JBEP: Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak
Volume 3, Nomor 2, Juni 2026
E-ISSN : 3046-9864; P-ISSN : 3046-9880; Hal 70-80
DOI: https://doi.org/10.61132/jbep.v3i2.2367
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JBEP

Analisis Strategi Fundraising Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Medan Denai

Rio Dwi Maulana[1*], Abdillah Apriansyah[2], Baiq Devila Hidayah[3], Yenni Samri Juliati Nasution[4]
[1-4]Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
Email: rioriodwimaulana04@gmail.com[1], abdilahapriansyah22@gmail.com[2], devilhidayah58@gmail.com[3], yenni.samri@uinsu.ac.id[4]
[*]*Penulis Korespondensi: rioriodwimaulana04@gmail.com[1]*

Abstract. *This study aims to analyze the zakat fundraising strategies implemented by a Zakat Management Institution (Lembaga Amil Zakat) in Medan Denai District, identify the challenges encountered, and examine the efforts undertaken to increase the number of muzakki and zakat funds collected. This research employed a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through interviews and documentation and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing techniques. The findings reveal that the fundraising strategies applied include community outreach and education, direct engagement with prospective muzakki, collaboration with various stakeholders, and the utilization of digital media and social media platforms. The most effective methods for collecting zakat were direct approaches and social media utilization. The main challenges faced by the institution include limited public understanding of the importance of channeling zakat through authorized institutions, the persistence of direct zakat distribution practices to beneficiaries, and constraints in conducting extensive socialization programs. To maintain donors' trust, the institution emphasizes transparency and accountability in zakat fund management. Furthermore, efforts to increase the number of muzakki and zakat collections are carried out through educational programs, partnership expansion, and the optimization of digital services. The study concludes that the fundraising strategies implemented are relatively effective and have promising prospects for future development, supported by increasing public awareness and the growing use of digital technology in zakat management.*

Keywords: *Medan Denai; Muzakki; Zakat Collection Strategy; Zakat Fundraising; Zakat Management Institution.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi fundraising zakat yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Medan Denai, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta mengetahui upaya yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah muzakki dan penghimpunan dana zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi fundraising yang diterapkan meliputi sosialisasi kepada masyarakat, pendekatan langsung kepada calon muzakki, kerja sama dengan berbagai pihak, serta pemanfaatan media digital dan media sosial. Metode yang dinilai paling efektif dalam menghimpun zakat adalah pendekatan langsung dan penggunaan media sosial. Kendala yang dihadapi meliputi rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi, masih kuatnya kebiasaan menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik, serta keterbatasan kegiatan sosialisasi. Untuk menjaga kepercayaan muzakki, lembaga menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat. Selain itu, lembaga terus berupaya meningkatkan jumlah muzakki melalui edukasi, perluasan jaringan kerja sama, dan optimalisasi layanan digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi fundraising yang diterapkan sudah cukup efektif dan memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan zakat.

Kata Kunci: Fundraising Zakat; Lembaga Amil Zakat; Medan Denai; Muzakki; Strategi Penghimpunan Zakat.

1. LATAR BELAKANG

Zakat merupakan salah satu instrumen ekonomi Islam yang memiliki peran strategis dalam mewujudkan pemerataan kesejahteraan dan mengurangi kesenjangan sosial ekonomi masyarakat. Selain berfungsi sebagai kewajiban ibadah, zakat juga berperan sebagai

Naskah Masuk: 21 April 2026; Revisi: 29 Mei 2026; Diterima: 24 Juni 2026; Terbit: 30 Juni 2026

mekanisme distribusi kekayaan yang mampu membantu kelompok masyarakat kurang mampu melalui berbagai program pemberdayaan. Oleh karena itu, pengelolaan zakat yang profesional dan efektif menjadi faktor penting dalam mengoptimalkan potensi zakat sebagai instrumen pembangunan ekonomi umat.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa potensi zakat di Indonesia sangat besar, namun realisasi penghimpunannya masih belum optimal. Banyak masyarakat yang lebih memilih menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik dibandingkan melalui lembaga amil zakat. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah mendorong lembaga amil zakat untuk melakukan inovasi dalam strategi fundraising melalui media sosial, platform digital, dan berbagai layanan pembayaran elektronik. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan penghimpunan zakat sangat dipengaruhi oleh strategi fundraising yang diterapkan oleh lembaga amil zakat dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan partisipasi muzakki.

