

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).⁹ Upaya-upaya dalam Analisis SWOT adalah untuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan¹⁰ dan dihadapi organisasi dengan penyesuaian kekuatan dan kelemahan internal.¹¹ Analisis ini juga didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).¹²

1. Faktor Yang Mempengaruhi Analisis SWOT

a. *Strengths* (kekuatan)

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan tersebut menjadi nilai plus bagi sebuah organisasi. hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah

⁹Ridwan Muclis, *Analisis SWOT Financial Tecnology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah DI Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan)*. At-Tawasuh, Vol. 2, No.2,2018:335-357. H.345

¹⁰ Zuhrotun Nisak. *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. h, 2

¹¹ Ahmad Ramadhan, Fivi Rahmatus Sofiya. *Analisis SWOT Sebaai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi McDonal`s Ring Road)*. Hal, 2

¹² Ita Aulia Coryna, Hendri Tanjung. *Forulasi Strategi Penghimpunan Zakat Oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. Jurnal Al-Muzara`ah. Hal. 165

organisasi memiliki hak khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya.¹³

b. *Weaknesses* (kelemahan)

Weaknesses merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam suatu organisasi. Pada dasarnya, kelemahan merupakan suatu hal yang wajar, namun bagaimana suatu organisasi membangun sebuah kebijakan yang dapat meminimalisasikan kelemahan tersebut.¹⁴

c. *Opportunities* (peluang)

Opportunities merupakan suatu kondisi dimana terletak diluar organisasi yang bersifat menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk sebuah perusahaan. Untuk mengetahui peluang sendiri yaitu membandingkan kekuatan dan kelemahan.¹⁵

d. *Threats* (ancaman/tantangan)

Threats sendiri merupakan kebalikan dari peluang, ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalanya sebuah organisasi. Ancaman sendiri dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi/perusahaan. Ancaman bisa dilihat dari seberapa parah pengaruhnya dan kemungkinan terjadinya.¹⁶

¹³Fajar Nur`aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020. Hal. 13

¹⁴ Ibid, h, 14

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang sangat penting untuk membantu perusahaan mengembangkan empat tipe strategi. Keempat strategi itu adalah strategi SO (Strength-Opportunity), strategi WO (*Weakness-Opportunity*) strategi ST (*Strength-Treat*) dan straegi WT(*Weakness-Treat*). Konsep perumusan strategi alternative dengan menggunakan matriks SWOT diperlihatkan pada table dibawah ini.¹⁷

Tabel 2.1
Matriks SWOT

Pembagian Faktor	Strengths (s) Faktor kekuatan Internal	Weaknss (w) Faktor Kelemhan internal
<i>Opportunities</i> (O) peluang eksternal yang ada	Strategi S-O ciptakan strtegi yang mengguanakan kekuatn dengan memanfaatkan peluang	Strategi W-o ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<i>Threats</i> (T) ancaman eksternal yang ada	Strategi S-T ciptakan strategi yang mengguanakan kekuatan dengan mengatasi ancaman	Strategi W-T ciptakan strtegi yang meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman

Sumber: Skripsi Supriana Anggreiny dan Dibuat Oleh Penulis

1. S-O strategi adalah yang disusun dengan cara mengguanakan semua kekuatan untuk merebut peluang.
2. W-O strategi adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
3. S-T strategi adalah yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman.

¹⁷ Ibid, h, 20

4. W-T strategi adalah yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.¹⁸

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).¹⁹

Dapat disimpulkan analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategi untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan organisasi, yang terdiri dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treats*), baik itu untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.²⁰

B. Tinjauan Umum Tentang Zakat *Maal* dan Sedekah

1. Zakat *maal*

Zakat *maal* adalah zakat yang dikenakan atas harta (*maal*) yang dimiliki seseorang muslim atau suatu lembaga dengan syarat-syarat dan

¹⁸ Ridwan Muclis, *Analisis SWOT Financial Tecnology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah DI Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan)*. At-Tawasuh, Vol. 2, No.2,2018:335-357. H.345

¹⁹ Ita Aulia Coryna, Hendri Tanjung. *Forulasi Strategi Penghimpunan Zakat Oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. Jurnal Al-Muzara`ah. Hal. 165

