

# **DAMPAK PENERAPAN STRATEGI FUNDRAISING TERHADAP PENINGKATAN PENGELOLAAN DANA ZAKAT (STUDI DI LAZISMU SURAKARTA)**

**Fandi Rizki Kurniawan; Yayuli  
Hukum Ekonomi Syariah; Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

## **Abstrak**

Tujuan pokok fundraising zakat diantaranya menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun para simpatisan, membangun citra lembaga (brand image) dan memberikan kepuasan para muzakki. Penelitian ini mengangkat strategi fundraising yang diterapkan di LAZISMU Surakarta. Para fundraiser yang terdiri dari staff fundraiser dan Media, staff divisi Program, dan staff Keuangan saling bersinergi dalam rangka meningkatkan penghimpunan dana zakat dan penyerapan potensi zakat yang ada. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu dengan cara memaparkan informasi aktual yang terjadi di lapangan (field research). Hasil dari penelitian ini adalah strategi fundraising sangat perlu dilaksanakan karena terkait bertahannya sebuah lembaga zakat, menghimpun dana, langkah perluasan, dukungan moral legal serta keberlanjutan eksistensi muzakki itu sendiri. Penerapan strategi yang dilakukan secara direct dan indirect berdampak pada peningkatan pengetahuan masyarakat dalam berzakat, tersedianya para muzakki untuk memberi tanggapan secara langsung, peningkatan kepercayaan masyarakat, terciptanya kedekatan personal serta interaktif, terciptanya komunikasi dua arah, peningkatan kesadaran, peningkatan motivasi, dan meningkatkan kepuasan muzakki.

**Kata Kunci:** zakat, fundraising, strategi

## **Abstract**

The main objectives of zakat fundraising include collecting funds, gathering donors, attracting sympathizers, building the institution's brand image, and ensuring the satisfaction of the muzakki (those who pay zakat). This research focuses on the fundraising strategies implemented by LAZISMU Surakarta. The fundraisers, consisting of the fundraiser and media staff, program division staff, and financial staff, work synergistically to enhance zakat collection and tap into its potential. The research employs a qualitative method by presenting actual information obtained from field research. The findings indicate that fundraising strategies are crucial for the sustainability of a zakat institution, collecting funds, expansion steps, moral and legal support, and the continued existence of muzakki. The implementation of direct and indirect strategies impacts the increase in public awareness of zakat, the availability of muzakki to provide direct feedback, enhanced public trust, the creation of personal and interactive connections, the establishment of two-way communication, increased awareness, motivation, and muzakki satisfaction.

**Keywords:** zakat, fundraising, strategy

## 1. PENDAHULUAN

Zakat, infaq, dan shadaqah merupakan hal yang sudah tidak asing lagi bagi seorang muslim, ketiga hal tersebut merupakan pilar penting bagi kesejahteraan umat, bangsa, dan negara (Fadilah, 2020). Salah satu cara untuk mewujudkan kesejahteraan suatu bangsa adalah melalui zakat, yang berdampak pada pemerataan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, terutama di Indonesia, di mana agama Islam sebagai penganut mayoritas (Mubarok, 2022).

Selain wajib zakat ada infaq dan shadaqah yang merupakan bagian dari nilai ibadah yang fungsinya sama untuk membantu sesama manusia sebagaimana manusia hidup saling membutuhkan satu sama lain (Syafiq, 2016). Zakat, Infaq, dan Shadaqah adalah bukti sempurna dari kepedulian agama Islam terhadap masalah yang dihadapi masyarakat. Secara tidak langsung, ketiga hal tersebut merupakan bagian dari ibadah umat muslim kepada Allah ta'ala. Sehingga pemerintah memutuskan untuk membentuk lembaga untuk mengelola dana zakat dari muzaki. Peraturan No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan ZIS menetapkan bahwa setiap muslim yang mampu harus membayar zakat sesuai dengan syariat Islam (2011).

