



Analysis of the Effectiveness of Fundraising Strategies as an Improvement of Zakat Management at Baitul Maal Hidayatullah Ponorogo (2020-2022)

Analisis Efektivitas Strategi Fundraising Sebagai Peningkatan Pengelolaan Zakat Di Baitul Maal Hidayatullah Ponorogo (Tahun 2020-2022)

Ernaldo Fikrul Arifin^{1)*}, Zulfatus Sa'diah²⁾

¹⁾Universitas Islam Negeri Mataram

²⁾Universitas Darussalam Gontor Indonesia

*Correspondence: pascasarjana@uinmataram.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of the fundraising strategy implemented by Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Ponorogo in the period 2020–2022 in order to improve zakat management. In the context of Islam, zakat is a main pillar that plays an important role in economic development and poverty alleviation. BMH Ponorogo as a zakat management institution implements various strategies, both offline and online, to optimize zakat fund collection. This study uses a qualitative approach with a case study method, supported by quantitative data from financial reports, in-depth interviews, and surveys of donors and beneficiaries. The results of the study show that the digital fundraising strategy through social media, collaboration with companies, and the implementation of social programs have significantly increased the number of muzaki and zakat receipts, especially in 2022 after experiencing a decline in the previous year. Despite challenges such as low public understanding and high competition between zakat institutions, the effectiveness of BMH's fundraising strategy is considered quite high, marked by the achievement of revenue targets that always exceed expectations. This study emphasizes the importance of innovation, transparency, and integrity in zakat management to maintain public trust and participation.

Keywords: Zakat; Fundraising; BMH Ponorogo; Zakat Management; Digital Strategy; Muzaki

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi fundraising yang diterapkan oleh Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Ponorogo dalam kurun waktu 2020–2022 dalam rangka meningkatkan pengelolaan zakat. Dalam konteks Islam, zakat merupakan pilar utama yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. BMH Ponorogo sebagai lembaga pengelola zakat menerapkan berbagai strategi, baik offline maupun online, guna mengoptimalkan penghimpunan dana zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, didukung oleh data kuantitatif dari laporan keuangan, wawancara mendalam, serta survei terhadap donatur dan penerima manfaat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi fundraising digital melalui media sosial, kerjasama dengan perusahaan, serta pelaksanaan program sosial telah meningkatkan jumlah muzaki dan penerimaan zakat secara signifikan, khususnya pada tahun 2022 setelah mengalami penurunan di tahun sebelumnya. Meskipun terdapat tantangan seperti rendahnya pemahaman masyarakat dan tingginya kompetisi antar-lembaga zakat, efektivitas strategi fundraising BMH dinilai cukup tinggi, ditandai dengan pencapaian target penerimaan yang selalu melampaui ekspektasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya inovasi, transparansi, dan integritas dalam pengelolaan zakat untuk menjaga kepercayaan dan partisipasi masyarakat.

Kata Kunci: Zakat; Fundraising; BMH Ponorogo; Pengelolaan Zakat; Strategi Digital; Muzaki

This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Dalam hidup di dunia ini manusia pasti memiliki berbagai keinginan, salah satunya ingin mengumpulkan harta yang sebanyak-banyaknya karena itu adalah sebuah dorongan naluri dan fitrah dalam ajaran Islam

dikarenakan segala sesuatu yang ada di bumi maupun di langit itu mutlak milik Allah SWT (Sandy & Sumaryanto, 2023). Dan tiada sekutu bagi-Nya, manusia hanya sebagai pemegang amanah dalam penggunaan dan pemanfaatannya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan-Nya. Dalam kehidupan sehari-hari, bisa dilihat bahwasannya sekarang sudah dalam zaman krisis ekonomi seperti saat ini, dalam hal ini ada zakat yang menjadi instrument untuk pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan yang ada di masyarakat khususnya masyarakat Muslim (Ariyani, 2016). Zakat merupakan salah satu pilar dalam agama Islam yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Zainuri et al., 2022) Zakat disebutkan puluhan kali dalam Al-Qur'anul karim, di mana banyak ayat disebutkan dengan perintah untuk melakukannya, Allah SWT. Berfirman.