²⁰ Ratnawati Marginingsih. *Analisis SWOT Technoogy Financial (Fintech) Terhadap Industri Perbankan*. Vol. 19, No. 1, 2019. H. 57.

ketentuan yang telah ditetapkan.²¹ Harta yang wajib ditunaikan zakatnya, terbagi menjadi beberapa klasifikasi, sesuai dengan jenis harta yang dimilikinya, yaitu sebagai berikut:

a. Binatang Ternak

Hewan ternak terdiri atas hewan besar (unta, sapi, kerbau), hewan kecil yaitu (kambing, domba), dan unggas (ayam, itik, burung). Syarat pada binatang ternak diharuskan mencapai nishab, telah dimiliki satu tahun, digembalakan sengaja diinternakan dengan maksud untuk memperoleh susu, daging, dan hasil perkembangannya, serta tidak untuk dipekerjakan demi kepentingan pemiliknya, seperti untuk membajak dan sebagainya.²²

Tabel. 2.2
Nisab unta

No.	Jumlah (ekor)	Zakat
1.	5-9	1 ekor kambing/domba
2.	10-14	2 ekor kambing/domba
3.	15-19	3 ekor kambing/domba
4.	20-24	4 ekor kambing/domba
5.	25-35	1 ekor unta bintu makhad
6.	36-45	1 ekor unta bintu labun
7.	46-60	1 ekor unta hiqah
8.	61-75	1 ekor unta jazd`ah

²¹ Ibid. 46

9.	76-90	2 ekor unta bintu labun
10.	91-120	2 ekor unta hiqqah

Setiap bertambah 40 ekor, kadarnya 1 ekor bintu labun dan setiap 50 ekor unta, kadarnya 1 ekor hiqqah.

Keterangan:

1. Bintu makhad adalah unta betina, telah berumur 11 tahun dan memasuki tahun kedua.
2. Bintu labun adalah unta betina, telah berumur 2 tahun dan memasuki tahun ketiga
3. Hiqqah adalah unta betin telah berumur 3 tahun dan memasuki tahun ke empat.
4. Jadz`ah adalah unta betina telah berumur 4 tahun dan memasuki tahun kelima.²³

Tabel. 2.3
Zakat kambing

Nisab	Zakat
40-120	1 ekor kambing
121-200	2 ekor kambing
201-300	3 ekor kambing
Setiap bertambah 100	1 ekor kambing

²³ Ibid. 78

Tabel. 2.4
Zakat sapi

Nisab	Zakat
30-39	1 ekor anak sapi jantan atau betina berumur 1 tahun
40-59	1 ekor anak sapi jantan atau betina berumur 1 tahun
60-69	2 ekor anak sapi jantan atau betina berumur 1 tahun
70-79	2 ekor anak sapi betina berumur 2 tahun dan 1 ekor anak sapi jantan berumur 1 tahun

Nisab unggas tidak dihitung berdasarkan jumlahnya melainkan berdasarkan pada skala usaha yang dilakukan. Nisab unggas setara dengan 20 dinar. Jika 1 dinar = 4,25 gram emas, maka 20 dinar = 85 gram emas. Artinya, jika seseorang beternak unggas, lalu setelah 1 tahun hasilnya mencapai angka yang setara 85 gram emas murni (24 karat), maka wajib dikeluarkan zakatnya sebanyak 2,5%.

b. Emas Dan Perak

Emas dan perak merupakan benda yang memiliki nilai jual tinggi, oleh karena itu wajib dikeluarkan zakatnya jika telah mencapai nisab dan haul. Nisab emas sebanyak 85 gram dan kadar zakatnya adalah 2,5%. Sedangkan nisab perak adalah 200 dirham atau 72 gram perak murni. Zakatnya sama dengan emas yaitu 2,5%.

c. Hasil Pertanian

Hasil pertanian yang dimaksud merupakan tumbuh-tumbuhan atau tanaman yang bernilai ekonomis seperti umbi-umbian, biji-bijian,

sayur-sayuran, buah-buahan, dan lain sebagainya. Nisab zakat hasil pertanian adalah sebanyak 5 wasaq= 300 sho` = 652,8 kg. kadar zakat yang harus dikeluarkan sebanyak 1/100 nya jika tanaman tersebut tumbuh tanpa biaya perawatan. Apabila pemeliharannya mengeluarkan biaya maka kadar zakat yang harus dikeluarkan sebanyak 1/20 nya.