Kecamatan Medan Denai merupakan salah satu wilayah di Kota Medan yang memiliki mayoritas penduduk beragama Islam dengan aktivitas ekonomi yang cukup beragam. Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi zakat yang besar untuk dihimpun dan dikelola oleh lembaga amil zakat. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan narasumber dari lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai, diketahui bahwa strategi fundraising yang dilakukan meliputi sosialisasi kepada masyarakat, pendekatan langsung kepada calon muzakki, kerja sama dengan berbagai pihak, serta pemanfaatan media digital. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan berbagai kendala, seperti rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi, keterbatasan kegiatan sosialisasi, serta masih kuatnya budaya penyaluran zakat secara langsung.

Kesenjangan penelitian dalam studi ini terletak pada masih terbatasnya penelitian yang mengkaji strategi fundraising zakat pada lembaga amil zakat di tingkat lokal, khususnya pada wilayah kecamatan. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada lembaga zakat berskala nasional, provinsi, atau kabupaten. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Mulyono, 2022) meneliti strategi digital fundraising dalam penghimpunan dana zakat pada Lembaga Amil Zakat Global Zakat dan menemukan bahwa pemanfaatan platform digital mampu meningkatkan efektivitas penghimpunan dana zakat. Namun, penelitian tersebut berfokus pada lembaga zakat yang telah menerapkan sistem digital secara luas dan belum menggambarkan kondisi fundraising pada lembaga zakat yang beroperasi di tingkat masyarakat lokal. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi fundraising zakat pada lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai menjadi penting untuk dilakukan karena karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat dapat memengaruhi efektivitas strategi

penghimpunan zakat yang diterapkan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai praktik fundraising zakat pada lembaga amil zakat tingkat kecamatan serta menjadi referensi bagi pengembangan strategi penghimpunan zakat yang lebih efektif di daerah tersebut.

Adapun *novelty* (kebaruan) dalam penelitian ini adalah analisis strategi fundraising zakat yang dilakukan secara spesifik pada lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai dengan meninjau strategi penghimpunan, media yang digunakan, kendala yang dihadapi, upaya menjaga kepercayaan muzakki, serta prospek pengembangan fundraising zakat di masa mendatang. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi strategi yang digunakan, tetapi juga mengevaluasi efektivitasnya berdasarkan pengalaman langsung narasumber sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih kontekstual mengenai pengelolaan fundraising zakat pada tingkat lokal.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Zakat

Zakat merupakan sejumlah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim yang telah memenuhi syarat tertentu untuk diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya (mustahik). Dalam perspektif ekonomi Islam, zakat tidak hanya berfungsi sebagai ibadah, tetapi juga sebagai instrumen distribusi pendapatan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan zakat yang baik dapat membantu mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan sosial, serta memperkuat solidaritas antarumat Islam (Makhrus, 2024).

Lembaga amil zakat memiliki peran penting dalam menghimpun, mengelola, dan menyalurkan dana zakat secara profesional. Keberadaan lembaga amil zakat diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan zakat sehingga manfaatnya dapat dirasakan secara lebih luas oleh masyarakat yang membutuhkan.

Fundraising Zakat

Fundraising merupakan aktivitas penghimpunan dana dan sumber daya lainnya yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mendukung pencapaian tujuan lembaga. Dalam konteks zakat, fundraising diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh lembaga amil zakat untuk mengajak, mempengaruhi, dan memfasilitasi masyarakat agar menunaikan zakat melalui lembaga tersebut (Rahayu, 2021). Fundraising menjadi salah satu fungsi utama dalam pengelolaan zakat karena keberhasilan penghimpunan dana akan menentukan besarnya dana yang dapat disalurkan kepada mustahik. Oleh karena itu, lembaga amil zakat perlu menerapkan

strategi yang efektif agar mampu meningkatkan jumlah muzakki dan dana zakat yang terkumpul (Kinanti & Nurhidayati, 2021).