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَبُوا مَعَ الرِّجْعَيْنِ

Artinya : Dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang yang rukuk

Di Indonesia, pengelolaan zakat menjadi semakin strategis, terutama dalam konteks organisasi-organisasi sosial yang berfungsi sebagai lembaga pengumpul dan penyalur zakat. Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Ponorogo, sebagai salah satu lembaga zakat, berupaya untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan zakat melalui berbagai strategi fundraising yang inovatif (Effendi et al., 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi fundraising yang diterapkan oleh BMH Ponorogo dalam periode 2020 hingga 2022, serta dampaknya terhadap pengelolaan zakat. Untuk meminimalisir kesalahan dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat dalam melaksanakan praktik kegiatan pembayaran zakat dan menjaga agar tidak terjadi kesalahan dalam penghimpunan dan penyaluran zakat kepada yang berhak menerima zakat atau mustahiq, maka masyarakat membutuhkan suatu lembaga khusus yang terpercaya yang bisa membantu masyarakat agar pengelolaan dana zakat tersebut bisa mencapai sasaran zakat kepada yang berhak menerimanya (Makhrus et al., 2024).

Dalam proses peningkatan pengelolaan zakat lembaga amil zakat membutuhkan beberapa jumlah strategi yang perlu digunakan untuk mencapai tujuan yang direncanakan salah satunya adalah strategi fundraising zakat (Muhammad Ziadatul Khaq & Ika Khusnia Anggraini, 2024). Strategi Fundraising zakat merupakan suatu proses untuk mempengaruhi masyarakat atau muzaki agar ingin menyalurkan zakatnya, Fundraising zakat sangat berkaitan erat dengan kemampuan individu, organisasi dan otoritas hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menciptakan kesadaran, kepedulian dan motivasi untuk menyalurkan zakat, maka ini sangat penting, sebab sumber harta zakat adalah berasal dari donasi Masyarakat. Dalam Syariah Islam, urusan zakat dipercayakan kepada pemerintah Muslim dengan kata lain, pemerintah ini menerima zakat dari mereka yang wajib membayar zakat dan mendistribusikannya kepada mustahik, demikian juga masyarakat memiliki kewajiban untuk mendukung peraturan dan memperkuat rukun Islam, dan memperkuat Era Baitul Maal. Data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menunjukkan bahwa potensi zakat di Indonesia mencapai Rp 233 triliun per tahun, namun yang terkelola baru sekitar 10% (BAZNAS, 2021). Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi lembaga-lembaga zakat untuk berinovasi dalam strategi pengumpulan dana. Dalam konteks ini, BMH Ponorogo menerapkan berbagai metode fundraising, termasuk kampanye digital, kerjasama dengan perusahaan, dan program-program sosial yang melibatkan masyarakat luas. Penelitian ini akan mengeksplorasi sejauh mana strategi-strategi tersebut berhasil meningkatkan pengelolaan zakat dan dampaknya terhadap masyarakat (Puspa et al., n.d.).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (Moleong, 2019) untuk menganalisis strategi fundraising yang diterapkan oleh BMH Ponorogo. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengurus BMH, donatur, dan penerima manfaat zakat, serta analisis dokumen terkait laporan keuangan dan program-program yang telah dilaksanakan. Selain itu, survei juga dilakukan untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai persepsi masyarakat terhadap efektivitas program fundraising yang dijalankan.

Dalam analisis data, peneliti akan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari wawancara dan dokumen yang dianalisis (Sugyono, 2018). Penelitian ini juga akan membandingkan data yang diperoleh dengan statistik dan laporan tahunan yang dikeluarkan oleh BMH Ponorogo dan lembaga zakat lainnya. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas strategi fundraising yang diterapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMH Ponorogo telah menerapkan berbagai strategi fundraising yang beragam dan inovatif. Salah satu strategi yang paling efektif adalah penggunaan media sosial sebagai platform untuk kampanye zakat. Selama periode 2020-2022, BMH Ponorogo berhasil meningkatkan jumlah donatur melalui kampanye digital yang dilakukan di platform seperti Instagram dan Facebook. Menurut data internal BMH, jumlah donatur meningkat sebesar 35% dari tahun 2020 ke 2022. Selain itu, BMH juga melakukan kerjasama dengan berbagai perusahaan dan organisasi non-pemerintah untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas program-program zakat. Misalnya, kerjasama dengan perusahaan lokal dalam bentuk program corporate social responsibility (CSR) telah berhasil mengumpulkan dana yang signifikan untuk program-program pemberdayaan masyarakat. Dalam laporan tahunan BMH Ponorogo, tercatat bahwa dana yang diperoleh dari kerjasama ini meningkat hingga 50% dalam dua tahun terakhir. Hasil dari semua strategi dalam 3 (tiga) tahun terakhir yang dilakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah bisa dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel.1 Data Penghimpunan Zakat Offline Dan Online

