

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. (2021). *Metodologi Sosial Penelitian dan Hukum*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Adindo, Apri Wengi. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Agung, Andreas. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing: Berbisnis di Dunia Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Asmaran, Husnul Yaqin, Mahmud. (2022). Transmisi Ilmu Tasawuf Tuan Guru di Kalimantan Selatan. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, Vol. 16 No. 2, 510.
- BAZNAS, Divisi TI. (2019). *Statistik Zakat Nasional 2018*. Jakarta: Bagian Liaison dan Pelaporan.
- BAZNAS, Humas. (2021). *BAZNAS Kembali Raih Indonesia Fundraising Award 2021*. Retrieved from [baznas.go.id: https://baznas.go.id/Press\\_Release/baca/BAZNAS\\_Kembali\\_Raih\\_Indonesia\\_Fundraising\\_Award\\_2021/900](https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Kembali_Raih_Indonesia_Fundraising_Award_2021/900)
- BPS. (2022). *Persentase Penduduk Miskin Maret 2022 turun menjadi 9,54 persen*. Retrieved from [Badan Pusat Statistik: https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1930/persentase-penduduk-miskin-maret-2022-turun-menjadi-9-54-persen.html](https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1930/persentase-penduduk-miskin-maret-2022-turun-menjadi-9-54-persen.html)
- Erpurini, Wala dkk. (2021). *Buku Bunga Rampai: Perubahan Perilaku Sosial Dampak Pandemi Covid-19 2021*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Hall, Simon. (2020). *B2B Digital Marketing Strategy: How to Use New Frameworks and Models to Achieve Growth*. Britania Raya: Kogan Page. <https://books.google.co.id/books?id=dBn0DwAAQBAJ>.
- Hendrawan, Hengky. (2021). Analisa SWOT and STP (Segmentation, Targetting, Positioning) Analysis ini Digital Marketing Strategies for Micro Businesses-Bunda Culinary. *JKMB (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, Vol. 7 No. 2, 129.
- Horner, Thomas. (2023) *Advertising Impact and Controlling in Content Marketing: Recognize Impact Mechanisms, Optimize Controlling and Adapt Strategy*. Jerman: Springer Fachmedien Wiesbaden.

- <https://books.google.co.id/books?id=5kqtEAAAQBAJ>.
- Hua, Hongbing. (2019) *Mobile Marketing Management: Case Studies from Successful Practices*. Amerika Serikat: Taylor & Francis. <https://books.google.co.id/books?id=ANWNDwAAQBAJ>.
- Jannah, Raudatul. (2021). Karakter Religius dalam Budaya Kelahiran Masyarakat Banjar Kalimantan Selatan. *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol. 3 No. 2, 6.
- Junidar, Ulfa. (2020). Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam. *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* Vol. 2 No. 2, 197-210.
- Kinanti, Risma Ayu. (2020). Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerja Sama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce Pasca Pandemi Covid-19. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf* Vol. 2 No. 1, 33.
- Lina Ariyani dkk. (2021). Book Chapter Strategi Pemasaran: UMKM Dan Pandemi Covid-19. Yogyakarta: Deepublish Publisher .
- Meilita, Hani dkk. (2020). Analisis Tingkat Efisiensi Badan Pengelola Zakat di Tiga Negara ASEAN (Indonesia, Malaysia dan Singapura). *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 11 No. 1, 12.
- Michel Wedel, Rik Pieters. (2007). *Visual Marketing: From Attention to Action*. Britania Raya: Taylor & Francis. <https://books.google.co.id/books?id=0yaRWQGAbQ0C>.
- Muallim, Mansoor. (2023). *Content Marketing Strategies*. Inggris: M M Info Care. <https://books.google.co.id/books?id=xAXAEAAAQBAJ>.
- Muchtar, E. H. (2021). *Urgensi Pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kota Tangerang Tentang Pengelolaan Zakat*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Mulyono, Sujano Harto, Qurroh Ayuniyyah dan Ibdalsyah. (2022). Strategi Digital Fundraising Dalam Penghimpunan Dana Zakat: Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Global Zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1, 67-79.
- Nurhajizah, Meike Siti. (2021). *Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat Melalui E-Commerce*. Tangerang selatan: Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pearce, A. John dan Richard B Robinson. (2008). *Strategic Manajemen - Formulation, Implementation, and Control*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Purwanto, April. (2009). *Manajemen Fundraising Bagi Pengelola Zakat*. Jakarta: Teras.

- Puspita, Dewi. (2020). *Analisis SWOT Dalam Strategi Pengelolaan Dana Zakat Melalui Program Z-Mart di BAZNAS Kabupaten Langkat*. Medan: Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara.
- Qomaria, Nia. (2021). *Fundraising ZIS di Era Digital: Efektivitas Tabung Amal. ID Sebagai Platform Penghimpunan ZIS Nurul Falah Surabaya*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Rachmadi, Tri. (2020). *The Power of Digital Marketing*. Lampung: TIGA Ebook.
- Ridwan dan Yuli. (2018). Formulasi, Implementasi Dan Evaluasi Strategi Dalam Penyusunan Business Plan Pada Pt. Bosowa Propertindo. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 7 No. 3, 245-246
- S. Rao Vallabhaneni. (2022). *Wiley CIA Exam Review 2023, Part 3: Business Knowledge for Internal Auditing*. Wiley CIA Exam Review Series. Amerika Serikat: Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=qSK1EAAAQBAJ>.
- Sari, Mila. (2022). *Metodologi Penelitian*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Sarosa, Samiaji. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT Kanasius.
- Sisdianto, Ersi dkk. (2021). Penerapan Pembayaran Zakat Digital Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Cashless Society). *Jurnal Fidusia*, Vol. 4 No. 2, 117.
- Soleh, M. (2020). Zakat Fundraising Strategy: Oppurtunities and Challenges ini Digital Era. *Journal of Nahdatul Ulama Studies*, Vol. 1 No. 1, 4.
- Sriram Birudavolu, Biswajit Nag. (2018). *Business Innovation and ICT Strategies*. Jerman: Springer Nature Singapore. <https://books.google.co.id/books?id=HqR5DwAAQBAJ>.
- Sujawerni, Wiratna. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supiyandi. (2021). *Pemasaran Di Era Digital: Tantangan dan Solusi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Supriadi, Iman. (2020). *Metode Riset Akutansi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Suswandari, Meidawati dkk. (2022). Dampak Pembelajaran Daring dalam Motivasi Belajar dan Tingkat Stres Akademik Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan*, Vol. 31 No. 1, 84.
- Tuten, Annmarie Hanlon and Tracy L. (2022). *The SAGE Handbook of Social Media Marketing*. Britania Raya: SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=m3BYEAAAQBAJ>.

- Ulpah, Mariya. (2021). Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak dan Sedekah Pada Lazismu Jakarta. *Jurnal Madani Syariah, Vol. 4 No. 2, 2*.
- Utami, Pertiwi dkk. (2020). Refleksi Hukum Zakat Digital Pada BAZNAS Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Mustahik. *Jurnal Surta Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan, Vol. 11 No. 1, 54*.
- Wijoyo, Hadion dkk. (2021). *Transformasi Digital dari Berbagai Aspek*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Zamzam, Fakhry. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.