Adanya lembaga zakat diharapkan dapat menarik para muzaki untuk melaksanakan kewajiban zakat. Kegiatan *fundraising*, juga dikenal sebagai pengumpulan dana zakat, adalah proses mengumpulkan bagian harta yang diwajibkan oleh Allah untuk diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya. Penghimpunan dana zakat (*fundraising*) bisa dikatakan selalu menjadi tema besar bagi lembaga amal zakat, meskipun sebenarnya penghimpunan zakat begitu sederhana tanpa memerlukan pengetahuan khusus (Zakat & Ponorogo, t.t). Dalam dunia zakat, penggalangan dana sangat penting untuk mendukung kegiatan dan operasional sebuah lembaga serta memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan (Sunantri & Rafik, 2021). Selain itu, *fundraising* berfungsi sebagai titik balik maju mundurnya suatu lembaga, dengan demikian amal zakat diharapkan dapat menarik anggota masyarakat yang mampu menunaikan zakat.

Strategi yang baik, cermat, dan tepat sangat diperlukan dalam kegiatan *fundraising* agar hal tersebut dapat berhasil. Dengan strategi semuanya dapat dipersiapkan untuk menghadapi tantangan baik dari internal maupun eksternal organisasi atau lembaga (Habib, 2022). Tanpa strategi, setiap organisasi tidak akan dapat mencapai

tujuannya. Strategi sangat penting dalam lembaga zakat, terutama dalam strategi *fundraising*. Lembaga zakat yang dapat merancang strategi dengan baik dapat menghasilkan kinerja yang lebih optimal dan sudah pasti akan dapat meningkatkan *fundraising* zakat.

Menurut Anwar (2010) *Fundraising* juga berarti kegiatan mengumpulkan atau menggalang dana untuk zakat, infaq, shadaqah, dan sumber daya lainnya dari individu, kelompok, organisasi, dan perusahaan di masyarakat, yang kemudian didistribusikan dan digunakan untuk mustahik. Melakukan penggalangan dana memiliki lima tujuan utama diantaranya mengumpulkan dana, menarik donator, menarik simpati orang lain, membangun citra lembaga, dan memberikan kepuasan kepada donator (Abidah, 2016). Setiap organisasi, lembaga, atau perusahaan pasti membutuhkan strategi untuk membangun hubungan dan mendapatkan pelanggan. Dalam kasus ini, LAZISMU Surakarta menggunakan strategi *fundraising* untuk meningkatkan pengelolaan dana zakat. Pengumpulan dana adalah kegiatan penting bagi lembaga yang mengelola zakat, infaq, dan shadaqah karena aktivitas mereka selalu terkait dengan pengumpulan dana.

Kemunculan lembaga-lembaga amil zakat dapat menjadi harapan bagi para mustahik untuk mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran. Namun, harapan ini hanya dapat terwujud jika lembaga amil zakat memiliki orientasi yang jelas dalam pemanfaatan dana zakat. Selama ini, dana zakat yang dibagikan kepada mustahik seringkali tidak memiliki tujuan yang jelas dan hanya sekadar dibagikan. Lembaga amil zakat seharusnya dapat memanfaatkan dana zakat tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga untuk modal usaha dan inisiatif lainnya. Dengan strategi *fundraising* yang baik, lembaga zakat dapat mengelola zakat dengan lebih efektif (Nasution dkk., 2022).