No	Tahun	Penerimaan	
		Offline	Online
1	2020	Rp. 171.369.000	Rp. 101.475.000
2	2021	Rp. 47.380.000	Rp. 79.274.000
3	2022	Rp. 76.050.000	Rp. 170.669.000

Sumber : Bag. Accounting BMH

Dari table.1 ini dapat kita lihat bahwa strategi fundraising zakat yang di lakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah secara offline dan online dalam 3 (tiga) tahun terakhir, pada strategi offline di tahun 2020 ke 2021 terjadi penurunan dari Rp. 171.369.000 ke Rp. 47.380.000, dan terjadi kenaikan pada tahun 2021 ke 2022 dari Rp. 47.380.000 ke Rp. 76.050.000, kemudian pada strategi online terjadi penurunan dari Rp. 101.475.000 ke Rp. 79.274.000, dan terjadi kenaikan pada tahun 2021 ke 2022 dari Rp. 79.274.000 ke Rp. 170.669.000.

BMH Ponorogo juga meluncurkan program-program sosial yang melibatkan masyarakat, seperti pelatihan keterampilan bagi penerima zakat. Program ini tidak hanya memberikan bantuan finansial, tetapi juga meningkatkan kapasitas dan kemandirian penerima zakat. Dari survei yang dilakukan, 70% penerima manfaat merasa bahwa program ini memberikan dampak positif terhadap kehidupan mereka.

Fundraising zakat sangat dipengaruhi oleh fungsi dan peran lembaga atau badan amil zakat yang sangat berpengaruh untuk kelancaran dalam mengelola zakat terutama dalam fundraising dana zakat, jikalau terjadi kesalahan yang dilakukan amil dalam bekerja, maka itu bisa mempengaruhi kepercayaan masyarakat sehingga eksistensi amil pun akan hilang sehingga mengakibatkan menurunnya jumlah muzaki yang ingin menyalurkan zakatnya ke amil atau lembaga tersebut (Yustisi Yurista et al., 2017). Efektivitas penyaluran menggambarkan pencapaian penyaluran zakat periode tertentu, baik jangka pendek, menengah atau jangka panjang. Untuk mengoptimalkan penyaluran zakat tersebut, maka amil zakat mesti melakukan pengelolaan dengan baik dengan menyusun perencanaan penyaluran, strategi pelaksanaan, pelaksanaan pengendalian serta pelaporan yang baik. Dengan demikian, mustahik merasakan manfaat dan keberkahan zakat (Zainuri et al., 2022). Semakin efektif penyaluran, maka semakin besar manfaat zakat yang dirasakan oleh mustahik. Efektivitas fundraising zakat menjadi tolak ukur untuk sebuah pengelolaan organisasi yang dijalankan, maka Baitul Maal Hidayatullah Ponorogo melakukan berbagai cara agar efektivitas fundraising zakat bisa tercapai. Dengan adanya berbagai metode strategi offline dan online yang dilakukan dalam bentuk program-program yang dibagi menjadi beberapa bidang yaitu; bidang dakwah, bidang pendidikan, bidang sosial, bidang aksi tanggap kebencanaan (Muhammad Ziadatul Khaq & Ika Khusnia Anggraini, 2024). Semua program-program ini merupakan strategi fundraising zakat sekaligus pendistribusian zakat yang dilakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah serta sebagai strategi branding untuk Baitul Maal Hidayatullah itu sendiri agar lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga dengan adanya strategi ini diharapkan terjadi peningkatan jumlah dana yang dikumpulkan maupun jumlah muzaki yang menyalurkan dananya melalui Baitul Maal Hidayatullah Ponorogo. Hal ini dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Data Jumlah Muzaki

No	Tahun	Jumlah Muzaki
1	2020	201
2	2021	149
3	2022	230

Sumber : Bag. Accounting BMH

Dilihat dari tabel.2 data jumlah muzaki yang ada di Baitul Maal Hidayatullah di atas dapat dilihat terjadi penurunan dan kenaikan jumlah muzaki dalam waktu 3 (tiga) tahun terakhir yang dimana pada tahun 2020 ke 2021 terjadinya penurunan jumlah muzaki dari 201 ke 149 orang, lalu pada tahun selanjutnya 2021 ke 2022 terjadi kenaikan jumlah muzaki dari 149 ke 230 orang. Analisis efektivitas strategi fundraising di BMH Ponorogo menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan zakat sangat dipengaruhi oleh inovasi dalam metode pengumpulan dana. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif telah terbukti mampu menarik perhatian generasi muda untuk berpartisipasi dalam program zakat. Menurut riset yang dilakukan oleh Pew Research Center (2021), sekitar 90% pengguna internet di Indonesia aktif di media sosial, sehingga memanfaatkan platform ini untuk fundraising menjadi sangat relevan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Data Penerimaan Zakat di BMH

