

STUDI LITERATUR PROGRAM FUNDRAISING, STRATEGI FUNDRAISING, DAN KUALITAS INFORMASI AKUNTANSI DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN ZIS

¹Rd. Amar Muslih, ²Mila Badriyah

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: amar@uinsgd.ac.id

Abstract

This study aims to examine the influence of fundraising programs, fundraising strategies, and the quality of accounting information on the growth of zakat, infaq, and sadaqah (ZIS). Using literature review method, this study analyzes previous research findings related to these variables. The results indicate that well-implemented fundraising programs, especially during the Covid-19 pandemic, significantly influenced ZIS growth. Effective fundraising strategies, including digital fundraising and stakeholder engagement, also play a critical role. Additionally, the quality of accounting information, marked by accuracy, relevance, timeliness, and completeness, enhances transparency and accountability, thus fostering trust among stakeholders and increasing ZIS collections. This research contributes to the development of ZIS management practices, especially for zakat institutions in Indonesia.

Keywords: Fundraising Programs, Fundraising Strategies, Accounting Information Quality, ZIS Growth.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dalam sistem ekonomi Islam, zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan instrumen penting yang tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban individual muslim, tetapi juga sebagai mekanisme redistribusi kekayaan dan penguatan ketahanan sosial ekonomi umat. ZIS memiliki posisi strategis dalam mengurangi kesenjangan sosial, memperbaiki kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat sistem perlindungan sosial yang inklusif berbasis nilai-nilai syariah. Dengan basis penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengumpulan dan pengelolaan dana ZIS.

Menurut Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan beberapa kajian akademik, potensi zakat nasional Indonesia diperkirakan dapat mencapai lebih dari Rp 230 triliun per tahun (Ma'ruf Amin, 2020). Namun, realisasi penghimpunan zakat masih jauh dari angka tersebut, yakni baru sekitar 3-5% yang terhimpun secara resmi melalui lembaga amil zakat formal. Ketimpangan antara potensi dan realisasi tersebut mengindikasikan masih adanya kendala struktural, kelembagaan, dan sosial dalam pengelolaan zakat di Indonesia.

Berbagai faktor mempengaruhi rendahnya realisasi potensi zakat, antara lain keterbatasan literasi zakat masyarakat, lemahnya kepercayaan publik kepada lembaga pengelola zakat, keterbatasan inovasi program penghimpunan, hingga permasalahan pada kualitas sistem informasi akuntansi yang belum optimal. Selain itu, kompleksitas peraturan

perundang-undangan dan belum optimalnya sinergi antara lembaga pemerintah dan swasta dalam pengelolaan zakat juga turut menjadi penghambat.

Perkembangan teknologi informasi di era Revolusi Industri 4.0 telah menciptakan peluang baru dalam penguatan manajemen zakat, terutama dalam aspek penghimpunan dana (fundraising), strategi penghimpunan dana (fundraising strategy), serta transparansi dan akuntabilitas lembaga amil zakat melalui penguatan sistem informasi akuntansi. Transformasi digital menjadi salah satu kunci penting dalam meningkatkan partisipasi muzakki dan membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan.

Di sisi lain, pandemi Covid-19 yang melanda sejak awal 2020 memberikan pembelajaran penting. Krisis tersebut menyebabkan peningkatan signifikan jumlah mustahik yang membutuhkan bantuan, sementara kemampuan sebagian masyarakat untuk menunaikan zakat juga mengalami tekanan. Namun, pandemi juga mempercepat adopsi teknologi digital dalam pengelolaan zakat, termasuk penggunaan media sosial, platform crowdfunding, QR Code zakat, serta sistem donasi online yang memperluas akses penghimpunan zakat lintas wilayah secara real time (Bin-Nashwan et al., 2020; Syam, 2020).