Dari problematika itu apakah strategi *fundraising* sudah benar-benar menjadi pemecah permasalahan dari sebuah lembaga amil zakat, dikarenakan LAZISMU Surakarta sangat serius dalam penghimpunan dana zakat, selain itu, apakah LAZISMU Surakarta benar-benar memahami cara mendapatkan dana dan mencapai tujuan dari dana zakat tersebut. Karena dana zakat dapat digunakan sebagai sumber penghasilan, modal usaha, dan lain-lain, pengelolaan dana zakat akan mengurangi kewaspadaan LAZISMU Surakarta terhadap dampak yang akan timbul dari pengelolaan dana zakat dan akan meningkatkan pengelolaan dana zakat mengenai strategi *fundraising*. Penelitian ini akan

mengungkap strategi *fundraising* bagaimana yang diterapkan oleh LAZISMU Surakarta, serta dampak yang terjadi setelah strategi ini diterapkan dalam meningkatkan dana zakat. Sehingga LAZISMU Surakarta dapat mengupayakan untuk peningkatan daya guna secara menyeluruh. Oleh karena itu dari pemaparan latar belakang tersebut penulis tertarik mengangkat judul tentang “Dampak Penerapan Strategi *Fundraising* Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana Zakat (Studi di LAZISMU Surakarta).”

## **2. METODE**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menyampaikan data dari LAZISMU Surakarta tentang cara menggunakan strategi *fundraising* untuk meningkatkan pengelolaan dana zakat. Tujuannya adalah untuk menyusun, menafsirkan, dan menginterpretasikan data untuk memberikan gambaran tentang masalah yang berkaitan dengan strategi penggalangan dana. Penulis menggunakan metode penelitian lapangan dan yang menjadi objek LAZISMU Surakarta. Untuk mencatat dan mengumpulkan berbagai informasi yang diperlukan, penulis datang langsung ke lapangan.

Deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan sesuai dengan fakta yang terjadi di sekitar dengan menguji teori dan mengembangkan teori dari pemahaman yang mendalam, serta mendeskripsikan realita tersebut. Penelitian kualitatif berdasarkan pikiran-pikiran dasar yaitu kebenaran itu subjektif dan kompleks (Abdussamad, 2022) Kualitatif berasal dari dasar pikiran yang berkembang dan memiliki ciri pokok bahwa penelitian dilakukan dengan induktif, mengamati suatu lokasi dan menemukan pengertian atau pengamatan dari dalam. Dalam penelitian kualitatif, data selalu berkembang dan tidak spesifik, perkembangan data tersebut tidak terkendali dan tidak terperinci, sehingga ketika penelitian dilaksanakan dilapangan membutuhkan cukup waktu untuk mengamati perubahan yang terjadi dan analisis data harus dilakukan sejak pertama kali melakukan penelitian (Anggito & Setiawan, 2018).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Secara garis besar strategi *fundraising* di LAZISMU Surakarta dibagi menjadi dua, yaitu *fundraising* secara langsung (*Direct Fundraising*) dan *fundraising* tidak langsung (*Indirect Fundraising*). *Direct fundraising* adalah model *fundraising* yang melibatkan

muzakki secara langsung dengan berinteraksi dan bagaimana respon muzakki, sedangkan *indirect fundraising* tanpa melibatkan muzakki secara langsung.

*Direct fundraising* adalah strategi penggalangan dana yang memungkinkan interaksi dan akomodasi secara langsung terhadap respon muzakki. Strategi ini dapat mempengaruhi muzakki untuk berdonasi setelah menerima promosi dari *fundraiser*, sehingga mereka bisa dengan mudah berdonasi melalui sosialisasi dan edukasi yang telah disampaikan. Sebagai contoh yang diterapkan di LAZISMU Surakarta yaitu kampanye *fundraising*, *direct mail*, jemput zakat, *fliers*/brosur, stand.

Kampanye *fundraising* adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan informasi secara langsung serta mengajak calon donatur untuk berdonasi, khususnya mengajak calon muzakki untuk menunaikan zakat. Program tersebut dapat memberikan pengalaman berdonasi kepada seseorang atau calon muzakki serta mendorong mereka untuk berdonasi lagi di kemudian hari. Biasanya LAZISMU Surakarta melaksanakan strategi ini di PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah) khususnya Surakarta, diantara kegiatannya adalah kajian tentang zakat yang berisi tentang zakat tahunan dan zakat profesi, kegiatan ini juga dilaksanakan di sekolah-sekolah Muhammadiyah dengan sasaran guru dan karyawan di sekolah tersebut untuk mengedukasi zakat, zakat yang dimaksud adalah zakat tahunan dan zakat profesi.