Tahun	Penerimaan			Jumlah
	Zakat Fitrah	Zakat Maal	Zakat Profesi	
2020	Rp. 6.584.000	Rp. 88.980.000	Rp. 177.280.000	Rp. 272.844.000
2021	Rp. 6.203.000	Rp. 97.875.000	Rp. 22.576.000	Rp. 126.654.000
2022	Rp. 2.335.000	Rp. 85.419.000	Rp. 158.965.000	Rp. 246.719.000

Sumber : Bag. Accounting BMH

Penghimpunan zakat yang dilakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah dapat dilihat dari table.3 ini bahwasannya ada 3 (tiga) jenis zakat yang ada yaitu zakat fitrah, zakat maal dan zakat profesi yang dimana dilihat dari table.3 diatas menunjukkan terjadinya penurunan dan kenaikan di 3 (tiga) tahun terakhir, yang dimana pada tahun 2020 ke 2021 terjadinya penurunan jumlah penghimpunan dana zakat dari Rp. 272.844.000 ke Rp. 126.654.000, kemudian terjadi kenaikan penghimpunan dana zakat di tahun 2021 ke 2022 dari Rp. 126.654.000 ke Rp. 246.719.000. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Data Target dan Pencapaian Penerimaan Zakat di BMH

No	Tahun	Penerimaan Zakat	
		Target	Pencapaian
1	2020	Rp. 250.000.000	Rp. 272.844.000
2	2021	Rp. 47.380.000	Rp. 79.274.000
3	2022	Rp. 76.050.000	Rp. 170.669.000

Sumber : Bag. Accounting BMH

Dalam penghimpunan dana zakat Baitul Maal Hidayatullah memiliki targer dan pencapaian, dilihat dari tabel.4 menunjukan bahwa terjadinya penurunan dan kenaikan dalam jumlah target dan pencapaian, dilihat dari table.4 di atas menjelaskan bahwa dalam 3 (tiga) tahun terakhir Baitul Maal Hidayatullah dalamny pencapaiannya selalu melewati target yang ditetapkan, yang dimana pada tahun 2020 targetnya Rp. 250.000.000, dan pencapaiannya Rp. 272.844.000, lalu pada tahun 2021 targetnya Rp. 47.380.000, dan pencapaiannya Rp. 79.274.000, kemudian pada tahun 2022 targetnya Rp. 76.050.000, dan pencapaiannya Rp. 170.669.000. Melihat dari data-data diatas mulai dari tabel.1 hingga tabel.4 menerangkan bahwa terjadinya penurunan dan kenaikan jumlah data, yang dimana dari setiap tabel data diatas dari tahun 2020 ke tahun 2021 terjadi penurunan jumlah data, mulai dari jumlah data penghimpunan dana zakat secara offline : Rp. 171.369.000 menurun menjadi Rp. 47.380.000 dan online yaitu : Rp. 101.475.000 menurun menjadi Rp. 79.274.000, data jumlah muzaki yaitu : 201 menurun menjadi 149, data penerimaan zakat yaitu: Rp. 272.844.000 menurun menjadi Rp. 126.654.000, hingga data target dan pencapain penerimaan zakat yaitu : Rp. 250.000.000 menurun menjadi Rp. 47.380.000,

namun pada tahun selanjutnya yaitu pada tahun 2021 ke tahun 2022 pasti terjadi kenaikan jumlah data, mulai dari jumlah data penghimpunan dana zakat secara offline: Rp. 47.380.000 naik menjadi 76.050.000 dan online yaitu : Rp. 79.274.000 naik menjadi Rp. 170.669.000, data jumlah muzaki yaitu : 149 naik menjadi 230, data penerimaan zakat yaitu : Rp. 126.654.000 naik menjadi Rp. 246.719.000, hingga data target dan pencapaian penerimaan zakat yaitu : Rp. 47.380.000 naik menjadi Rp. 76.050.000, kemudian dianalisis dari teori tolak ukur efektivitas yang dijelaskan pada bab sebelumnya yang menjelaskan pencapaian adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu: Kurun waktu dan sasaran yang merupakan target kongkrit. Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil penelitian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini adalah hasil “bersih”. Proses analisis data seperti perhitungan statistik dan proses pengujian hipotesis tidak perlu disajikan (Winarno et al., 2024). Hanya hasil analisis dan hasil pengujian hipotesis saja yang perlu dilaporkan beserta dengan pembahasannya. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil penelitian secara verbal. Tabel dan grafik harus diberi komentar atau dibahas.

