama, lembaga zakat harus terus beradaptasi dan berimprovisasi dalam mengembangkan strateginya untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, akan sangat menarik untuk melihat bagaimana lembaga zakat mengelola organisasinya untuk menghadapi perkembangan teknologi digital yang sangat pesat ini sehingga mereka dapat terus bertahan dan bahkan mengalami perkembangan.(Muhammad Fathoni Yasin and Saputra 2023)

Keberhasilan digital marketing dapat bergantung pada keberhasilan promosi, penyusunan strategi pemasaran harus mempertimbangkan dengan cermat media mana yang harus digunakan untuk promosi. Secara umum, platform digital marketing kontemporer termasuk website, sosial media, e-commerce, dan lainnya.(Zulmi et al. 2018) Data penggunaan media sosial tahun 2024 menurut databoks.katadata.co.id. yaitu total pengguna media sosial berjumlah 191 juta pengguna (73,7% dari populasi), Sedangkan pengguna aktif media sosial berjumlah 167 juta pengguna (64,3% dari populasi) hal ini membuktikan bahwasanya sekarang masyarakat banyak yang sudah menggunakan sosial media. Dengan adanya hal tersebut maka digital marketing yang diterapkan dalam zakat akan sangat berpotensi dalam pengembangannya

Zakat merupakan salah satu dari rukun Islam yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Zakat merupakan bagian dari ibadah seperti shalat, puasa, dan haji, tetapi juga merupakan prinsip keuangan dalam ajaran Islam. Zakat adalah bagian penting dari sistem ekonomi Islam, yang didasarkan pada ajaran Islam dan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat, persaudaraan secara keseluruhan, dan pembagian yang adil. Zakat memiliki peran penting dalam risalah Islam karena membantu dakwah Islam dan mendorong umat muslim dalam tolong menolong. Zakat mendorong ekonomi umat, maka dari itu perlu adanya pengelolaan zakat yang baik agar zakat mampu memperbaiki ekonomi umat islam yang membutuhkan.(Holil 2019)

Sebagai negara mayoritas muslim, dengan penduduk muslim terbesar di dunia, menjadikan potensi zakat di Indonesia sangat besar. Pertumbuhan ekonomi yang baik dan tumbuhnya muslim kelas menengah baru maka akan semakin meningkatkan potensi besar zakat tersebut.(Hidayatullah, Khotimah, and Rosyid 2023) Zakat telah dikelola di Indonesia sejak awal agama Islam dan berkembang pada individu dan kelompok atau institusi tertentu. Namun, kebanyakan ulama' dunia dan Indonesia setuju bahwa pemerintah harus membantu dalam menangani dan mengelola zakat. Diharapkan bahwa pengelolaan mampu bisa meningkat dalam aspek efektivitas pengumpulan dan pengalokasian dana zakat untuk tujuan yang diinginkan. Zakat produktif merupakan zakat yang diberikan kepada mustahik yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka dan digunakan sebagai modal usaha untuk meningkatkan ekonomi mereka. Zakat ini harus digunakan sesuai dengan kebutuhan.(Mohammad Ingsul 2022)

Perlu diketahui bahwasanya masyarakat Indonesia dalam mendistribusikan

dana zakatnya biasanya lebih memilih mendistribusikan sendiri atau dipercayakan kepada tokoh agama setempat, namun seiring waktu ada pergeseran pengumpulan zakat tidak hanya bertumpu pada tokoh agama setempat, namun sudah dikumpulkan melalui masjid-masjid setempat. Kemudian berkembangnya waktu lagi para masyarakat akhirnya dapat percaya kepada lembaga amil zakat. (Masruroh et al. 2023)

Di Kabupaten Jember terdapat BAZNAS dan tujuh Lembaga Amil Zakat yang besar keberadaannya seperti LAZ Nurul Hayat, LAZISMU, Lembaga Amil Zakat Al-Baitul Amien (AZKA), Yatim Mandiri, YDSF, Lembaga Amil Zakat RIZKI, dan LAZISNU. Masing masing lembaga memiliki model digital marketing yang berbeda beda.