Tujuan dari *direct mail* LAZISMU Surakarta adalah mendorong penerima pesan untuk melakukan donasi zakat. Biasanya, pesan tersebut menyertakan penjelasan tentang mengapa harus berzakat melalui LAZISMU Surakarta dengan berbagai alasan yang kuat, serta informasi tentang cara melakukan donasi, kelebihan, kemudahan, dan keamanan dana yang disalurkan. Dahulu *direct mail* menggunakan surat dengan amplop, namun dengan memanfaatkan perangkat elektronik *direct mail* bisa dilakukan dengan mengirim via Email, SMS blast, dan WhatsApp blast. LAZISMU Surakarta juga mengirimkan laporan dari dana tersebut agar terciptanya transparansi, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan donatur dan muzakki dengan harapan para donatur dan muzakki untuk kembali berdonasi di kesempatan berikutnya. Selain laporan dana, LAZISMU Surakarta juga melampirkan produk-produk dari lembaga tersebut apa yang telah tercapai di tahun itu dan rencana di tahun yang akan mendatang. Harapannya dari strategi ini LAZISMU Surakarta menginginkan agar masyarakat termotivasi serta mengedukasi agar menunaikan zakat. Pada dasarnya fokus dari strategi tersebut adalah menyampaikan

produk-produk dari LAZISMU Surakarta dalam hal nilai dan tidak langsung meminta dana zakat kepada muzakki. Biasanya menggunakan WhatsApp atau SMS untuk memberi tahu semisal ada bencana alam atau bantuan air bersih ketika ada kekeringan.

Jemput zakat yaitu kegiatan yang dilakukan dengan melakukan kunjungan atau mengadakan pertemuan dengan calon muzakki ini cukup efektif. Dalam praktiknya kegiatan ini sangat mengandalkan peran fundraiser, jumlah kunjungan akan meningkatkan hasil dari strategi ini. Seperti strategi-strategi sebelumnya, kegiatan jemput zakat juga mengedukasi calon donatur dan calon muzakki untuk menunaikan zakat, karena sering ditemukan banyak calon muzakki belum paham akan kewajiban zakat. Semisal contoh para muzakki hanya mengetahui bahwa zakat hanya untuk anak yatim saja, padahal dalam syariat ada beberapa asnaf yang berhak menerima zakat, atau terkadang tidak sedikit dari muzakki yang hanya mengetahui jika zakat dikeluarkan ketika bulan Ramadhan saja, padahal zakat sangat luas.

LAZISMU Surakarta memiliki kegiatan rutin satu bulan sekali yang dilaksanakan pada hari Ahad pagi di CFD (Car Free Day), yaitu dengan mendirikan stand. Cara ini cukup baik dalam menarik minat calon donatur untuk berdonasi, di stand tersebut LAZISMU Surakarta menawarkan cek kesehatan gratis dan memberikan brosur sekaligus mengedukasi masyarakat untuk berdonasi atau mengeluarkan zakat, serta mempromosikan produk-produk dari LAZISMU Surakarta. Namun stand ini tidak hanya di CFD saja, ada juga ketika ada event dari kegiatan-kegiatan AUM (Amal Usaha Muhammadiyah), seperti contoh event ujian kenaikan tingkat Tapak Suci.

