

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Lembaga amil zakat yang pengelolaannya dikelola oleh swasta dan sudah terdaftar di KEMENAG diantaranya adalah LAZIS Nahdlatul Ulama (LAZIS NU) yaitu lembaga zakat yang didirikan oleh NU. LAZISNU sebagai lembaga amil zakat swasta mempunyai peranan yang penting di mata masyarakat. Salah satu teknologi digital yang sudah dikembangkan dalam lembaga filantropi untuk mengatur ZIS yaitu Nu Care- Lazisnu yang merupakan hasil rebranding dari Lazisnu pada tahun 2016. NU Care-Lazisnu adalah organisasi nirlaba yang dimiliki oleh Nahdlatul Ulama (NU) yang bertujuan untuk memberikan pelayanan bagi kesejahteraan dan kemandirian umat, serta meningkatkan status sosial dengan memanfaatkan dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS), dan dana sosial-keagamaan lainnya (DSKL). Berdiri pada tahun 2004, NU Care-Lazisnu bertujuan membantu masyarakat sesuai dengan arahan muktamar NU yang ke-31 di Asrama Haji Donohudan, Boyolali, Jawa Tengah. Secara resmi, Lazisnu diakui secara yuridis melalui SK Menteri Agama RI No. 65/2005 untuk mengumpulkan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) dari masyarakat luas².

Lazis-NU (Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama’)
Kota Blitar adalah lembaga yang berada dibawah Pengurus Cabang NU Kota Blitar dan disahkan keberadaannya oleh Pengurus Cabang NU Kota Blitar,

² Nu Care-Lazisnu “Sekilas Nu Care-LAZISNU” dalam https://nucare.id/sekilas_nu (diakses pada 01 Oktober 2024).

menjadi lembaga terpercaya artinya Lazis-NU bercita-cita menjadi lembaga pengelola zakat dan shodaqoh yang amanah³

Tabel 1.1

**Laporan Keuangan zakat, infak, dan Sedekah di Lazisnu Kota Blitar
2022-2024**

Tahun	Perolehan dana Infak dan Sedekah	Perolehan dana Zakat	Total
2022	182.218.800,00	43.320.000,00	225.538.800,00
2023	243.856.200,00	58.875.000,00	302.731.200,00
2024	315.428.800,00	65.215.000,00	380.643.800,00

Sumber : Lazisnu Kota Blitar

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa adanya peningkatan potensi zakat, infak, dan shadaqah di Lazisnu Kota Blitar tahun 2020-2023. Setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Dari data diatas membuktikan bahwa pengelolaan dana ZIS di NU Care-LAZISNU di Kota Blitar dalam pengumpulan dan penghimpunan dana ZIS dilakukan dengan cukup baik oleh karena itu menunjukkan terjadinya perkembangan aktivitas ekonomi masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis memilih lembaga amil zakat untuk dijadikan studi kasus pada penelitian kali ini yaitu pada NU Care-LAZISNU di Kota Blitar yang dimana lembaga tersebut memiliki potensi untuk berkembang lebih maju lagi dan mampu bersaing dengan lembaga amil zakat lainnya. Dapat kita lihat

³ Lazisnu Kota Blitar dalam <http://lazisnukotablitar.blogspot.com/> (diakses pada 01 Oktober 2024).

peningkatan perolehan dana zakat dari masyarakat tiap tahunnya. Jumlah penerima manfaat dan pemberdaya yang di kelola juga salalu meningkat serta meluas jangkauan distribusi dana zakat dari setiap priodenya, suatu manajemen dana zakat infak dan sadaqah dengan profesional secara kontribusi untuk mengurangi angka kemiskinan yang ada dan juga aspek pemberdayaan serta kemanfaatannya.

Dalam proses penghimpunan dana (*fundraising*), NU Care-LAZISNU di Kota Blitar tentu menerapkan strategi untuk mengumpulkan dana zakat, infak, dan sedekah dari para muzakki. Strategi ini dilakukan melalui sosialisasi, promosi, dan transfer informasi dengan masyarakat Blitar, sehingga menciptakan kesadaran kepada calon donatur. Ada empat strategi *fundraising* yang di lakukan LAZISNU antara lain yaitu Strategi *fundraising dialogue*: yang dikenal sebagai jemput bola, merupakan cara yang digunakan oleh lembaga untuk lembaga mencari sumber pendanaan melalui percakapan langsung dan interaksi tatap muka. Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan calon donatur agar mendukung program koin NU di NU Care-LAZISNU di Kota Blitar bertemu langsung dengan calon donatur atau masyarakat sasaran donatur untuk dijadikan donatur tetap. Kedua, strategi *corporate fundraising*: kerjasama dengan perusahaan membantu penerapan strategi penghimpunan dana ZIS.

