ABSTRAK

Ali. 210104030041, *Strategi Digital Fundraising Di Lazismu Banjarbaru Dalam Menghimpun Dana Zakat*. Skripsi. Pembimbing (I) Syaipul Hadi, S.IP., MA dan Pembimbing (II) Jumi Herlita, S.E, M.Sc. Pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin, 2025.

Kata Kunci: Zakat, Strategi, Digital Fundraising, Pengumpulan Dana

Penelitian ini membahas strategi digital fundraising yang diterapkan oleh Lazismu Banjarbaru dalam upaya menghimpun dana zakat. Latar belakang penelitian ini didasari oleh perkembangan teknologi informasi yang mendorong perubahan pola perilaku masyarakat dalam berdonasi, serta besarnya potensi zakat di Indonesia yang belum tergarap secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan strategi digital fundraising di Lazismu Banjarbaru, yang mencakup *content marketing*, *mobile marketing*, *continuous marketing*, *integrated digital marketing*, dan *visual marketing*.

metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi terkait aktivitas *fundraising* yang dijalankan oleh Lazismu Banjarbaru. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa Lazismu Banjarbaru telah mengimplementasikan berbagai *strategi fundraising digital*, terutama dengan memanfaatkan situs web, media sosial, serta komunikasi melalui aplikasi pesan singkat. Meskipun pelaksanaannya masih dalam proses pengembangan dan belum optimal, strategi ini dinilai cukup efektif dalam memperluas jangkauan donatur, mempererat hubungan dengan para pemberi zakat, serta meningkatkan efektivitas penghimpunan dana zakat.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penerapan *digital fundraising* merupakan strategi penting yang perlu terus ditingkatkan oleh lembaga amil zakat, khususnya dalam upaya menjangkau kalangan generasi muda serta mempermudah pelaksanaan pembayaran zakat melalui *platform digital*.