*Fliers* atau brosur adalah hasil dari media cetak berupa selebaran yang dibagikan ketika ada event atau acara tertentu. Brosur ini sebagai alat untuk membersamai dari strategi sebelumnya, seperti kampanye *fundraising*, jemput zakat, dan stand. Isi dari brosur tersebut tentang zakat tahunan, zakat profesi, serta zakat penghasilan seperti pertanian dan ternak. *Fliers* tersebut juga menawarkan bagaimana cara berdonasi di LAZISMU Surakarta dengan memberikan nomor rekening dan *bar code* yang bisa di scan untuk memudahkan donatur dalam melakukan donasi.

Strategi kedua adalah strategi *Indirect Fundraising*. Strategi ini merupakan strategi *fundraising* dimana muzakki tidak dilibatkan langsung dengan tidak memberikan akomodasi terhadap respon muzakki dan donatur. Contoh *indirect fundraising* di LAZISMU Surakarta yaitu kerjasama retail dan penggunaan media sosial.

Kerjasama retail yaitu strategi ini sebelumnya bekerja sama terlebih dahulu antara LAZISMU Surakarta dengan penjual produk, misalnya pada produk-produk rumah tangga yang apabila konsumen membeli produk tersebut maka 500-1000 rupiah masuk ke donasi LAZISMU Surakarta yang apabila terkumpul akan disalurkan ke program-program LAZISMU Surakarta seperti beasiswa dan program peduli guru. Namun strategi ini memiliki kendala, sehingga bisa dikatakan strategi penghimpunan dana di retail kurang maksimal dan tidak konsisten. Karena tidak semua retail milik AUM dan tidak semua retail bisa dipukul rata dalam mengambil donasi.

Dengan kemajuan teknologi di zaman sekarang sangat membantu sebuah lembaga zakat untuk mencapai tujuannya dan informasi-informasi dengan cepat. LAZISMU Surakarta menggunakan media sosial Instagram dan Facebook dalam menyampaikan produk-produknya serta mengedukasi dan mengingatkan masyarakat untuk menunaikan zakat. Adanya kemajuan teknologi dari media sosial menambah jangkauan wilayah dan semua kalangan.

#### **4. PENUTUP**

Strategi *fundraising* yang diterapkan di LAZISMU Surakarta dibagi menjadi dua yaitu *Direct Fundraising* yang terdiri dari kampanye zakat, direct mail, jemput zakat, stand, serta fliers/brosur, adapun *Indirect Fundraising* diantaranya kerjasama retail dan penggunaan media sosial. Sementara proses *fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Surakarta yaitu dengan mempengaruhi, memberitahu, mengingatkan, membujuk, mendorong kepada motivasi, kepedulian, serta kesadaran. Adapun urgensinya strategi *fundraising* bagi sebuah lembaga untuk bertahan/*survive*, menghimpun dana, pengembangan, dukungan secara moral dan legal, serta untuk keberlanjutan eksistensi muzakki.

Adapun dengan strategi yang diterapkan LAZISMU Surakarta memperlihatkan jumlah dana yang dihimpun menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat semakin meningkat. Penerapan strategi *fundraising* secara *direct* dan *indirect* oleh LAZISMU Surakarta berdampak pada meningkatnya pengetahuan masyarakat dalam berzakat, meningkatnya motivasi muzakki dalam berzakat, meningkatnya kepercayaan muzakki, terciptanya kedekatan personal, meningkatkan citra lembaga, dan terjangkaunya semua kalangan. Maka bisa disimpulkan bahwa penerapan