Strategi Fundraising Zakat

Strategi fundraising merupakan perencanaan dan langkah-langkah yang dilakukan oleh lembaga dalam menghimpun dana zakat secara efektif dan berkelanjutan. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, baik secara langsung (direct fundraising) maupun tidak langsung (indirect fundraising). Direct fundraising dilakukan melalui interaksi langsung dengan calon muzakki, seperti sosialisasi, kunjungan, layanan jemput zakat, dan konsultasi zakat. Sementara itu, indirect fundraising dilakukan melalui promosi, publikasi, kampanye media sosial, serta berbagai kegiatan yang bertujuan membangun citra dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat (Hamidi & Ridlwan, 2023).

Dalam perkembangannya, strategi fundraising zakat juga mengalami transformasi digital. Pemanfaatan media sosial, website, aplikasi pembayaran digital, dan platform online terbukti mampu memperluas jangkauan penghimpunan zakat serta meningkatkan kemudahan bagi muzakki dalam menyalurkan zakatnya (Mulyono, 2022).

Kepercayaan Muzakki dalam Penghimpunan Zakat

Kepercayaan muzakki merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan fundraising zakat. Muzakki cenderung menyalurkan zakatnya kepada lembaga yang memiliki kredibilitas, transparansi, dan akuntabilitas yang baik. Oleh karena itu, lembaga amil zakat perlu menjaga kepercayaan masyarakat melalui pelaporan keuangan yang transparan, pengelolaan dana yang amanah, serta penyampaian informasi mengenai program-program penyaluran zakat secara berkala (Munthe, 2022). Semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga, maka semakin besar peluang lembaga untuk mempertahankan muzakki yang sudah ada sekaligus menarik muzakki baru. Dengan demikian, kepercayaan menjadi modal utama dalam meningkatkan keberhasilan penghimpunan dana zakat.

Digital Fundraising Zakat

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong lahirnya konsep digital fundraising dalam pengelolaan zakat. Digital fundraising merupakan proses penghimpunan dana zakat yang memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, website, aplikasi mobile, dan layanan keuangan digital. Strategi ini dinilai lebih efektif karena mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan kemudahan dalam proses pembayaran zakat (Nasution, 2022). Selain meningkatkan efektivitas penghimpunan dana, digital fundraising juga membantu lembaga amil zakat dalam membangun komunikasi yang lebih intensif dengan muzakki melalui penyampaian informasi

dan laporan secara cepat dan transparan. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi salah satu strategi penting yang perlu dikembangkan oleh lembaga amil zakat di era modern (Anggraini & Hilal, 2025).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam strategi fundraising zakat yang diterapkan oleh lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai, termasuk kendala yang dihadapi, upaya yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah muzakki, serta prospek pengembangan fundraising zakat di masa mendatang. Lokasi penelitian dilakukan pada salah satu Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang beroperasi di Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive karena lembaga tersebut aktif dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana zakat kepada masyarakat.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan narasumber yang terlibat dalam kegiatan fundraising zakat di lembaga tersebut. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan lembaga zakat, serta dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai strategi fundraising yang diterapkan, media yang digunakan dalam penghimpunan zakat, kendala yang dihadapi, upaya menjaga kepercayaan muzakki, serta prospek fundraising zakat di Kecamatan Medan Denai. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa dokumen, laporan, dan literatur yang berkaitan dengan fundraising zakat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Fundraising Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Medan Denai

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, strategi fundraising yang diterapkan oleh lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu sosialisasi langsung kepada masyarakat, pendekatan personal kepada calon muzakki, kerja sama dengan berbagai pihak, serta pemanfaatan media digital dan media sosial sebagai sarana penghimpunan zakat. Strategi tersebut menunjukkan bahwa lembaga telah menerapkan

kombinasi antara direct fundraising dan indirect fundraising. Dalam teori fundraising, direct fundraising merupakan strategi yang melibatkan interaksi langsung antara lembaga dan calon donatur, sedangkan indirect fundraising dilakukan melalui media perantara seperti publikasi, promosi, kampanye digital, dan pembentukan citra lembaga (Rahayu, 2021). Strategi yang diterapkan oleh lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai menunjukkan kesesuaian dengan konsep tersebut karena lembaga tidak hanya mengandalkan pendekatan tatap muka, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan penghimpunan dana.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi menjadi strategi utama yang dilakukan lembaga. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai kewajiban zakat, manfaat zakat, serta pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Hal ini sejalan dengan penelitian Makhrus (2024) yang menyatakan bahwa fundraising zakat tidak hanya berorientasi pada penghimpunan dana, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya zakat dalam pembangunan ekonomi umat.