2. Permasalahan

Dalam konteks tersebut, terdapat beberapa permasalahan pokok yang mendorong pentingnya penelitian ini:

- a. **Kesenjangan antara potensi dan realisasi penghimpunan zakat di Indonesia.** Besarnya potensi zakat belum diikuti oleh optimalisasi pengumpulan dana secara efektif melalui lembaga formal.
- b. **Keterbatasan program fundraising yang inovatif dan berkelanjutan.** Masih banyak lembaga amil zakat yang mengandalkan metode tradisional dalam menggalang dana, sehingga belum mampu menjangkau segmentasi muzakki yang lebih luas, khususnya generasi milenial yang melek digital.
- c. **Kurangnya penguatan strategi fundraising adaptif di era digital.** Dibutuhkan perencanaan strategi fundraising yang terintegrasi dengan pemanfaatan teknologi informasi, media sosial, big data, dan kecerdasan buatan untuk memahami perilaku donor secara lebih akurat (Soleh, 2020).
- d. **Kualitas informasi akuntansi yang belum seragam antar lembaga zakat.** Masih terdapat disparitas dalam penerapan PSAK 109 secara konsisten, sehingga menyebabkan ketidakterbukaan laporan keuangan yang dapat mengurangi kepercayaan publik (Nikmatuniayah et al., 2017; Nurhayati et al., 2016).
- e. **Kurangnya sinergi antara penguatan fundraising dan kualitas informasi akuntansi.** Padahal integrasi keduanya diyakini menjadi faktor penentu dalam memperkuat kepercayaan publik, efisiensi pengelolaan dana, dan pertumbuhan zakat secara berkelanjutan.

3. Urgensi Penelitian

Urgensi penelitian ini tidak hanya relevan secara praktis untuk pengembangan lembaga amil zakat di Indonesia, tetapi juga penting secara akademis sebagai penguatan literatur dalam

pengembangan model manajemen zakat berbasis sistem informasi modern. Dengan penguatan sistem fundraising yang terencana, pemilihan strategi fundraising yang adaptif, serta penerapan sistem informasi akuntansi berbasis PSAK 109 yang akurat, diharapkan lembaga amal zakat dapat meningkatkan kapasitasnya sebagai pilar ekonomi syariah yang efektif dalam pengentasan kemiskinan dan pemerataan kesejahteraan.

Penelitian ini sejalan dengan agenda penguatan ekonomi syariah nasional yang dicanangkan oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), serta mendukung visi pengembangan zakat sebagai instrumen keuangan sosial Islam yang terintegrasi dalam arsitektur sistem keuangan syariah nasional.

4. Tinjauan Pustaka Singkat

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas isu-isu kunci terkait variabel yang dikaji dalam penelitian ini:

- a. **Program Fundraising Zakat:** Kemenag RI (2016) menegaskan pentingnya perencanaan strategis dalam program penghimpunan zakat agar dapat menjangkau basis donor lebih luas. Mintarti (2011) menyoroti pentingnya profesionalisme amal zakat untuk membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan.
- b. **Strategi Fundraising Adaptif:** Rahmatina & Putri (2018) menemukan adanya pergeseran strategi fundraising lembaga zakat swasta menuju pendekatan pasar (market-oriented), sementara lembaga pemerintah relatif masih konvensional. Cacija (2021) membedakan antara fundraising transaksional dan strategis, di mana pendekatan strategis lebih menekankan hubungan jangka panjang dengan muzakki.
- c. **Kualitas Informasi Akuntansi:** Susanto (2013) menyebutkan kualitas informasi akuntansi ditentukan oleh akurasi, relevansi, ketepatan waktu, dan kelengkapan data. Studi Nikmatuniayah et al. (2017) serta Nunung Nurhayati et al. (2016) menegaskan adanya hubungan positif antara kualitas informasi akuntansi, akuntabilitas laporan keuangan, dan tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat.
- d. **Inovasi Teknologi dan Digitalisasi:** Penelitian Fahmi Syam (2020) dan Bin-Nashwan et al. (2020) memperlihatkan bagaimana penggunaan teknologi informasi, media sosial, serta platform crowdfunding digital mampu meningkatkan efektivitas penghimpunan zakat selama pandemi.

Meskipun telah banyak kajian sebelumnya, masih terdapat ruang pengembangan dalam penelitian yang mengintegrasikan ketiga aspek utama (program fundraising, strategi fundraising, dan kualitas informasi akuntansi) secara bersamaan dalam mempengaruhi pertumbuhan ZIS. Penelitian komprehensif ini diharapkan mampu memperkaya literatur manajemen zakat kontemporer, khususnya dalam konteks Indonesia pasca pandemi Covid-19.