d. Hasil Tambang

Hasil tambang adalah sumber daya yang dihasilkan dari kekayaan alam yang memiliki nilai ekonomi. Nisabnya seperti nisab emas dan perak yaitu 2,5%.

e. Harta Perniagaan

Sesuatu yang selain uang, dipergunakan untuk menjalankan perdagangannya, baik dengan pembelian maupun penjualan, dan bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Nisab dari harta perniagaan, sama dengan nisab emas yaitu 85 gram. Sedangkan zakat yang harus dikeluarkan sebesar 2,5%.

f. Rikaz (harta temuan)

Rikaz merupakan barang temuan berupa barang-barang berharga yang juga dapat bernilai jual tinggi. Jika seseorang tersebut menemukan rikaz, maka zakatnya sebanyak 20%, dan dikeluarkan pada saat ditentukannya barang berharga tersebut.

g. Zakat profesi

Zakat profesi tergolong jenis baru pada kategori harta wajib zakat.

Zakat profesi ditunaikan pada setiap kali menerima gaji, dianalogikan dengan zakat uang sebanyak 2,5% dari sisa pendapatan bersih, dengan nisab 85 gram emas/tahun.

Para ulama menetapkan hukum zakat profesi adalah wajib berdasarkan firman Allah SWT, dalam surat Al-Baqarah: 267²⁴ sebagai berikut:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَيْثُ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِدِيهِ إِلَّا أَنْ تَعْمَضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

2. Sedekah

Sedekah asal kata bahasa arab *Shadaqoh* yang berarti suatu pemberian oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu. Sedekah adalah suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridha Allah SWT. Dan pahala semata. Sedekah dalam pengertian diatas oleh para fuqara (ahli fikih) disebut *sadaqah at-tatawwu`* (sedekah secara spontan dan sukarela).²⁵ Menurut terminology syariat *shadaqah* sama dengan pengertian infaq, termasuk juga hukum-hukum dan ketentuannya. Namun. Jika infaq berkaitan dengan materi, sedekah

²⁴ Terjemah: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kau keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buuk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mengambilnya melaikan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilan, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.

²⁵ Ibid 189.

memiliki arti yang lebih luas berkenaan dengan hal yang bersifat non materi.²⁶

C. Landasan Hukum Zakat Maal Dan Sedekah

1. Zakat *maal*

Zakat merupakan salah satu rukun islam, dan menjadi salah satu unsur pokok bagi tegaknya syariat islam. Oleh sebab itu hukum zakat adalah wajib (fardhu) atas setiap muslim yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu. Firman Allah SWT adalah Q.S. At-Taubah [9]: 103.²⁷

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Dari ayat di atas dapat dipahami bahwa yang *pertama*, kata *khudz* (ambillah) yang menunjukkan kata perintah yang maksudnya adalah wajib. *Kedua*, zakat yang diambil itu merupakan harta yang penjabarannya bermacam-macam, bisa hasil tunai hewan ternak, harta yang diperjual belikan dan sebagainya. *Ketiga*, zakat itu akan membawa beberapa keuntungan bagi yang mengeluarkannya, yaitu terhindar dari kesalahan karena mengambil hak orang lain, kebersihan mereka dari kekikiran dan cinta yang berlebih-lebihan terhadap harta benda, menyuburkan sifat-sifat kebaikan dalam hati mereka dan mengembangkan harta mereka, serta

²⁶ Yunita Hemalia, *Strategi Fundraising Aksi Cepat Tanggap (ACT) Labuhan Batu Dalam Meningkatkan Perolehan Dana Zakat, Infaq, Sedekah Dan Wakaf*, Riau: Jurrnal, 2022), 27.

²⁷ Terjemah: *Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalh untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraan jiwa bagi mereka. Dan Allah maha mendengar lai maha mengetahui.*

memperoleh doa dari orang-orang yang memberi zakat yang dapat menimbulkan ketentraman dan ketenangan jiwa.