Dalam penelitian ini akan tertuju pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember. Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember adalah lembaga zakat yang bergerak dalam bidang sosial dan dakwah. Kantor pusatnya berada di Surabaya, tetapi memiliki cabang di beberapa kota lain. Kantor pusat di Jember terletak di Jl. Hayam Wuruk XIX No. 200 B, Sempusari, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, sejak 2014. (Khairiyah 2022)

Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember merupakan salah satu lembaga sosial yang menjadi jembatan untuk melakukan suatu usaha kesadaran dari sekelompok masyarakat yang peduli akan pengentasan kemiskinan dan kesejahteraan fakir miskin. Dalam pengelolaan dana zakat. Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat tidak hanya menggunakan metode tatap muka dengan muzaki, akan tetapi juga menggunakan teknologi media online yang sekarang menjadi senjata utama dalam bersosial secara luas.

Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat memanfaatkan platform digitalnya sebagai informasi kepada para masyarakat untuk memudahkan mereka dalam menyalurkan sebagian harta yang mereka punya untuk berzakat. Dalam platform media sosial yang digunakan juga sangat efektif untuk muzaki atau para masyarakat dalam menyalurkan berita atau informasi terkait kondisi yang menjadi pusat perhatian lembaga dalam membantu untuk mensejahterakan kebutuhan yang dibutuhkan. Dengan adanya platform media ini sangat membantu lembaga dari yang sebelumnya hanya mampu bertatap secara face to face namun sekarang dapat dengan mudah menggunakan platform media, hal ini juga mempermudah lembaga dalam mempublis dan memberikan transparansi keuangan sesuai dengan program yang dijalankan oleh lembaga.

Salah satu bentuk penghimpunan zakat yang dilakukan oleh lembaga Nurul Hayat Jember adalah menggunakan laman website yaitu zakatkita.org. yang berisi tentang penggalangan zakat dan infaq untuk program program yang disediakan oleh lembaga Nurul Hayat. Salah satu program penghimpunan zakat yang ada di Nurul Hayat Jember adalah sedekah jariyah, pesantren tahfidz yatim dhuafa yang sudah terhimpun dana sebesar Rp. 639.829762 dalam target penghimpunan sebesar 1 milyar rupiah. Selain itu masih banyak program program lain yang masih dalam proses penggalangan dana yang akan dikelola untuk beasiswa pendidikan yatim dhuafa, pembangunan masjid dan lain lain.

Dari latar belakang di atas maka fokus penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi penerapan digital marketing dalam penghimpunan zakat pada lembaga amil zakat Nurul Hayat Jember dan apa dampak dari strategi penerapan digital marketing dalam penghimpunan zakat pada lembaga amil zakat Nurul Hayat Jember.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menerapkan pendekatan kualitatif yaitu proses untuk mencoba mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia. Metode ini dipilih untuk mendapatkan hasil yang sedalam-dalamnya dari informan sehingga dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

Lokasi yang akan di lakukan dalam penelitian ini yaitu di kantor Lembaga Amil Zakat Nasional Nurul Hayat Cabang Jember, Bertempat di Perum Taman Gading No. P-8, Tegal Besar, Kec. Kaliwares, Kab. Jember. karena Lembaga Nurul Hayat Cabang Jember salah satu LAZ yang memanfaatkan digital marketing dalam pengelolaan maupun penghimpunannya dengan baik sehingga dapat mempermudah donatur dalam bertransaksi ketika ingin memberikan donatur.

### **Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:(Sugiyono 2020)

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yaitu dari Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember yang berupa hasil wawancara.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti melalui banyak sumber yang sebelumnya yang sudah ada seperti jurnal, buku, atau temuan yang lain.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:(Amtai Aslan 2010)

#### **1. Wawancara**

wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan lisan kepada orang lain, baik secara langsung atau melalui teknologi komunikasi. Dalam penelitian ini informan atau narasumbernya adalah Kepala Cabang Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember, Staff Administrasi Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember, Staff Program Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember, dan Staff Fundraising Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember

#### **2. Observasi**

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan pengamatan terhadap fenomena sosial yang akan diteliti

#### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan sebagai pelengkap dari teknik observasi dan wawancara. Teknik ini memuat berbagai catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk sebuah tulisan, gambar maupun sejarah kehidupan.