Dalam pelaksanaanya di NU Care-LAZISNU Kota Blitar bekerja sama dengan tokoh masjid di wilayah kota Blitar dan bekerjasama dengan UPZIS di kota Blitar untuk mensosialisasikan kepada masyarakat agar menjangkau lebih banyak calon donatur Ketiga, *multichannel fundraising*: strategi dengan

menggunakan berbagai media, seperti melalui media online seperti Instagram, Facebook, dan website. Guna menjaring calon donatur dan menarik donasi NU Care-LAZISNU Kota Blitar, dari pengguna media sosial serta membuat NU Care-LAZISNU Kota Blitar lebih dikenal masyarakat. Keempat, strategi menjaga loyalitas : untuk menjaga loyalitas dan kepercayaan masyarakat NU Care-LAZISNU Kota Blitar membuat dan melaporkan hasil capaian dan sajian program yang telah terlaksana dari sumber dana infak program koin NU.

Dengan demikian, melalui pengelolaan yang profesional, transparan, dan strategis, zakat dapat menjadi kekuatan besar dalam membangun kesejahteraan masyarakat. Studi kasus NU Care–Lazisnu Kota Blitar memberikan gambaran konkret bagaimana strategi fundraising yang tepat dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan dana ZIS, sekaligus memperkuat peran zakat sebagai instrumen sosial-ekonomi dalam Islam

Strategi-strategi tersebut telah terbukti efektif dalam menarik minat masyarakat Blitar untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah melalui NU Care-LAZISNU. Peningkatan dana yang terhimpun menunjukkan bahwa lembaga ini tidak hanya berhasil dalam pengelolaan dana, tetapi juga mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya berzakat. Sementara itu, jika dilihat secara nasional, pengumpulan dana zakat juga menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan jumlah dana zakat yang berhasil dihimpun secara nasional, sebagaimana terlihat pada data berikut:

Tabel 2.1**Laporan Pertumbuhan Pengumpulan ZIS Nasional Tahun 2022-2024**

No.	Tahun	Jumlah pengumpulan Dana
1.	2022	22,485,332,092,226
2.	2023	32,321,191,779,419
3.	2024	42,509,861,462,190

Sumber : PPID BAZNAS RI

Studi kasus ini menjadi representasi dari potensi besar yang dimiliki Indonesia dalam pengumpulan dana zakat. Secara nasional, data dari BAZNAS RI menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengumpulan dana zakat dari tahun ke tahun. Meskipun terdapat variasi dalam estimasi jumlahnya, semua studi menunjukkan bahwa potensi pengumpulan zakat di Indonesia sangat besar, mencapai Rp327 triliun pertahun. Potensi zakat di Indonesia ini masih sangat mungkin ditingkatkan. Di sisi lain, Indonesia telah memiliki infrastruktur kelembagaan yang cukup besar dalam mengelola zakat, tercatat saat ini telah ada 512 Badan Amil Zakat, 49.132 Unit Pengumpul Zakat (UPZ), 145 Lembaga Zakat dan 10.124 amil. Namun realitanya penghimpuan ZIS saat ini baru menyentuh Rp 42 triliun. Rendahnya literasi zakat menjadi salah satu kendala utama. Kesenjangan ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk terus berinovasi.⁴ Pengumpulan dana zakat menjadi fokus utama bagi organisasi amil

⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia dalam [https://kemenag.go.id/nasional/potensi-mencapai-327-t-ini-tiga-focus-kemenag-dalam-pengembangan-zakat-LobJF#:~:text=Wakaf%20Waryono%20\(berdiri\)-,Jakarta%20\(Kemenag\)%20%2D%2D%2D%20Potensi%20zakat%20di%20Indonesia%20sangat%20besar%2C,yang%20mencapai%20Rp431%2C5%20triliun.](https://kemenag.go.id/nasional/potensi-mencapai-327-t-ini-tiga-focus-kemenag-dalam-pengembangan-zakat-LobJF#:~:text=Wakaf%20Waryono%20(berdiri)-,Jakarta%20(Kemenag)%20%2D%2D%2D%20Potensi%20zakat%20di%20Indonesia%20sangat%20besar%2C,yang%20mencapai%20Rp431%2C5%20triliun.) (diakses pada 1 Oktober 2024).