Selain sosialisasi, lembaga juga melakukan pendekatan personal kepada calon muzakki. Pendekatan ini dilakukan melalui komunikasi langsung yang bertujuan membangun hubungan emosional dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Dalam perspektif manajemen fundraising, hubungan personal merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan loyalitas muzakki dan mendorong mereka untuk menyalurkan zakat secara berkelanjutan (Hamidi & Ridlwan, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan fundraising zakat tidak hanya ditentukan oleh banyaknya program yang dimiliki lembaga, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas fundraising zakat.

Efektivitas Media dan Metode Penghimpunan Zakat

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber menyatakan bahwa metode yang paling efektif dalam menghimpun zakat adalah pendekatan langsung kepada masyarakat dan penggunaan media sosial. Pendekatan langsung dinilai efektif karena memberikan kesempatan bagi lembaga untuk menjelaskan program-program zakat secara lebih rinci dan menjawab berbagai pertanyaan masyarakat secara langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan masih menjadi faktor utama dalam keputusan masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga amil zakat. Masyarakat cenderung lebih yakin ketika memperoleh informasi secara langsung dari petugas atau pengelola lembaga. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Munthe (2022) yang menyatakan bahwa interaksi langsung antara lembaga dan

muzakki mampu meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana zakat.

Di sisi lain, media sosial menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jangkauan penghimpunan zakat. Melalui media sosial, lembaga dapat menyampaikan informasi mengenai program zakat, laporan penyaluran dana, serta berbagai kegiatan sosial yang telah dilaksanakan. Pemanfaatan media digital juga memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi dan melakukan pembayaran zakat kapan saja dan di mana saja. Menurut Mulyono, Ayuniyyah, dan Ibdalsyah (2022), transformasi digital dalam fundraising zakat mampu meningkatkan efektivitas penghimpunan dana karena dapat menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Selain itu, digital fundraising juga memberikan kemudahan bagi muzakki dalam melakukan transaksi zakat secara cepat dan praktis. Penelitian Rahmawati (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan media digital secara optimal dapat meningkatkan jumlah penghimpunan zakat karena mampu menyesuaikan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi informasi.

Kendala dalam Penghimpunan Zakat

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai adalah masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Sebagian masyarakat masih memilih menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik karena dianggap lebih mudah dan memberikan kepuasan secara langsung. Fenomena ini menunjukkan bahwa tingkat literasi zakat masyarakat masih perlu ditingkatkan. Rendahnya literasi zakat menyebabkan masyarakat belum memahami manfaat pengelolaan zakat secara terorganisir melalui lembaga amil zakat. Padahal, pengelolaan zakat oleh lembaga memungkinkan dana zakat disalurkan secara lebih merata, tepat sasaran, dan berkelanjutan.

Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan keterbatasan anggaran untuk kegiatan sosialisasi juga menjadi kendala dalam penghimpunan zakat. Akibatnya, lembaga belum mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara optimal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nasution (2022) yang menjelaskan bahwa rendahnya literasi zakat serta keterbatasan sumber daya organisasi merupakan tantangan utama dalam pengembangan fundraising zakat di era modern. Kendala lainnya adalah meningkatnya persaingan antar lembaga filantropi Islam dalam memperoleh kepercayaan masyarakat. Saat ini masyarakat memiliki banyak pilihan lembaga yang dapat digunakan untuk menyalurkan zakat, infak, dan sedekah sehingga setiap lembaga dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan transparansi pengelolaan dana.

Strategi Membangun dan Menjaga Kepercayaan Muzakki

Berdasarkan hasil wawancara, lembaga menjaga kepercayaan muzakki melalui pengelolaan dana yang amanah, transparan, serta penyampaian laporan penghimpunan dan penyaluran dana zakat secara berkala. Transparansi dilakukan dengan memberikan informasi kepada muzakki mengenai jumlah dana yang terkumpul serta program-program yang telah dijalankan. Kepercayaan merupakan modal utama dalam aktivitas fundraising zakat. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga, maka semakin besar kemungkinan masyarakat untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut. Penelitian Munthe (2022) menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kepercayaan muzakki.