### **Teknik Analisi Data**

Analisis data merupakan upaya untuk menyusun data secara sistematis dari data yang diperoleh melalui data lapangan, wawancara, dan teknik lainnya sehingga mudah di pahami. Adapun teknik yang digunakan sebagai berikut:(Feny Rita et al. 2020)

#### **1. Pengumpulan Data**

Pada tahap awal dapat dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan alat tulis dan juga menggunakan alat teknologi handphone untuk mencatat hingga merekam data yang telah disampaikan narasumber

#### **2. Kondensasi Data**

Kondensasi data memiliki acuan terhadap proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data yang terdapat pada catatan lapangan tertulis, hasil wawancara, hasil dokumen, dan bahan empiris lainnya

### 3. Penyajian Data

Penyajian data penelitian dilakukan secara jelas dengan bentuk uraian singkat pada hasil penelitian dan membuat bagan yang dapat di pahami dengan mudah oleh peneliti maupun orang lain.

### 4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan terus menerus sembari mencari temuan baru. Kesimpulan tersebut dilakukan dari data-data yang sudah di analisis dan untuk memperjelas temuan yang masih tidak jelas sebelumnya.

## Tahap Penelitian

Dalam tahap tahap penelitian yang digunakan yaitu:

### 1. Pra Lapangan

Pada tahap ini peneliti mencari permasalahan atau fenomena serta mencari referensi yang relevan dengan judul penelitian.

### 2. Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini setelah peneliti mendapatkan izin untuk melakukan penelitian di lokasi yang telah ditentukan, selanjutnya peneliti langsung terjun ke lapangan dan melakukan proses penelitian

### 3. Penyusunan Laporan

Pada tahap ini setelah peneliti memperoleh data yang dibutuhkan dan data tersebut juga sudah dilakukan analisis, maka tahap selanjutnya adalah membuat laporan penelitian.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Penghimpunan Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember

Digital marketing adalah semua upaya pemasaran yang didukung oleh alat elektronik dan internet. Hal ini mencakup berbagai strategi dan saluran, seperti menggunakan social media, konten dalam pemasaran, email, dan lain-lain untuk berhubungan dengan pelanggan yang sudah ada dan potensial. Philip Kotler dan Kevin Keller mengatakan bahwa digital marketing adalah proses pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan teknologi digital saat ini, terutama Internet, didukung oleh telepon seluler, iklan bergambar, dan media digital lainnya. Philip Kotler dan Kevin Keller menggambarkan digital marketing sebagai proses yang melibatkan penggunaan alat dan platform digital dengan memanfaatkan kekuatan internet dan media digital lainnya untuk mencapai pelanggan dengan cara yang tepat waktu, relevan, personal, dan biaya efektif.(Pahlevi and Musa 2023)

Strategi digital marketing adalah perencanaan atau pendekatan yang digunakan secara online melalui berbagai saluran digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan potensial, dan meningkatkan penjualan.(Fazar dan Hamdan 2024)

Dari hasil penelitian yang dilakukan Strategi penerapan digital marketing yang dilakukan oleh lembaga amal zakat Nurul Hayat yaitu melalui website, media sosial berupa konten, dan iklan untuk mempromosikan lebih lanjut.

Lembaga Nurul Hayat memiliki website yaitu zakatkita.com yang dapat mempermudah para calon donatur dalam memahami mengenai zakat dan bertransaksi untuk mengeluarkan zakat. dalam website tersebut para calon donatur bisa melihat tentang program-program yang dimiliki oleh lembaga, di dalam menu program-program tersebut para calon donatur juga dapat mengetahui mengenai deskripsi dari permasalahan yang ada pada program tersebut, selain itu para calon donatur juga bisa melihat dana yang sudah terkumpul dari suatu program yang ada. Dengan adanya website ini juga dapat membantu para calon donatur dalam menghitung zakat yang wajib kita keluarkan serta dapat memudahkan dalam menyalurkan zakat, infaq atau sedekah, karena website ini menyediakan transaksi secara online yang memudahkan para calon donatur dalam bertransaksi dan tidak perlu mendatangi ke kantor lembaga.