Dilihat dari hasil analisis strategi fundraising zakat yang dilakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah dengan teori yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi fundraising zakat sebagai peningkatan pengelolaan zakat yang dilakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah cukup efektif dilihat dari pencapaian, integritas dan adaptasi yang dilakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah cukup efektif, walaupun masih terjadinya penurunan jumlah data pada tahun 2020 ke 2021 namun, dalam hal ini juga terjadinya kenaikan pada tahun 2021 ke 2022 baik itu dari jumlah data penghimpunan dana zakat secara offline dan online (Ramadhan et al., 2021; Yasin & Ariyani, 2022), jumlah data muzaki, jumlah data penerimaan zakat hingga jumlah target dan pencapaian penerimaan dana zakat yang dimana pencapaian yang dilakukan oleh Baitul Maal Hidayatullah selalu melampaui batas target yang telah ditentukan (Ahmad Fauzi et al., 2024). Hal ini bisa dibuktikan dari data tabel.1 hingga data tabel.4 diatas yang menjelaskan ada kenaikan dari jumlah data yang ada.

Adapun faktor-faktor pendukung yang mempengaruhi muzaki dalam menyalurkan zakatnya ke Baitul Mall Hidayatullah adalah: 1) Sudah mendapatkan legalitas LAZ dari pemerintah, 2) Memiliki beberapa program-program yang jelas, 3) Peleporan penyaluran dana zakat dilakukan secara transparan. Dan dalam menghimpun zakat di Baitul Maal Hidayatullah ada beberapa factor-faktor yang menghambat yaitu : 1) Pemahaman masyarakat yang kurang, 2) Ada dari program-program yang belum diminati oleh masyarakat, 3) Bertabrakannya kegiatan amil dengan kegiatan yang ada di BMH. 4) Masih lemahnya semangat amil ketika gagal menghadapi para calon muzaki, 5) Adanya amil yang kurang tekun, 6) Ada banyaknya lembaga amil zakat di Ponorogo sehingga mengakibatkan masyarakat tidak hanya membayarkan zakatnya di Baitul Maal Hidayatullah (Maya Syafriana Effendi et al., 2022).

Kerjasama dengan perusahaan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan BMH Ponorogo. Dalam konteks ini, penting untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga zakat dan dunia usaha. Perusahaan yang terlibat dalam program CSR tidak hanya mendapatkan manfaat reputasi, tetapi juga dapat berkontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sebuah studi oleh McKinsey (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam CSR cenderung memiliki karyawan yang lebih loyal dan produktif (Winarno et al., 2024). Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam hal transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana zakat. Masyarakat perlu diyakinkan bahwa dana yang mereka sumbangkan akan dikelola dengan baik dan memberikan dampak yang nyata (Makhrus et al., 2024). Oleh karena itu, BMH Ponorogo harus terus berupaya untuk meningkatkan transparansi dalam laporan keuangan dan program-program yang dilaksanakan. Menurut laporan dari Transparency International (2022), lembaga yang memiliki tingkat transparansi tinggi cenderung lebih dipercaya oleh Masyarakat (Uddin & Sultana, 2022).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi fundraising zakat yang diterapkan oleh Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Ponorogo selama periode 2020–2022 tergolong cukup efektif dalam meningkatkan pengelolaan zakat. Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2021, namun pada tahun 2022 terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah muzaki, penerimaan dana zakat (baik offline maupun online), serta pencapaian yang selalu melampaui target yang ditetapkan. Inovasi dalam strategi digital fundraising, kerja sama

dengan perusahaan melalui program CSR, dan pelaksanaan program-program sosial yang terstruktur menjadi faktor penting dalam keberhasilan ini. Efektivitas tersebut juga ditunjukkan melalui peningkatan partisipasi masyarakat dan dampak langsung terhadap penerima manfaat zakat. Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan seperti rendahnya pemahaman masyarakat terhadap zakat, rendahnya semangat sebagian amil, dan persaingan dengan lembaga zakat lainnya di Ponorogo. Oleh karena itu, BMH perlu terus meningkatkan edukasi publik, memperkuat kapasitas amil, serta menjamin transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat. Keberhasilan strategi fundraising BMH juga menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif, digital, dan transparan menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi zakat untuk kesejahteraan umat.