strategi *fundraising* baik *direct* maupun *indirect* yang diterapkan oleh LAZISNU Surakarta berdampak terhadap pengelolaan dana zakat di Surakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S.I. 2009. Manajemen Fundraising dalam Penghimpunan Harta Wakaf. *Jurnal al-Awqaf*, 2.
- Abdussamad, Z. 2022. Buku Metode Penelitian Kualitatif.
- Abidah, A. 2016. Analisis strategi fundraising terhadap peningkatan pengelolaan ZIS pada lembaga amil zakat kabupaten ponorogo. *Kodifikasia*, 10(1): 144-146.
- Al-Zuhayly, W. 2000. Zakat: Kajian Berbagai Mazhab, terj. Agus Efendi dan Bahruddin Fannany, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Anggito, A. & Setiawan, J. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Angraeni, E.F., Pangemanan, S.S. & Rondonuwu, S.S. 2017. Penerapan Akuntansi Zakat Dan Infak/Sedekah Berdasarkan PSAK 109. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(4).
- Chaniago, S.A. 2014. PERUMUSAN MANAJEMEN STRATEGI PEMBERDAYAAN ZAKAT. *Jurnal Hukum Islam*, 12(1): 87–101.
- Djaelani, rafi'udin dan maman abdul 1997. *Prinsip Dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, .
- Fadilah, N. 2020. Konsep Kesejahteraan Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(1): 51. Tersedia di <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>.
- Furqon, A. 2015. Manajemen zakat. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Habib, A. 2022. *STRATEGI KOMUNIKASI FUNDRAISING LAZISNU BANYUMAS DALAM MENINGKATKAN PENGHIMPUNAN ZIS DI MASA PANDEMI COVID-19*.
- Harfiah Ningrum, G., Dwi Firnanda, R., Purnamasari, W. & Huda, B. 2021. Optimalisasi Peluang Media Digital: Strategi Meningkatkan Fundraising Zakat di Lembaga Taman Zakat Indonesia. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 3(1): 45–62.
- INDONESIA, R. 2011. UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 23 TAHUN 2011 TENTANG PENGELOLAAN ZAKAT. *Sekretariat Negara*, 16(22).
- Mubarok, W.I. 2022. *Pengaruh pengetahuan, pendapatan, religiositas, dan kepercayaan terhadap minat muzaki membayar zakat pada organisasi pengelola zakat*.
- Murniasih, R., Riza, A. & Ridwan, M. 2023. FUNDRAISING BERBASIS PRINSIP ETIKA SOSIAL DALAM ISLAM: ANALISIS MODEL FUNDRAISING ZAKAT, INFAK, SEDEKAH DAN WAKAF DALAM LEMBAGA ZAKAT. *MINARET JOURNAL OF RELIGIOUS STUDIES*, 1(02).
- Napsiyah, I. 2019. Dampak Penerapan Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Pengelolaan Dana Zakat( Studi Kasus Dompot Dhuafa Waspada ). *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Nasution, L.F., Syahbudi, M. & MA, S.E.I. 2022. Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS Pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 2(1): 70–80.



- Ningsih, W.P. 2019. *Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana ZIS Oleh LAZISNU Limpung*. *Jurnal Ekonomi Islam*, .
- Nugrahani, F. & Hum, M. 2014. *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1): 3–4.
- Purwanto, A. 2009. *Manajemen fundraising: bagi organisasi pengelola zakat*. Teras.
- Rahmadani, D., Samri, Y. & Nasution, J. 2021. Strategi Peningkatan Jumlah Muzakki di Lazis Muhammadiyah Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3): 8275–8286. Tersedia di <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/9741/0>.
- Rini, H.P., Psikolog, M.P. & Nindhita, V. 2022. *Observasi: teori dan praktek dalam bidang psikologi*. Basya Media Utama.
- Rohmawati, S. 2018. *Analisis Manajemen Fundraising Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS) di Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh (LAIS) Baiturrahman Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Tersedia di <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507> <http://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005> <https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z> <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>.
- Rukin, S.P. 2019. *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Saleh, S. 2017. *Analisis data kualitatif*.
- Sani, M.A. 2010. *Jurus Menghimpun Fulus Manajemen Zakat Berbasis Masjid*.
- 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): 103–115.
- Syafiq, A. 2016. Zakat ibadah sosial untuk meningkatkan ketaqwaan dan kesejahteraan sosial. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 2(2): 380–400.
- Zakat, A. & Ponorogo, K. t.t. Dosen Program Studi Muamalah STAIN Ponorogo.