Selain transparansi, lembaga juga berupaya menjaga komunikasi dengan para muzakki melalui penyampaian informasi mengenai perkembangan program-program zakat. Strategi komunikasi yang baik mampu menciptakan hubungan jangka panjang antara lembaga dan muzakki. Hubungan tersebut menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan fundraising zakat dalam jangka panjang (Fitriyah & Rohman, 2023). Dalam konteks ini, lembaga amil zakat di Kecamatan Medan Denai telah menunjukkan upaya yang cukup baik dalam menjaga kepercayaan masyarakat melalui penerapan prinsip amanah, transparansi, dan akuntabilitas.

Upaya Meningkatkan Jumlah Muzakki dan Dana Zakat

Untuk meningkatkan jumlah muzakki dan dana zakat, lembaga melakukan berbagai upaya, antara lain meningkatkan intensitas sosialisasi, memperluas jaringan kerja sama, memanfaatkan media sosial, serta menyediakan layanan pembayaran zakat secara online. Upaya tersebut menunjukkan bahwa lembaga telah berusaha menyesuaikan strategi fundraising dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat. Menurut Huda et al. (2024), digital fundraising merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan penghimpunan zakat karena memberikan kemudahan akses dan memperluas jangkauan promosi kepada masyarakat.

Selain digitalisasi, kerja sama dengan berbagai pihak juga menjadi langkah penting dalam memperluas jaringan muzakki. Melalui kerja sama dengan masjid, komunitas, dan instansi tertentu, lembaga dapat memperoleh akses yang lebih luas untuk melakukan edukasi dan penghimpunan zakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putri (2025) yang menjelaskan bahwa kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan mampu meningkatkan efektivitas strategi fundraising dan memperluas basis donatur.

Prospek Fundraising Zakat di Kecamatan Medan Denai

Berdasarkan hasil wawancara, prospek fundraising zakat di Kecamatan Medan Denai dinilai cukup menjanjikan. Hal ini didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kewajiban zakat serta semakin luasnya penggunaan teknologi digital dalam aktivitas keuangan masyarakat. Potensi zakat yang besar di Kecamatan Medan Denai menjadi peluang bagi lembaga amil zakat untuk meningkatkan penghimpunan dana pada masa mendatang. Namun, potensi tersebut hanya dapat diwujudkan apabila lembaga mampu meningkatkan literasi zakat masyarakat, memperkuat transparansi pengelolaan dana, dan terus melakukan inovasi dalam strategi fundraising.

Penelitian Ali (2025) menunjukkan bahwa masa depan fundraising zakat akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan pendekatan sosial yang humanis. Sementara itu, Haziah (2025) menemukan bahwa masih terdapat kesenjangan yang besar antara potensi zakat dan realisasi penghimpunannya sehingga diperlukan strategi fundraising yang lebih inovatif dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, prospek fundraising zakat di Kecamatan Medan Denai dapat dikatakan cukup baik. Apabila lembaga mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat, meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas edukasi zakat, serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital, maka jumlah muzakki dan dana zakat yang terhimpun berpotensi meningkat secara signifikan pada masa yang akan datang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi fundraising zakat yang diterapkan oleh Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Medan Denai dilakukan melalui kombinasi pendekatan langsung dan tidak langsung, yaitu melalui sosialisasi kepada masyarakat, pendekatan personal kepada calon muzakki, kerja sama dengan berbagai pihak, serta pemanfaatan media digital dan media sosial. Pendekatan langsung dan penggunaan media sosial menjadi metode yang paling efektif dalam menghimpun zakat karena mampu membangun komunikasi, meningkatkan kesadaran, serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala, seperti rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi, masih kuatnya kebiasaan menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik, serta keterbatasan sumber daya dalam kegiatan sosialisasi. Untuk mengatasi kendala tersebut, lembaga berupaya menjaga kepercayaan muzakki melalui transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana, memperluas edukasi zakat, meningkatkan kualitas pelayanan, serta