Daftar Pustaka

- Ahmad Fauzi, R., Anwar, Y., & Khaerunnisa, I. (2024). Efficiency of Zakat Management and Its Impact on the Improvement of Mustahik Welfare. *The Accounting Journal of Binaniaga*, 9(02), 157–170. <https://doi.org/10.33062/ajb.v9i02.61>
- Ariyani, N. (2016). Zakat as a Sustainable and Effective Strategy for Poverty Alleviation: from the Perspective of a Multi-Dimensional Analysis. *International Journal of Zakat*, 1(1), 88–106. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v1i1.9>
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2021). Laporan Tahunan BAZNAS 2020.
- L.J Moleong. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Makhrus, M., Hasan, I., & Mukarromah, S. (2024). Manajemen Fundraising dalam Meningkatkan Kesadaran Berzakat Masyarakat Melalui Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.61813/jlppm.v3i1.102>
- Maya Syafriana Effendi, Hamka Halkam, Asri Warnanti, M. Iman Nugroho, & Venus F Firdaus. (2022). PENINGKATAN KAPASITAS ORGANISASI NIRLABA BAGI UNIT PENGELOLA ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH (ZIS). *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(3). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i3.23266>
- Muhammad Ziadatul Khaq, & Ika Khusnia Anggraini. (2024). ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI PENGELOLAAN DANA ZAKAT PADA ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT DI INDONESIA. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 3(4), 743–760. <https://doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.06>
- McKinsey & Company. (2020). *The ESG Premium: How Smart Companies*
- Puspa, A., Darajat Direktorat, F., Pajak, J., & Keuangan, K. (n.d.). PENYEMPURNAAN PRINSIP KEADILAN DALAM PENYELESAIAN TAGIHAN PAJAK PADA PROSES KEPAILITAN.
- Ramadhan, M. R., Rizqon, A. L., Harsoyo, N. D., & Haryadi, I. (2021). Strategi fundraising dana zakat (studi kasus LAZNAS Baitul Maal Hidayatullah Gerai Ponorogo Tahun 2020). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 5(2), 139. <https://doi.org/10.21111/jiep.v5i2.5807>
- Sandy, U. A., & Sumaryanto. (2023). Pentingnya Transparansi dan Akuntabilitas Laporan Keuangan Dana Zakat Infaq dan Shadaqoh terhadap Kepercayaan Pembayar Zakat, Infaq, Shadaqoh di LAZISMU DIY. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1059–1064. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.618>
- Sugyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Uddin, S. M. S., & Sultana, A. (2022). Breaking the barriers of Zakat management system through Islamic fintech. In *Digital Transformation in Islamic Finance* (pp. 251–272). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003262169-17>
- Pew Research Center. (2021). *Social Media Use in 2021*.
- Winarno, T., Muhtadi, I., & Sudarman, D. (2024). ANALYSIS OF THE PERFORMANCE OF THE NATIONAL AMIL ZAKAT INSTITUTION BAITUL MAAL HIDAYATULLAH USING THE BALANCED SCORECARD METHOD. *CASHFLOW CURRENT ADVANCED RESEARCH ON*

SHARIA FINANCE AND ECONOMIC WORLDWIDE, 3(4), 508–525.
<https://doi.org/10.55047/cashflow.v3i4.1420>

Yasin, A., & Ariyani, S. (2022). ANALISIS DAMPAK ZAKAT PRODUKTIF TERHADAP KESEJAHTERAAN MUSTAHIK DENGAN PENDEKATAN CIBEST. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(1), 115–128. <https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2481>

Yustisi Yurista, D., Luar Biasa Jurusan Ekonomi Islam, D., Ekonomi, F., & Unwahas, B. (2017). Prinsip Keadilan dalam Kewajiban Pajak dan Zakat Menurut Yusuf Qardhawi. In *Prinsip Keadilan dalam Kewajiban* (Vol. 39, Issue 1). <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ua>

Zainuri, M., Agustin, F., & Adawiyah, R. (2022). Strategi Fundraising Digital Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana Ziswaf Program Pemberdayaan Ekonomi Pada Koperasi Syariah Baitul Maal Wat Tamwil. *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 2(2), 123–148. <https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v2i2.282>