

**STRATEGI BAURAN PROMOSI LEMBAGA ZAKAT INFAQ
SHADAQAH MUHAMMADIYAH DALAM MENARIK MINAT
DERMAWAN BERDONASI DI MASA PANDEMI COVID-19**

**Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen**



**Flavio Deva Damasta
NIM : 2018111020074**

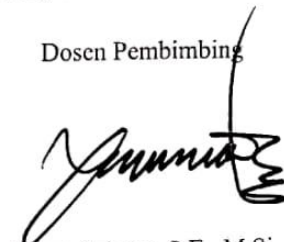
**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Flavio Deva Damasta
NIM : 2018111020074
Prodi/Konsentrasi : S1 Manajemen / Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Strategi Bauran Promosi Lembaga Zakat Infaq Shadaqah
Muhammadiyah Dalam Menarik Minat Dermawan Berdonasi
Di Masa Pandemi Covid-19

Telah diujikan pada tanggal 26 Agustus 2022 dihadapan tim penguji sidang skripsi dan dinyatakan lulus.

Dosen Pembimbing



Yayat Sujatna, S.E., M.Si.
NIDN : 329067601

Dosen Penguji



Dr. Pitri Yandri, S.E., M.Si.
NIDN : 304077902

Ketua Program Studi Manajemen



Uki Masduki, SE., M.Si
NIDN : 0314068301

Wakil Rektor I Bidang Akademik



Sutia Budi, SE., M.Si
NIDN : 9057901

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Bauran Promosi Lembaga Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah Dalam Menarik Minat Dermawan Berdonasi Di Masa Pandemi Covid-19” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing serta belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks, serta dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi. Apabila di kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, 26 Agustus 2022



Elavio Deva Damasta
2018111020074

KATA PERSEMBAHAN



ASSALAMU'ALAIKUM WR. WB

Teruntuk Ayahanda Ahmad Suwandi dan Ibunda Maslahah beserta keluarga yang paling saya sayangi dan cintai, terimakasih atas segala doa, pengorbanan, nasihat serta bimbingan dan dukungan yang selalu membuat semangat untuk penulis menyelesaikan penelitian ini.

Terimakasih banyak untuk dosen pembimbing bapak Yayat Sujatna yang telah memberikan nasihat serta bimbingan dan dukungan yang selalu membrikan semangat untuk penulis agar menyelesaikan penelitian ini.

Terimakasih banyak untuk bapak Edi Muktiono selaku manajer fundraising Lazismu Pusat beserta jajaran personalia Lazismu Pusat yang selalu bersedia memberikan dukungan dalam hal apapun. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini

Terimakasih kepada Kakanda Aldi F, Kakanda Suparman, Kakanda Ayi Muhyidin, Israr M, Eva Zulfiah P, Alfa R, Ari P Jejen B, Anggun S, Lutfi H, La Ode Z, beserta teman-teman seperjuangan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang selalu memberikan motivasi do'a serta memberikan semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Kepada keluarga besar Civitas Akdemika ITB AD, keluarga besar FORMASI ITB AD, keluarga besar IMM FEB ITB AD, keluarga besar Tapak Suci ITB AD dan keluarga besar IMMADA ITB AD. Kopi Nineteen Yang memberikan do'a dan semangat.

WASSALAMU'ALAIKUM WR. WB

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum. Wr.Wb

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **“Strategi Bauran Promosi Lembaga Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah Dalam Menarik minat Dermawan Berdonasi Di Masa Pandemi Covid-19”** tepat pada waktunya. Sholawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW.

Pada kesempatan ini, dengan segala hormat dan rendah hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Yayat Sujatna, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan skripsi kepada saya.
2. Lazismu Pusat Bersama yang telah mengizinkan saya untuk melakukan riset dalam penelitian skripsi ini.
3. Seluruh Jajaran Personalia Lazismu Pusat yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu dan informasi yang terkait didalam penelitian ini.
4. Bapak Tito Siswanto, SE, MM selaku ketua program studi manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
5. Seluruh dosen ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang telah mendidik dan berbagi ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan studi strata satu.
6. Seluruh Civitas Akademika ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang telah mensupport dan memotivasi.

Peneliti hanya dapat berdoa'a semoga Allah SWT selalu membalasnya dengan sesuatu yang lebih baik. Penulis menyadari bahwasanya dalam penelitian ini masih jauh dari pada sempurna, akan tetapi penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca dan untuk perkembangan ilmu dalam bidang ekonomi.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Jakarta, 05 Agustus 2022

Flavio Deva Damasta
NIM: 2018111020074

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat/Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Promosi	11
2.1.4 Tujuan Promosi	11
2.1.5 Promotion Mix	12
2.1.6 Konsep Strategi	12
2.1.7 Jenis-Jenis Strategi	13
2.1.8 Formulasi Strategi	14
2.1.9 Zakat.....	14
2.1.10 Infaq	15
2.1.11 Shadaqah	15
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	15
2.3 Kerangka Pemikiran	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Objek dan Waktu Penelitian	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.3.1 Wawancara.....	20
3.3.2 Pengamatan (observasi)	21

3.3.3 Dokumentasi	21
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.4.1 Populasi.....	22
3.4.2 Sampel.....	23
3.5 Teknik Analisis Data	24
3.5.1 Analisis Deskriptif	24
3.5.2 Analytical Network Process.....	24
3.5.3 Tahapan <i>Analytical Network Process</i> (ANP).....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.4.1. Sejarah Singkat Lazizmu.....	30
4.4.2. Visi	30
4.4.3. Misi	30
4.4.4. Struktur Organisasi	31
4.2 Deskripsi Data.....	32
4.2.1 Wawancara tentang implementasi bauran promosi Lazizmu di masa covid-19	34
4.2.2 Wawancara tentang faktor pendukung dan faktor penghambat bauran promosi Lazizmu di masa covid-19.....	35
4.3 Analisis Data.....	38
4.3.1. Penentuan Kriteria dan Sub Kriteria	38
4.3.2. Penentuan Alternatif.....	38
4.3.3. Model Struktur Jaringan ANP.....	39
4.5 Pembahasan	40
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Jenis Data dan Metode	18
Tabel 2 Rencana Kegiatan	20
Tabel 3 Skala Numerik ANP.....	25
Tabel 4 Kriteria Dan Sub Kriteria	38
Tabel 5 Alternatif.....	39
Tabel 6 Unweighted Supermatrix	41
Tabel 7 Weighted Supermatrix	41
Tabel 8 Limit Matrix.....	32
Tabel 9 Keterangan Tabel Unweighted Supermatrix, Weighted Supermatrix, Limit Matrix.....	42
Tabel 10 Prioritas Alternatif.....	43
Tabel 11 Prioritas Kriteria.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir	17
Gambar 2 Lokasi Objek Penelitian	19
Gambar 3 Struktur Organisasi	31
Gambar 4 Company Profile	33
Gambar 5 Rencana Strategis Lazismu	33
Gambar 6 Wawancara Dengan Manajer Fundraising.....	37
Gambar 7 Stuktur jaringan ANP	39