Lembaga Nurul Hayat juga memiliki platform media sosial seperti tik tok, facebook, you tube, dan instagram. Platform tersebut nantinya akan di isi dengan konten digital yang akan di sebar luaskan melalui media sosial yang dimiliki oleh lembaga. Konten digital merupakan sebuah informasi berbentuk foto atau video yang tersedia melalui media online. Pada zaman sekarang konten digital tidak asing bagi pengguna media sosial online. Maka dari itu lembaga Nurul Hayat mengikuti perkembangan zaman dengan cara mengaplikasikan program yang dimiliki lembaga melalui sebuah konten digital, sehingga masyarakat bisa mengakses informasi tersebut dengan lebih mudah dan membuat mereka tertarik akan pentingnya zakat maupun sedekah. Hal ini dapat meningkatkan para calon donatur untuk memberikan zakat atau sedekah mereka dan membuat pemasukan dari penggalangan dana yang dilakukan lembaga meningkat.

Lembaga Nurul Hayat juga menggunakan iklan sebagai bentuk mempromosikan program kerja yang ada di lembaga. Iklan merupakan pesan atau berita yang bertujuan untuk menarik perhatian lebih kepada masyarakat. Lembaga Nurul Hayat juga menggunakan iklan berbayar melalui iklan Ads yang ada di facebook maupun di instagram, namun hal ini digunakan untuk program program tertentu saja, penggunaan iklan ini dikelola oleh pimpinan pusat Nurul Hayat dan tidak dikelola oleh cabang-cabang yang dimiliki Nurul Hayat. Namun setiap cabang bisa menggunakan iklan dengan metode kolaborasi dengan content creator yang ada di kota tersebut untuk mempromosikan mengenai program yang ada di Nurul hayat.

### **Dampak Dari Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Penghimpunan Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember**

Dampak adalah pengaruh atau akibat yang ditimbulkan oleh suatu tindakan atau suatu keputusan. Dalam hal ini strategi digital marketing yang dilakukan oleh lembaga amal zakat Nurul Hayat dalam membantu penghimpunan zakat pasti memiliki dampak baik untuk lembaga maupun untuk para donatur.

Menurut hasil wawancara, penerapan strategi digital marketing sangat menguntungkan bagi lembaga Nurul Hayat. Penerapan penghimpunan yang sebelumnya hanya melewati metode offline berupa door to door atau bertemu secara langsung, namun sekarang bisa menggunakan metode online, dengan adanya metode

secara online maka akan lebih bervariasi dalam proses penghimpunan zakat, sehingga dalam proses tersebut akan lebih meningkatkan calon donatur untuk lembaga

Strategi digital marketing juga memiliki dampak yang baik bagi fundraiser, karena dengan menggunakan metode online para fundraiser dapat berkomunikasi secara online tanpa harus menemui calon donatur, selain itu dengan menggunakan metode online dapat mengefisiensi waktu sehingga dalam waktu bersamaan para fundraiser dapat berkomunikasi dengan donatur lainya melewati media online.

Selain memudahkan bagi para fundraiser metode digital marketing juga memudahkan bagi para calon donatur, para donatur dapat mengakses program-program lembaga bisa melewati platform yang dimiliki oleh lembaga Nurul Hayat, selain itu juga para donatur juga dapat bertransaksi secara online tanpa harus datang ke kantor lembaga Nurul Hayat, hal ini sangat membantu bagi para donatur yang berada di luar kota ataupun sedang bekerja.

Strategi digital marketing juga sangat akrab dengan generasi sekarang yang memungkinkan hampir semua orang mempunyai media online sehingga mereka dapat dengan mudah menerima informasi dari lembaga Nurul Hayat mengenai program yang ada. Dengan adanya strategi digital marketing dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan bagi para donatur, sehingga jumlah donatur dapat bertambah banyak.

Dalam pelaksanaan metode digital marketing juga memiliki kendala seperti metode digital kurang dikuasai oleh orang yang sudah berumur, akan tetapi digital marketing juga sangat berdampak positif bagi generasi milenial, karena mereka lebih bisa memahami melewati konten yang disediakan oleh lembaga mengenai zakat, karena zaman sekarang semua serba digital.

## KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, telah dianalisis tentang Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Penghimpunan Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Jember, dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember menerapkan strategi digital marketing melalui website yang dimiliki yaitu zakatkita.com yang dapat memudahkan para donatur dalam menggali informasi, kemudian menggunakan konten digital yang akan di sebar luas melalui platform media sosial seperti tik tok, instagram, you tube, dan facebook Platform tersebut nantinya akan di isi dengan konten digital yang akan di sebar luaskan melalui media sosial yang dimiliki oleh lembaga dan yang terakhir menggunakan iklan sebagai bentuk mempromosikan program yang ada di dalam lembaga. Lembaga Nurul Hayat juga menggunakan iklan berbayar melalui iklan Ads yang ada di facebook maupun di instagram, namun hal ini digunakan untuk program program tertentu saja, penggunaan iklan ini dikelola oleh pimpinan pusat Nurul Hayat dan tidak dikelola oleh cabang-cabang yang dimiliki Nurul Hayat
- 2) Dampak dari stratgi digital marketing yang dilakukan oleh lembaga Nurul Hayat adalah sangat baik, dengan adanya strategi ini dapat mempermudah lembaga dalam menghimpun zakat secara online dan mempermudah bagi calon donatur dalam mendapatkan informasi melalui online serta memudahkan dalam proses transaksi tanpa harus datang ke kantor lembaga Nurul hayat. Strategi digital marketing juga memiliki dampak yang baik bagi fundraiser, karena dengan menggunakan metode online para fundraiser

dapat berkomunikasi secara online tanpa harus menemui calon donatur, selain itu dengan menggunakan metode online dapat mengefisiensi waktu sehingga dalam waktu bersamaan para fundraiser dapat berkomunikasi dengan donatur lainnya melewati media online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arromzi, Taufiqul Musyfik. 2022. "Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Juni 2022."
- Erwin, Erwin dkk. 2023. *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0 - Google Books*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hidayatullah, M.F., Khusnul Khotimah, and Achmad Fathor Rosyid. 2023. "Program Merawat Jenazah Untuk Literasi Zakat Infak Sedekah (ZIS)." *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 6 (3): 638-51. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i3.19494>.
- Holil. 2019. "Lembaga Zakat Dan Peranannya Dalam Ekuitas Ekonomi Sosial Dan Distribusi." *Al-Infahq: Jurnal Ekonomi Islam* 10 (1): 13-22.
- Jeklin, Andrew. 2016. "濟無No Title No Title No Title," no. July: 1-23.
- Masrurroh, Nikmatul, Samsul Arifin, Agus Ahmad Faizy Alfawwaz, and Sofiatul Munawwaroh. 2023. "Peningkatan Integritas Melalui Tata Kelola Kelembagaan Oleh Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jember." *Catimore: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 (2): 6-18. <https://doi.org/10.56921/cpkm.v2i2.79>.
- Mouwn Erland. 2020. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin.
- Muhammad Fathoni Yasin, and Edy Saputra. 2023. "Strategi Penerapan Digital Marketing Pada Lembaga Amil Zakat (Laz) Zakat Sukses." *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 15 (1): 109-28. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v15i1.1721>.
- Pahlevi, Cepi, and Muhammad Ichwan Musa. 2023. *Manajemen Strategi*. Penerbit Intelektual Karya Nusantara.
- RACO, J. R. 2010. *Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif*. *Jurnal EQUILIBRIUM*. Vol. 5. <https://doi.org/10.31237/osf.io/2pr4s>.
- Sholehah, Siti Daimatus. 2022. *Universitas Islam Negeri Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Juni 2022*.
- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Zulmi, Reli Afri, Suparyanto dan Rosad (2015, Puspitarini, Nakah Publikasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Agung Nugroho, Pengaruh Latihan, et al. 2018. *Strategi Fundrasing Berbasis Media Sosial Dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infak Dan Sedekah Di Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto*. *Jurnal SPORTIF: Jurnal Penelitian Pembelajaran*. Vol. 2.