2. Sedekah

Para *fuqara* sepakat bahwa hukum sedekah pada dasarnya adalah sunnah, berpahala bila dilakukan dan tidak berdosa jika ditinggalkan. Disamping sunnah, adakalanya hukum sedekah menjadi haram yaitu kasus seseorang bersedekah mengetahui pasti bahwa orang yang bakal menerima sedekah tersebut akan menggunakan harta sedekah untuk kemaksiatan. Terakhir ada kalanya juga hukum sedekah berubah menjadi wajib, yaitu ketika seseorang bertemu dengan orang lain yang sedang kelaparan hingga dapat mengancam keselamatan jiwanya, sementara dia mempunyai makanan yang lebih dari apa yang diperlukan saat itu. Hukum menjadi wajib jika seseorang bernazar hendak bersedekah kepada seseorang atau lembaga.²⁸

D. Teknologi Digital

1. Pengertian Teknologi Digital

Teknologi merupakan sebuah sarana dalam memecahkan masalah yang mendasar dari setiap peradaban manusia. Tanpa adanya teknologi, maka akan menyebabkan banyak masalah yang tidak terpecahkan secara baik dan sempurna. Teknologi digital merupakan suatu alat teknologi yang dimana pengoperasiannya tidak lagi banyak membutuhkan tenaga manusia

²⁸ Ibid 190.

atau manual dan lebih cenderung pada sistem pengoperasiannya yang otomatis dan bisa menghubungkan dengan semua komputer atau gadget dengan menggunakan jaringan internet. Setiap hari kita selalu berhubungan dengan berbagai macam teknologi mulai dari teknologi digital internet hingga telepon genggam. Hal ini membuktikan bahwa teknologi digital internet telah menjadi dunia kita.

2. Jenis-Jenis Teknologi Digital (Internet)

Menurut Kurniawan menyebutkan ada beberapa jenis tempat pemasaran melalui teknologi internet yaitu:

a. Website

Website adalah ruang lingkup dai teknologi digital yang merupakan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. dokumen website biasa disebut dengan web page dan link.²⁹

b. Sosial Media

Sosial media yaitu medium internet yang memungkinkan penggunaanya untuk mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya.³⁰

c. Mobile Aplikasi

Mobile aplikasi adalah aplikasi yang dirancang khusus untuk platform mobile (misalnya ios, android, atau windows mobile dan

²⁹ Lukkmanul Hakim, *Cara Cerdas Menguasai Layout, Desain dan Aplikasi Web*. (Jakarta: PT. ELEX Media Komputindo, 2004)

³⁰ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perperktif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rektama Media, 2015), h. 15

biasanya diunduh melalui sistem Apple Store, Android Gogle Play Store dan sebagainya. Ada aplikasi yang bersifat gratis dan juga berbayar. Mobile aplikasi adalah program yang telah dirancang perusahaan berdasarkan kebutuhannya.³¹

E. Aplikasi BAZKOPA

BAZKOPA memiliki kepanjangan yaitu BAZNAS Kota Palembang dan merupakan aplikasi resmi dari BAZNAS Kota Palembang dalam pengumpulan dana dan sarana informasi untuk masyarakat kota Palembang. Aplikasi ini buat oleh tim pengumpulan ZIS BAZNAS Kota Palembang pada tanggal 5 juli 2022.³²

1. Tujuan aplikasi BAZKOPA

Meningkatkan pengumpulan ZIS melalui media online, sehingga dapat membantu mengurangi angka kemiskinan di kota Palembang.

2. Manfaat Aplikasi BAZKOPA

- a. untuk memudahkan muzakki dalam menyalurkan ZIS ke BAZNAS.
- b. Memudahkan dalam penghitungan zakat profesi.
- c. Mudahnya mendapatkan informasi terkait ZIS.³³