zakat. Untuk memanfaatkan peluang yang ada, lembaga amil zakat perlu menyiapkan berbagai strategi. Beberapa organisasi pengelola zakat beroperasi dengan pendekatan yang mirip dengan model bisnis, menggunakan sumber daya internal untuk memaksimalkan potensi dana zakat. Sementara itu, lembaga amil zakat berbasis perbankan mengimplementasikan kebijakan yang mewajibkan karyawan untuk menyisihkan sebagian dari penghasilan mereka sebagai zakat.⁵

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, pengelolaan zakat dilakukan oleh dua lembaga, yaitu BAZ dan LAZ. Kedua lembaga ini memainkan peran penting dalam pengelolaan zakat, dengan perbedaan bahwa BAZ dibentuk oleh pemerintah, sementara LAZ didirikan oleh masyarakat atau kelompok masyarakat dengan tujuan serupa, yaitu memastikan pengelolaan zakat berjalan dengan baik sesuai dengan aturan dan syariah. Lembaga-lembaga ini melaksanakan kegiatan yang sama sesuai dengan undang-undang, mencakup perencanaan, pengumpulan, pendistribusian, dan pemanfaatan zakat.⁶

Menetapkan arah dan tujuan pengelolaan zakat agar lebih produktif, pengelola zakat bertujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat serta memperluas manfaat zakat demi kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan metode yang dapat membantu pengelolaan dana zakat secara optimal. Strategi penghimpunan dana zakat (*fundraising*) juga menjadi fokus utama dalam organisasi amil zakat.⁷ Dengan

⁵ Nauval Hilmy Ramadhan dkk, “Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol 3 No 1, (2021), hal. 64.

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

⁷ Latifatussufiah dkk, “Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Dana Zis Di Laz Persada Jawa Timur”, *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, Vol. 2 No. 5, (2024), hal. 2.

demikian, *fundraising* zakat merupakan tahap mengajak masyarakat umum untuk bersedia mendistribusikan zakatnya. Hal ini sangat penting, mengingat sumber utama dana zakat berasal dari kontribusi masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, berbagai langkah strategis dapat diambil dalam mengumpulkan dana zakat, sehingga program pendistribusianya dapat terealisasi dengan baik dan tepat sasaran,⁸ maka perlu adanya organisasi atau lembaga pengelola zakat perlu menjadi penyedia fasilitas antarar kaum dhuafa, sehingga lembaga tersebut mampu mengoptimalkan potensi zakat.

Pada umumnya strategi *fundraising* bisa dilakukan dengan beberapa cara, dengan secara langsung (*direct fundraising*), seperti jemput zakat, pemasangan spanduk (*banner*), menyebarkan kotak infak, dan sedekah, memberikan pengajian-pengajian rutin di majelis talim, dan kemitraan. Strategi tersebut dimiliki di berbagai LAZ untuk menarik donatur atau muzakki,⁹ atau dengan metode *fundraising* tidak langsung (*Indirect Fundraising*), metode tidak langsung adalah metode yang menggunakan teknik atau cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung. Bentuk *fundraising* ini tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini biasanya dilakukan dengan cara promosi yang lebih mengarah pada pembentukan citra lembaga, tanpa secara khusus diarahkan untuk menjadi transaksi donasi pada saat itu. Contoh dari metode ini adalah

⁸ Nia Kurniasih, “Strategi Pengumpulan (Fundraising) Dalam Mengoptimalkan Dana Zakat, Infaq Dan Sedekah Pada Baznas Kota Serang”, *Islamic Economics And Business Review*, Vol 2, No. 3, (2023), hal. 374.

⁹ Arief Teguh Nugroho, Ali Nur Ahmad, dan Wirjo Wijoyo, “Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi Pada LAZ Baitul MaalKu Kabupaten Karawang,” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* , Vol 6, no. 1 (2021): hal. 78.

advertisorial, roadshow, image campaign, penyelenggaraan event dan lomba-lomba.

Pada penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Muhammad Zainul Fahmi Fadilah dengan judul “Analisis Strategi Fundraising Dana ZIS Pada Baznas (BAZIS) DKI Jakarta” dan Agus Nur Yasin dengan judul Strategi Fundraising Dana Zakat, Infak dan Shadaqah Guna Meningkatkan Perolehan Zakat, Infak dan Shadaqah (Studi Penelitian pada Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Cabang Tulungagung)”. Strategi fundraising ZIS telah banyak diterapkan melalui metode direct dan indirect fundraising dengan dukungan media digital serta edukasi program. Namun, kedua penelitian tersebut belum meneliti secara spesifik bagaimana strategi fundraising tersebut mampu membentuk dan meningkatkan minat muzakki dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah.