mengembangkan sistem penghimpunan berbasis digital. Dengan potensi zakat yang besar, meningkatnya kesadaran masyarakat, dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, prospek fundraising zakat di Kecamatan Medan Denai dinilai cukup baik dan memiliki peluang untuk terus berkembang apabila didukung oleh strategi yang inovatif, profesional, dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan bagi Lembaga Amil Zakat di Kecamatan Medan Denai diharapkan terus meningkatkan sosialisasi dan edukasi zakat kepada masyarakat, mengoptimalkan pemanfaatan media digital dalam kegiatan fundraising, serta menjaga transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana zakat guna meningkatkan kepercayaan muzakki. Selain itu, diperlukan dukungan dari masyarakat dan berbagai pihak terkait agar potensi zakat yang ada dapat dihimpun dan dikelola secara lebih optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

Ali, M. (2025). Strategi fundraising zakat berbasis digital dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 15*(1), 45–58.

Anggraini, D., & Hilal, M. (2025). Pengaruh digital fundraising terhadap peningkatan penghimpunan dana zakat pada lembaga amil zakat. *Islamic Philanthropy Journal, 6*(1), 33–47.

Ascarya, A., & Yumanita, D. (2018). Analysis of efficiency of zakat institutions in Indonesia using data envelopment analysis. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 10*(2), 213–234. https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7424

Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2021). *Ekonomi pembangunan syariah* (2nd ed.). Rajawali Pers.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.

Fitriyah, N., & Rohman, A. (2023). Strategi membangun kepercayaan muzakki dalam meningkatkan penghimpunan zakat. *Al-Muqayyad: Jurnal Ekonomi Syariah, 6*(2), 112–125.

Hamidi, A. I., & Ridlwan, A. A. (2023). Analisis strategi manajemen fundraising oleh lembaga amil zakat Nurul Hayat Gresik untuk mengoptimalkan dana zakat, infak, dan sedekah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 6*(3), 167–181.

Huda, N., Pratama, Y. C., & Siregar, M. E. (2024). Strategi digital fundraising dalam meningkatkan penghimpunan zakat pada lembaga filantropi Islam. *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf, 5*(1), 21–35.

Kasri, R. A., & Putri, N. I. S. (2018). Fundraising strategies to optimize zakat collection: Evidence from Indonesia. *International Journal of Zakat, 3*(1), 55–69. https://doi.org/10.37706/ijaz.v3i1.66

Kinanti, R. A., & Nurhidayati. (2021). Optimalisasi fundraising zakat melalui kerja sama institusional dalam meningkatkan penghimpunan dana. *Jurnal Filantropi Islam, 2*(1), 44–57.

Makhrus. (2024). Peran zakat dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengentasan kemiskinan. *Jurnal Literasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 4*(1), 15–26.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.

Mulyono, S. H., Ayuniyyah, Q., & Ibdalsyah. (2022). Strategi digital fundraising dalam penghimpunan dana zakat: Studi kasus lembaga amil zakat Global Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8*(1), 67–79. https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4346

Munthe, R. N. (2022). Manajemen fundraising dalam meningkatkan kepercayaan muzakki pada lembaga amil zakat. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian kepada Masyarakat, 2*(3), 645–654.

Nasution, J. (2022). Strategi digital fundraising zakat di Indonesia pada era transformasi digital. *Jurnal Edukasi Ekonomi Syariah, 3*(2), 89–101.

Putri, A. R. (2025). Kolaborasi stakeholder dalam optimalisasi fundraising zakat di Indonesia. *Research in Islamic Governance and Global Society, 2*(1), 55–69.

Rahayu, R. (2021). Strategi pengumpulan dana (*fundraising*) pada lembaga zakat dalam meningkatkan penghimpunan zakat. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 13*(2), 146–158.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif* (5th ed.). Alfabeta.

Yudha, A. T. R. C., Ryandono, M. N. H., & Rijal, A. (2021). Digitalization of zakat management and its effect on public trust in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, 12*(9), 1413–1428. https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2020-0307

Zainuri, M. (2022). Tantangan dan peluang pengelolaan zakat di era digital. *Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis, 7*(2), 201–214.