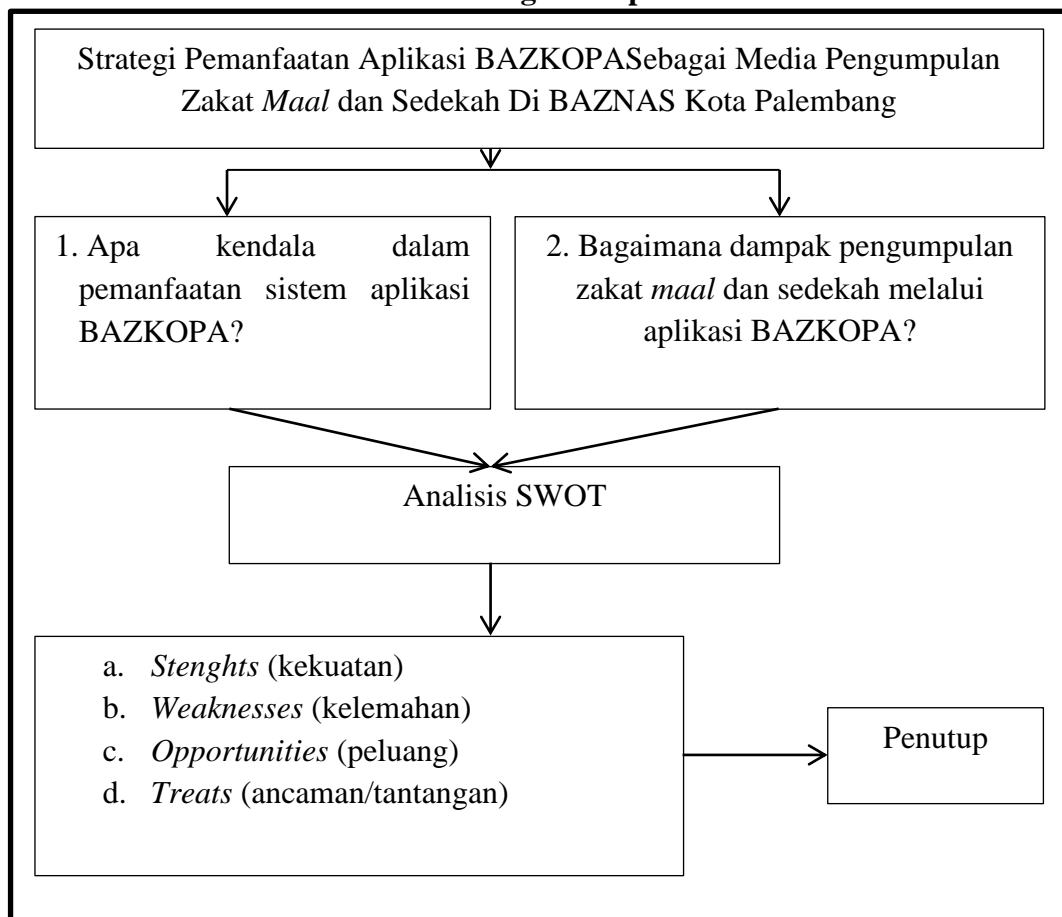
³¹ Thomas Josep. *Apps The Spirit Of Digital Marketing 3.0*. (Elek Media Komputindo,2011), h. 103

³² Ibid

F. Kerangka Berpikir

Secara sederhana, hubungan antara objek yang nantinya akan di teliti dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam sebuah kerangka berpikir yang menurut objek-objek penelitian serta hubungan masing-masing objek tersebut. Objek-objek yang akan di teliti dalam penelitian ini yaitu strategi pemanfaatan aplikasi BAZKOPA sebagai media pengumpulan zakat *maal* dan sedekah di BAZNAS Kota Palembang.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Dikembangkan Dari Berbagai Sumber dan Di Buat Oleh Penulis

G. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang akan menjadi salah satu acuan dan referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori untuk digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

Indah Fransiska (2021) “Strategi Pemanfaatan Platform Online Sebagai Media Pengumpulan Zakat Dimasa Pandemi Covid 19 Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Rokan Hilir Riau”. Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan platform media online dan pelayanan yang diberikan BAZNAS sangat membantu masyarakat yang ingin menyalurkan zakatnya, dan juga sangat membantu pihak BAZNAS untuk meningkatkan pengumpulan terlebih dimasa pandemi covid 19, BAZNAS Kabupaten Rokan Hilir Riau selama masa pandemi covid 19 berinovasi untuk memberikan kemudahan para muzakki dengan memanfaatkan platform media online yang berupa poster ajakan, layanan jemput zakat dan transfer layanan perbankan dan dengan memanfaatkan platform media online yang dibuat dengan menggunakan poster ajakan berzakat dan juga terdapat pelayanan yang dapat mempermudah para muzaki kini pengumpulan zakat berjalan dengan baik dan mengalami peningkatan secara signifikan.