5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, serta tinjauan pustaka yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis pengaruh implementasi program fundraising terhadap pertumbuhan ZIS

di Indonesia;

- b. Menganalisis efektivitas strategi fundraising adaptif dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat di era digital;
- c. Mengkaji pengaruh kualitas informasi akuntansi dalam memperkuat akuntabilitas dan kepercayaan publik terhadap lembaga zakat;
- d. Mengintegrasikan ketiga variabel tersebut dalam sebuah model konseptual yang komprehensif untuk mendorong pertumbuhan penghimpunan zakat secara optimal dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan **studi literatur (library research)**. Studi literatur dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian sintesis dari hasil-hasil penelitian terdahulu, baik berupa artikel ilmiah, buku, laporan institusi, maupun dokumen resmi, terkait dengan pengaruh program fundraising, strategi fundraising, dan kualitas informasi akuntansi terhadap pertumbuhan zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan secara desk study, tanpa pengumpulan data lapangan secara langsung. Proses pengumpulan data literatur dilakukan secara daring melalui basis data ilmiah, perpustakaan digital, website lembaga zakat, serta dokumen resmi pemerintah terkait pengelolaan zakat. Waktu penelitian berlangsung antara bulan Januari sampai Juni 2025.

3. Bahan dan Peralatan

Untuk menunjang kelengkapan studi literatur, digunakan bahan dan peralatan sebagai berikut:

Bahan:

- a. Artikel jurnal nasional dan internasional (terindeks Scopus, DOAJ, Sinta, Google Scholar)
- b. Buku teks dan monograf terkait manajemen zakat, fundraising, dan akuntansi zakat
- c. Laporan tahunan lembaga amil zakat seperti BAZNAS, LAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, dsb.
- d. Standar Akuntansi Keuangan PSAK 109 (Zakat dan Infak/Sedekah)
- e. Laporan dan regulasi resmi dari Kementerian Agama RI, KNEKS, OJK, dan BAZNAS
- f. Statistik resmi dari BPS Indonesia dan Bank Indonesia terkait zakat dan ekonomi syariah

Peralatan:

- a. Komputer/laptop
- b. Akses internet

- c. Software reference management (Mendeley)
- d. Software pengolah kata (Microsoft Word)
- e. Software pengelola data bibliografi (Zotero)
- f. Alat analisis sintesis tematik (coding manual)

4. Sumber Data

Sumber data penelitian terdiri dari:

- a. **Data primer sekunder** berupa dokumen hasil penelitian terdahulu;
- b. **Data sekunder** berupa laporan lembaga zakat, statistik resmi, dan regulasi pemerintah.

Kriteria inklusi data literatur yang digunakan antara lain:

- a. Terbit dalam 10 tahun terakhir;
- b. Fokus kajian pada pengelolaan zakat, fundraising, dan akuntansi zakat;
- c. Memiliki relevansi langsung terhadap variabel penelitian;
- d. Publikasi ilmiah melalui jurnal bereputasi, prosiding seminar, atau buku akademik yang terverifikasi.

5. Teknik Pengumpulan Data

Data literatur dikumpulkan melalui:

- a. **Penelusuran database ilmiah internasional:** Scopus, Science Direct, Emerald Insight, Springer, Wiley.
- b. **Penelusuran database nasional:** DOAJ, Garuda, Sinta, Google Scholar, Perpustakaan Nasional RI.
- c. **Website lembaga zakat nasional:** BAZNAS, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, Lazismu, NU Care-LAZISNU.
- d. **Laporan statistik:** BPS, Kemenag RI, KNEKS, BAZNAS Outlook Zakat.
- e. **Regulasi dan kebijakan resmi:** UU Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, PSAK 109.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui dua tahap utama:

a. Analisis Isi (Content Analysis)

Setiap artikel/jurnal/buku yang diperoleh dilakukan identifikasi dan ekstraksi informasi yang relevan terkait:

- 1) Definisi variabel
 - 2) Model manajemen zakat
 - 3) Strategi fundraising
 - 4) Kualitas sistem informasi akuntansi
 - 5) Temuan empiris terkait pengaruh variabel terhadap pertumbuhan ZIS
- Setiap temuan dicatat, dikelompokkan, dan dikoding berdasarkan tema.

b. Analisis Tematik (Thematic Analysis)

Setelah data dikoding, dilakukan analisis tematik untuk:

- 1) Mengelompokkan hasil penelitian ke dalam sub-tema terkait program fundraising, strategi fundraising, dan kualitas informasi akuntansi;
- 2) Mencari pola hubungan antar variabel;
- 3) Menyusun sintesis komprehensif hasil kajian literatur;
- 4) Menyusun kerangka konseptual pengaruh ketiga variabel terhadap pertumbuhan ZIS.

7. Validitas Data

Untuk menjaga validitas data, digunakan teknik:

- a. **Triangulasi sumber**, yaitu membandingkan hasil literatur dari berbagai sumber (jurnal ilmiah, laporan institusi, kebijakan pemerintah, dan buku teks);
- b. **Cross checking** antar peneliti untuk memastikan interpretasi data konsisten;
- c. **Referensi standar PSAK 109 dan regulasi zakat nasional** sebagai rujukan normatif untuk pengukuran kualitas informasi akuntansi.

8. Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada studi literatur yang dipublikasikan dalam kurun waktu 2013-2023 dengan fokus utama pada pengelolaan zakat di Indonesia. Penelitian tidak mengumpulkan data primer berupa wawancara maupun survei lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Optimalisasi Program Fundraising dalam Pengelolaan ZIS

Hasil studi literatur menunjukkan bahwa program fundraising yang dirancang secara strategis dan sistematis memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Fundraising sebagai ujung tombak penghimpunan dana berperan langsung terhadap kinerja lembaga amal zakat. Berdasarkan temuan dari Kemenag RI (2016), program fundraising yang efektif selalu diawali oleh perencanaan strategis, penetapan target muzakki yang jelas, pengembangan paket-paket zakat yang menarik, serta pengelolaan sumber daya manusia fundraising yang profesional.

Pengalaman pandemi Covid-19 mempercepat transformasi metode fundraising. Penelitian Bin-Nashwan et al. (2020) menunjukkan lembaga zakat yang segera mengadopsi teknologi digital untuk penggalangan dana seperti crowdfunding, QR Code, mobile banking, serta media sosial, berhasil menjaga bahkan meningkatkan tingkat penghimpunan zakat saat krisis. Hal ini terjadi karena kanal digital memungkinkan muzakki berkontribusi dengan fleksibilitas waktu dan tempat.

Selain itu, program fundraising berbasis kedaruratan (emergency fundraising) selama pandemi menjadi momentum penting untuk menunjukkan kecepatan respon lembaga zakat terhadap krisis kemanusiaan. Program zakat yang dikemas dalam bentuk bantuan sosial, distribusi

sembako, bantuan UMKM, dan santunan kesehatan memperlihatkan ketepatan positioning lembaga zakat sebagai bagian dari solusi krisis sosial ekonomi.

Mengapa hal ini terjadi?

Kombinasi antara desain program fundraising yang relevan dengan kebutuhan sosial (problem-solution fit) dan kemudahan kanal donasi digital mempermudah proses decision making muzakki. Semakin praktis, transparan, dan berbasis empati, semakin tinggi willingness to pay dari para donatur.

Bagaimana hal ini dapat diperluas?

Model pengembangan program fundraising adaptif ini tidak hanya relevan dalam konteks pandemi, melainkan juga dapat diperluas untuk kondisi krisis lainnya, bencana alam, maupun program penguatan pemberdayaan ekonomi umat.

2. Strategi Fundraising Adaptif sebagai Diferensiasi Keunggulan Kompetitif

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa strategi fundraising yang adaptif dan berbasis relasi jangka panjang mampu memperluas basis muzakki secara berkelanjutan. Caciya (2021) membedakan antara strategi transaksional (one time donation) dan strategi relasional (long term partnership). Strategi relasional menempatkan muzakki sebagai mitra kolaborasi jangka panjang, bukan sekadar penyumbang pasif.