Selain itu, belum ada penelitian yang mengeksplorasi strategi fundraising berbasis komunitas keagamaan lokal seperti NU Care-LAZISNU Kota Blitar, yang menerapkan pelibatan struktur UPZIS hingga tingkat RT/RW serta evaluasi partisipatif melalui forum komunitas seperti *NgoPi*. Penelitian ini juga menawarkan kebaruan dalam bentuk keterlibatan struktur UPZIS tingkat RT/RW serta forum evaluasi komunitas (*NgoPi*), yang belum ditemukan dalam kedua penelitian terdahulu tersebut. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih mendalam mengenai perencanaan strategi fundraising dana zakat, infaq, dan sedekah, implementasi serta evaluasi strategi fundraising yang

mempengaruhi minat masyarakat dalam membayarkan dana zakat infak dan sedekah

Dengan uraian diatas, serta fakta lapangan terkait dengan strategi yang digunakan NU Care-LAZISNU Kota Blitar penulis tertarik untuk meneliti, dan menjelaskannya dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“Analisis Strategi Fundraising Dana Zakat Infak Dan Sedekah Guna Menarik Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Infak Dan Sedekah (Studi Pada Nu Care- Lazisnu Kota Blitar)”** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan praktik pengelolaan zakat yang lebih baik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya peran zakat dalam membangun kesejahteraan bersama.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat membahas beberapa identifikasi rumusan masalah di antaranya yaitu :

1. Bagaimana perencanaan strategi *fundraising* yang di terapkan oleh NU Care-LAZISNU Kota Blitar untuk menarik minat muzakki dalam membayar zakat infak dan sedekah?
2. Bagaimana implementasi strategi *fundraising* yang di terapkan oleh NU NU Care-LAZISNU Kota Blitar untuk menarik minat muzakki dalam membayar zakat infak dan sedekah?
3. Bagaimana evaluasi strategi *fundraising* yang di terapkan oleh NU Care-LAZISNU Kota Blitar untuk menarik minat muzakki dalam membayar zakat infak dan sedekah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas adapun yang menjadi tujuan dalam melaksanakan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan strategi *fundraising* yang di terapkan oleh NU Care-LAZISNU Kota Blitar untuk menarik minat muzakki dalam membayar zakat infak dan sedekah.
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi *fundraising* yang di terapkan oleh NU Care-LAZISNU Kota Blitar untuk menarik minat muzakki dalam membayar zakat infak dan sedekah.
3. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi strategi *fundraising* yang di terapkan oleh NU Care-LAZISNU Kota Blitar untuk menarik minat muzakki dalam membayar zakat infak dan sedekah.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Di harapkan penelitian ini dapat menjadi pengetahuan bagi penulis dalam bidang keilmuan dalam bentuk perkembangan karya ilmiah, khususnya dalam bidang zakat, infaq, dan sedekah,

2. Secara Praktis.

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat sebagai referensi edukatif yang dapat memperluas pengetahuan tentang perencanaan dan implementasi yang memengaruhi kepercayaan muzakki dalam menunaikan zakat di NU Care-LAZISNU Kota Blitar.

b. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai wadah untuk memperoleh pengalaman secara langsung dalam kegiatan penelitian, sehingga peneliti dapat mengaplikasikan pengetahuan yang didapat selama perkuliahan ke dalam situasi nyata di lapangan.

c. Bagi Lembaga NU Care-LAZISNU Kota Blitar

Penelitian ini bermanfaat bagi NU Care-LAZISNU Kota Blitar sebagai sumber informasi terkait perencanaan dan implementasi yang mempengaruhi kepercayaan muzakki dalam menunaikan zakat di NU Care-LAZISNU Kota Blitar.

d. Bagi Penelitian Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau panduan, terutama bagi lembaga keagamaan dan lebih spesifik lagi bagi para pengajar di lingkungan lembaga pendidikan.

E. Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian, batasan masalah sangat penting karena berfungsi untuk mengarahkan pembahasan pada inti permasalahan yang akan diteliti. Dengan demikian, batasan ini dapat mencegah pembahasan meluas melebihi fokus yang diinginkan. Untuk memastikan penelitian skripsi ini lebih terarah, penulis mendefinisikan strategi sebagai filosofi dari suatu perusahaan. Dalam konteks ini, kelompok kedua memahami strategi sebagai pernyataan misi,

sedangkan kelompok ketiga mendefinisikan strategi sebagai pernyataan spesifik mengenai keunggulan bersaing.¹⁰