Supriana Anggreiny (2021) “Strategi Penghimpunan (Zakat, Infaq Dan Sedekah) Melalui Digital Qris Di BAZNAS Provisnsi Kalimantan Tengah”. Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa BAZNAS masih perlu melakukan kegiatan sosialisasi dan edukasi tentang bagaimana penggunaan Qris,

bagaimana pengaplikasiannya, kurangnya promosi juga menjadikan kelemahan dalam pengelolaan di BAZNAS. kelebihan yang mempunyai BAZNAS adalah keterkaitan dengan beberapa BAZNAS untuk memperluas promosi Qris. Penggunaan Qris sangat mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi zakat, infaq dan sedekahnya, dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi pihak BAZNAS bahwa diperlukannya edukasi dan sosialisasi tentang cara menggunakan Qris, dan bagaimana memberikan kepastian atau keamanan dalam menggunakan Qris sebagai validasi dan transaksi tersebut, penggunaan digital yang mudah dapat meningkatkan penghimpunan zakat di BAZNAS dan berdampak bagus bagi masyarakat yang memahami bagaimana penggunaan digital Qris secara efektif dan efisien.

Septi Sakinah Rizki Utama (2021) "Strategi peningkatan Pengumpulan Zakat, Infaq Dan Sedekah (ZIS) Pada Lembaga Amil Zakat Al Washliyah Beramal Sumatra Selatan". Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa ZIS harus dikelola dengan baik, agar menjadi langkah yang solutif untuk dapat mengentaskan kemiskinan. Dengan adanya lembaga pengelola zakat, infaq dan sedekah yang baik maka akan terciptanya manajemen yang baik didalam kegiatan pengumpulan, pengelolaan dan pendistribusiannya. Dengan adanya pengelolaan yang baik terbukti mampu untuk menjadikan kemakmuran serta kesejahteraan masyarakat yang kurang mampu.

Rejeki Kasiro Siregar (2021) "Efektivitas Pemanfaatan Pelayanan Digitalisasi Dalam Pembayaran Zakat Bagi Muzakki Di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatra Utara". Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa

pemanfaatan pembayaran digital sebagai media pengumpulan zakat yang dilakukan oleh BAZNAS Provinsi Sumatra Utara adalah masih kurang efektif., hal ini disebabkan kurangnya antusiasme muzakki untuk memperoleh informasi dan penggunaan teknologi yang terhambat oleh usia pada sebagian muzakki yang berusia lanjut serta kesadaran masyarakat akan wajib zakat sebagai umat islam.

M. Mabruhi Faozi dan Awalia Jehan S (2020) “Strategi Penghimpunan dana Infaq Telaah Eektivitas Aplikasi Digital Pada At-Takwa Centre Kota Cirebon”. Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa infaq melalui fitur QR Code dapat melalui aplikasi e-wallet dan internet banking. Aplikasi e-wallet yang tersedia adalah OVO, DANA, GOPAY. Dan LinkAja.

Ahmad Rudi Setiawan (2019) “Studi Analisis Terhadap Strategi Penghipunan Zakat Di Rumah Zakat” dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam strtegi penghimpunan zakat, Rumah Zakat membuat website resmi dan akun resmi media sosial.

Muhammad Tho`in dan Reno Yakob Andrian (2021)“Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infaq dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Al-Insan Jawa Tengah” strategi yang paling efektif yang digunakan untuk meningkatkan pengumpulan ZIS di LAZIS Jateng adalah Strategi yang menggunakan cara tradisional.

Muhamad Arief Nugraha dan Kurniawati (2022) “ Strategi Pengumpulan Dana ZIS Melalui Sistem Berbayar Nontunai Qris Dlam Meningkatkan Donatur Di BAZNAS Provinsi Bali” strategi yang dipeergunakan Baznas

Provinsi Bali yaitu menyebarkan Qr Code melalui media offline dan online milik mereka.