Penelitian Rahmatina & Putri (2018) menunjukkan bahwa lembaga zakat swasta lebih adaptif menggunakan pendekatan market-oriented dengan segmentasi donor yang lebih spesifik, kampanye yang agresif, personalisasi layanan, serta penguatan citra lembaga secara profesional. Sementara lembaga zakat pemerintah masih cenderung konvensional dan birokratis.

Penelitian Soleh (2020) menegaskan pentingnya penguatan ekosistem fundraising digital dengan pemanfaatan big data, kecerdasan buatan, dan sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis IT. Dengan big data, profil perilaku donor, preferensi pembayaran, hingga tren donasi dapat dipetakan secara presisi untuk perancangan program fundraising yang lebih personal dan efektif.

Mengapa hal ini terjadi?

Muzakki generasi milenial dan Gen-Z memiliki karakteristik perilaku yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka lebih menyukai transparansi, personalisasi, kecepatan layanan, kemudahan teknologi, serta keterhubungan emosional dengan dampak sosial. Lembaga zakat yang tidak adaptif terhadap preferensi ini berisiko kehilangan relevansi.

Bagaimana hal ini dapat diperluas?

Penerapan strategi fundraising adaptif berbasis teknologi informasi sangat relevan tidak hanya untuk zakat individu, tetapi juga untuk zakat perusahaan (corporate zakat), payroll zakat, wakaf produktif, hingga pengembangan program sosial filantropi Islam secara lebih luas.

3. Kualitas Informasi Akuntansi sebagai Fondasi Kepercayaan Publik

Temuan studi literatur menunjukkan bahwa kualitas informasi akuntansi memainkan peran

kunci dalam memperkuat akuntabilitas lembaga zakat. Berdasarkan Susanto (2013), informasi akuntansi berkualitas memenuhi prinsip akurasi, relevansi, ketepatan waktu, dan kelengkapan. Standar PSAK 109 memberikan kerangka baku penyusunan laporan keuangan zakat yang dapat meningkatkan keseragaman pelaporan antar lembaga.

Penelitian Nikmatuniayah et al. (2017) serta Nurhayati et al. (2016) membuktikan secara empiris adanya hubungan positif antara kualitas laporan keuangan dan kepercayaan muzakki. Semakin transparan laporan alokasi dana zakat, semakin tinggi loyalitas donatur untuk berzakat secara berkelanjutan. Ketidakjelasan laporan keuangan sering menjadi penyebab utama distrust publik terhadap OPZ.

Mengapa hal ini terjadi?

Zakat bersifat amanah sosial. Setiap rupiah dana yang disalurkan menuntut akuntabilitas penggunaan. Di tengah keterbukaan informasi publik saat ini, akuntabilitas keuangan bukan lagi sekadar tuntutan internal, melainkan kebutuhan eksternal yang berimplikasi langsung pada kelangsungan eksistensi lembaga.

Bagaimana hal ini dapat diperluas?

Lembaga zakat perlu mengembangkan pelaporan berbasis *impact reporting*, tidak sekadar laporan keuangan statis. Penyajian kinerja sosial lembaga (jumlah penerima manfaat, dampak pemberdayaan, kisah sukses mustahik) menjadi faktor penting yang mendukung narasi transparansi kepada publik.

4. Integrasi Fundraising, Strategi, dan Informasi Akuntansi sebagai Model Pertumbuhan ZIS

Integrasi ketiga variabel penelitian — program fundraising yang inovatif, strategi fundraising adaptif, dan kualitas informasi akuntansi yang kredibel — membentuk suatu model manajemen zakat yang ideal untuk mendorong pertumbuhan ZIS secara berkelanjutan.

Studi Saeed Awadh Bin-Nashwan et al. (2020) menegaskan bahwa lembaga zakat yang mampu mengintegrasikan inovasi digital fundraising, penguatan relasi donor, serta penyajian laporan akuntabilitas keuangan yang akurat berhasil meningkatkan penghimpunan ZIS secara signifikan, bahkan dalam situasi krisis.