Penelitian ini akan fokus pada NU Care-LAZISNU Kota Blitar dan muzakki yang berkontribusi dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah juga akan membahas strategi *fundraising* yang spesifik yang diterapkan oleh NU Care-LAZISNU Kota Blitar. Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang berkaitan langsung dengan organisasi dan masyarakat di Kota Blitar, termasuk aspek kebijakan, promosi, dan keterlibatan komunitas, serta tidak akan membahas faktor eksternal yang lebih luas yang tidak terkait dengan konteks lokal. Dalam upaya meningkatkan minat muzakki, diperlukan strategi *fundraising* yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi dan implementasi yang diterapkan serta evaluasi *fundraising* tersebut di Kota Blitar.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi

Menurut Glueck dan Jauch, strategi adalah rencana yang komprehensif, terpadu, dan menyeluruh yang mengaitkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan-tantangan dari lingkungan eksternal. Rencana ini dibuat untuk menjamin pencapaian tujuan utama perusahaan melalui pelaksanaan yang efektif oleh organisasi.¹¹

¹⁰ Crown Dirgantoro, “*Manajemen Stratejik Konsep, Kasus, dan Implementasi*”, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2020), hal. 4.

¹¹ Mimin Yatminiwati, “*Manajemen Strategi*”, (Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajang : 2019), hal. 3.

b. *Fundraising*

Untuk memahami istilah *fundraising*, kita dapat merujuk terlebih dahulu pada bahasa Inggris, yang berarti pengumpulan dana. Namun, *fundraising* bukan hanya sekadar pengumpulan uang, melainkan juga bentuk partisipasi dan kedulian masyarakat terhadap suatu organisasi atau lembaga. Partisipasi ini dapat berupa dana, barang, atau fasilitas lain yang bermanfaat bagi lembaga tersebut. Dalam konteks zakat, infak, dan sedekah, *fundraising* adalah upaya untuk mengumpulkan dana dan sumber daya lainnya dari individu, kelompok, organisasi, atau perusahaan yang nantinya akan disalurkan kepada mustahik.¹²

c. Minat

Minat Masyarakat Menjadi Muzaki yaitu orang yang memberikan zakat, bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor utama yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi muzaki adalah kesadaran agama. Ketika seseorang memiliki pemahaman yang baik tentang ajaran agama, termasuk pentingnya zakat dalam Islam, mereka cenderung memiliki motivasi yang tinggi untuk menjadi muzaki.

d. Muzakki

Muzakki adalah individu atau pihak yang menunaikan kewajiban membayar zakat. Mereka adalah orang-orang yang hartanya memenuhi

¹² Nauval Hilmy Ramadhan dkk, “Strategi Fundraising Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Kota Batu”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 3, No1, (2021), hal. 65.

syarat untuk dikenakan zakat. Syarat membayar zakat adalah beragama Islam, namun tidak diwajibkan harus balig atau berakal.¹³

2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional dari judul “Analisis Strategi *Fundraising* Dana Zakat Infak Dan Sedekah Guna Menarik Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Infak Dan Sedekah (Studi Pada NU CARE-LAZISNU Kota Blitar)” adalah studi yang membahas tentang bagaimana strategi *fundraising* yang di terapkan oleh NU Care- Lazisnu kota blitar mulai dari perencanaan, implementasi, sampai tahap evaluasi dalam upaya menarik minat muzakki membayar zakat infak sedekah di NU CARE- LAZIZNU Kota Blitar.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN: Dalam bab ini merupakan bagian pendahuluan yang berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, penegasan istilah, sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: Dalam bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka terdahulu dan kerangka teori yang relevan dan terkait dengan tema skripsi. Bab ini berisikan kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian, diantaranya adalah teori analisis faktor, teori tentang zakat, dan konsep mengenai minat muzakki. Pada bab ini juga akan dipaparkan tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang

¹³ Nurul huda, M heykal, “*Lembaga Keuangan Islam*”, CET. I (Jakarta: Media grafik, 2013), hal. 305.

berkaitan tentang strategi menarik minat muzakki dalam membayar zakat di NU Care -LAZISNU Kota Blitar.

BAB III METODE PENELITIAN: Dalam bab ini berisi mengenai rancangan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN: Dalam bab ini peneliti menguraikan paparan data atau temuan peneliti yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian dari hasil analisis data.

BAB V PEMBAHASAN: Dalam bab ini berisi tentang pembahasan yang menjawab secara keseluruhan permasalahan yang ada pada fokus penelitian.

BAB VI PENUTUP: Dalam bab ini berisi rangkuman dari seluruh rangkaian pembahasan yang kemudian menarik kesimpulan yang menjadi jawaban atas semua pertanyaan yang telah diajukan dalam fokus penelitian disertai dengan pemberian saran atas dasar gagasan penelitian tersebut.