Nindy Pratiwi (2022) “Strategi Fundraising Zakat Di Era *New Normal Life* Di BAZNAS Oku Timur” dengan kesimpulan semua kegiatan yang berhubungan dengan penggalangan dana di BAZNAS Oku Timur menggunakan manajemen strategi. Penggunaan strategi ini mengatur pekerjaan sehingga kegiatan dapat terarah dan mudah untuk dievaluasi. Banyak kendala yang dialami dalam menggalang dana yakni banyak perusahaan yang belum bisa diajak untuk bermitra, faktor internal dan eksternal, dan tantangan perkembangan zaman. Kendala tersebut dapat teratasi dengan strategi manajemen, strategi kemitraan dan strategi *fundraising*.

Wahid Sobri, Saprida dan Muharir (2022 “Strategi *fundraising* dalam upaya meningkatkan kepercayaan muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)” dengan kesimpulan, BAZNAS Kota Palembang menggunakan 2 macam strategi *fundraising* yaitu fundraising online dan offline. Strategi *fundraising* paling efektif adalah menggunakan *payroll* sistem karena penghimpunan dana zakatnya sudah tersimpan secara otomatis.

Tabel 2.5
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Peneliti	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Indah Fransiska (2021)	Strategi Pemanfaatan Platform Online Sebagai Media Pengumpulan Zakat	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama meneliti stratei	Perbedaan peneliian ini terkait pemanfaatan media digital yang digunakan

		Dimasa Pandemi Covid-19 Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Rokan Hilir Riau	pemanfaatan dalam pengumpulan zakat	
2.	Supriana Anggraeiny (2021)	Strategi Penghimpunan (Zakat, Infaq dan Sedekah) Melalui Digital Qris Di BAZNAS Provinsi Kalimantan Tengah	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi penghimpunan secara online	Perbedaan dalam penelitian ini adalah pemanfaatan media online yang digunakan
3.	Septia Sakinah Rizki Utama (2022)	Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS) Pada Lembaga Amil Zakat Al Washliyah Beramal Sumatra Selatan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama memanfaatkan strategi pemanfaatan media online	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu lembaga dan teori
4.	Rejeki Kasiro Siregar (2021)	Efektivitas Pemanfaatan Layanan Digitalisasi Dalam Pembayaran Zakat Bagi Muzakki Di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatra Utara	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas pemanfaatan pengumpulan zakat secara online	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu teori yang digunakan
5.	M. Mabruki Faozi dan Awalia Jehan S (2020)	Strategi Penghimpunan Dana Infaq Telaah Efektivitas Aplikasi Digital Pada At-Takwa Centre Kota Cirebon	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas aplikasi pengumpulan	Perbedaan penelitian ini yaitu pada aplikasi yang digunakan dan lembaganya
6.	Ahmad Rudi	Studi Analisis Terhadap Strategi	Persamaan penelitian ini	Perbedaan penelitian ini

	Setiawan (2019)	Penghimpunan Zakat Di Rumah Zakat	yaitu sama-sama meneliti pemanfaatan teknologi digital dalam membantu pengumpulan ZIS	pada teknologi informasi media sosial dan website
7.	Muhammad Tho'in dan Reno Yakob Andrian (2021)	Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infaq dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah	Sama-sama menggunakan strategi pemanfaatan teknologi digital atau secara online melalui website	Penelitian ini juga meneliti strategi tradisional
8.	Muhamad Arief Nugraha dan Kurniawati (2022)	Strategi Pengumpulan Dana ZIS Melalui Sistem Berbayar Nontunai Qris Dalam Meningkatkan Minat Donatur Di BAZNAS Provinsi Bali	Penelitian ini sama-sama membahas pengumpulan ZIS secara online	Penelitian ini meneliti pengumpulan menggunakan Qris
9.	Nindy Pratiwi (2022)	Strategi Fundraising Zakat Di Era <i>New Normal Life</i> Di BAZNAS Oku Timur	Penelitian ini sama-sama meneliti strategi pengumpulan zis secara online	Penelitian ini saat setelah covid-19
10.	Wahid Sobri, Saprida dan Muharir (2022)	Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Palembang	Penelitian ini sama-sama membahas pengumpulan melalui aplikasi BAZKOPA	Penelitian ini juga membahas strategi secara offline