Mengapa integrasi ini krusial?

Kepercayaan publik merupakan hasil akumulasi antara:

1. Relevansi program zakat (program fundraising);
2. Kenyamanan transaksi (strategi fundraising);
3. Transparansi penggunaan dana (kualitas informasi akuntansi).

Bagaimana pengembangan model ini?

Model pengelolaan zakat berbasis integrasi ini dapat dikembangkan sebagai standar best practice lembaga amil zakat nasional maupun regional ASEAN, sehingga meningkatkan posisi Indonesia sebagai laboratorium zakat dunia.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini menegaskan bahwa pertumbuhan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Indonesia sangat dipengaruhi oleh keberhasilan lembaga zakat dalam mengelola program fundraising yang inovatif, menerapkan strategi fundraising yang adaptif sesuai perkembangan teknologi digital, serta menjaga kualitas informasi akuntansi yang transparan, akurat, dan akuntabel. Program fundraising yang relevan dengan kebutuhan sosial, didukung oleh diversifikasi kanal digital, memperluas partisipasi muzakki dari berbagai segmen masyarakat. Strategi fundraising yang mengedepankan relasi jangka panjang dengan donor, pemanfaatan big data, serta personalisasi layanan mampu meningkatkan loyalitas muzakki secara berkelanjutan. Sementara itu, penerapan standar akuntansi zakat berbasis PSAK 109 yang disertai pelaporan dampak sosial pengelolaan dana zakat memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola zakat. Integrasi ketiga aspek tersebut menghasilkan sinergi pengelolaan zakat yang efektif untuk memperluas cakupan penerimaan dan distribusi dana ZIS, sekaligus memperkuat posisi lembaga zakat sebagai bagian dari sistem keuangan sosial Islam yang profesional, kredibel, dan berkelanjutan. Secara ilmiah, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan model manajemen zakat kontemporer berbasis integrasi fundraising, strategi relasi donor, serta penguatan sistem informasi akuntansi, yang dapat menjadi referensi pengembangan praktik pengelolaan zakat baik secara nasional maupun internasional dalam menghadapi dinamika sosial ekonomi modern.

DAFTAR PUSTAKA

1. Azhar Susanto. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
2. Bin-Nashwan, S. A., Al-Dhaafri, H. S., & Islam, R. (2020). Fundraising campaigns via social media platforms for mitigating the impacts of the Covid-19 epidemic. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 548-565. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0272>
3. Cacija, L. (2021). *Manajemen Zakat di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
4. Fahmi Syam. (2020). Strategi perhimpunan zakat di masa pandemi Covid-19 dengan pendekatan business model canvas. *Hamjah Diha Foundation Reform*, 3(3), 54-63.
5. Kemenag RI. (2016). *Manajemen Pengelolaan Zakat*. Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf, Kementerian Agama RI.
6. Ma'ruf Amin. (2020). Potensi zakat diprediksi Rp230 triliun, baru 3,5% dikelola. *Hidayatullah.com*. Diakses dari: <https://hidayatullah.com>
7. Mintarti, N. (2011). Membangun kepercayaan publik dan kapasitas pengelolaan zakat di Indonesia. Jakarta: *Institut Manajemen Zakat (IMZ)*.
8. Mohammad Soleh. (2020). Zakat fundraising strategy: Opportunities and challenges in digital era. *Journal of Nahdlatul Ulama Studies*, 1(1), 24-36.
9. Nikmatuniayah, N., Nurdiono, & Susilowati, C. (2017). Effects of accounting information quality, accountability, and transparency on zakat acceptance. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 33(1), 62-73.
10. Nunung Nurhayati, Rizaldi, & Budi, T. (2016). The influence of accounting information quality, accountability and transparency of financial reporting on the level of zakat revenue. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(11), 7391-7404.
11. Rahmatina, A. K., & Putri, N. I. S. (2018). Fundraising strategies to optimize zakah potential in Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 10(1), 1-24.

12. Saeed Awadh Bin-Nashwan, et al. (2020). Social solidarity amid the Covid-19 outbreak: Fundraising campaigns and donors' attitudes. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(9/10), 1183-1200. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-07-2020-0297>