

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran umum LAZISMU Banjarbaru**

###### **a. Sejarah Kantor Layanan LAZISMU Banjarbaru**

LAZISMU Banjarbaru yang terletak di jalan A. Yani, No.34, Guntung Payung, Kec.Landasan Ulin, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan 70714. LAZISMU Banjarbaru merupakan bagian dari jaringan nasional yang didirikan oleh PP Muhammadiyah pada tahun 2002. LAZISMU Banjarbaru secara resmi berproses setelah mendapatkan legalitas sebagai lembaga amil zakat dari Menteri Agama Republik Indonesia. Pengukuhan ini dilakukan melalui SK No.457 pada Tanggal 21 Desember 2002, yang menandai LAZISMU sebagai lembaga zakat konteks nasional dalam konteks lokal,

Lazismu Banjarbaru didirikan karena kebutuhan dari para warga muhammadiyah yang ingin menyalurkan zakat infak sodaqoh, yang waktu itu masih belum mempunyai tempat untuk menyalurkan, maka dari pengurus muhammadiyah menginisiasi untuk membentuk Lazismu di tingkat Kota Banjarbaru.

Lazismu Banjarbaru telah mengalami beberapa kali pergantian pengurus untuk meningkatkan kinerja dan transparansi dalam pengelolaan zakat. Salah satu pelantikan pengurus baru, terjadi pada 22 Mei 2022, yang menandai langkah baru dalam pengembangan organisasi dan program-program sosial yang lebih efektif.

#### b. Profil Lazismu Banjarbaru

Lazismu Banjarbaru adalah lembaga amil zakat, infaq dan shadaqah yang beroperasi di bawah naungan Muhammadiyah. Pada tahun 2016, lembaga ini resmi diakui sebagai lembaga zakat nasional oleh Kementerian Agama RI. Lazismu Banjarbaru memiliki program unggulan dua program unggulan yaitu Pemberdayaan UMKM dan Bantuan kemanusiaan. LAZISMU Banjarbaru juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial, termasuk penyediaan bantuan untuk masyarakat yang membutuhkan.

Lazismu Banjarbaru telah meraih opini Wajar Tanpa Pengecualian ( WTP ) atas hasil pemeriksaan laporan keuangan tahun 2023. Pengakuan ini diberikan sebagai bentuk apresiasi atas transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana yang telah di audit oleh kantor akuntan publik abdul hamid dan rekan.

Dengan berbagai program dan komitmen yang dijalankan, Lazismu Banjarbaru terus berupaya menjadi lembaga yang bertanggung jawab dan profesional dalam pengelolaan dana zakat, infak serta sedekah demi meningkatkan kesejahteraan umat.

#### c. Visi serta Misi yang di emban Lazismu Banjarbaru

##### 1) Visi

Menjadi Lembaga Penghimpun zakat yang Terpercaya

##### 2) Misi

- a) Pengoptimalan pengelolaan zakat, infak dan sedekah secara bertanggung jawab, propesiaonal, dan transparan.
- b) Optimalisasi Pendayagunaan ZIS yang Kreatif, Inovatif dan Produktif.

c) Peningkatan kualitas layanan pada donatur.

d. Struktur Organisasi

Adapun susunan pengelola LAZISMU Banjarbaru sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Susunan Struktur Organisasi LAZISMU Banjarbaru**

| Nama                         | Jabatan                                                      |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| H. Syamsuddin, S.Pd.         | Plt. Ketua Badan Pengurus                                    |
| Tito Dwi Wirawan, S.E        | Staf Fundraising dan Kerja sama                              |
| Nurul Aulia Syafarina, S.E.I | Staf Administrasi, Keuangan, Pemberdayaan, dan Pendayagunaan |
| Firda Hanifah Yumna          | Relawan Administrasi dan Keuangan                            |
| Fazrul Rahman                | Relawan Desain Grafis                                        |
| M Yusni Firdaus              | Relawan Videografer & Video Editor                           |
| Fadia Haya                   | Relawan Media dan Publikasi                                  |
| Reviadi Syafitri             | Relawan Media dan Publikasi                                  |
| Ahmad Ridhoni                | Relawan Distribusi Program & Pendayagunaan                   |
| Maulana Muhammad             | Relawan Distribusi Program & Pendayagunaan                   |
| M Hendriansyah               | Relawan Distribusi Program & Pendayagunaan                   |
| Matsana Zuhail               | Relawan Distribusi Program & Pendayagunaan                   |

Sumber : Website lazismu Banjarbaru

e. Susunan program Kantor Layanan Lazismu Banjarbaru

LAZISMU menetapkan enam pilar utama sebagai landasan dalam menjalankan berbagai program dan inisiatifnya. Pilar-pilar tersebut adalah sebagai berikut:

### 1) Pilar Pendidikan

Sebagai bagian dari pilar pendidikan, LAZISMU Banjarbaru mengembangkan berbagai program kerja yang difokuskan pada peningkatan kualitas serta aksesibilitas pendidikan. Program-program tersebut antara lain:

#### a) Beasiswa Mentari

Menyalurkan bantuan dana untuk keperluan pendidikan kepada siswa yang berasal dari latar belakang ekonomi lemah, mulai jenjang SD hingga SMA.

#### b) Beasiswa Sang Surya

Program beasiswa yang diperuntukkan bagi anak-anak tingkat Taman Kanak-Kanak (TK), dengan fokus bantuan pada pembayaran biaya SPP.

#### c) LAZISMU *Goes To Campus*

Upaya untuk mengenalkan dunia perguruan tinggi kepada siswa SMA dan menyampaikan informasi seputar peluang pendidikan lanjutan.

#### d) Peduli Guru

Sebuah program yang bertujuan mendukung para pendidik melalui pelatihan dan bantuan demi tercapainya pembelajaran yang berkualitas.

e) MSPP ( Masyarakat Sehat Pendidikan Penuh )

Program yang menggabungkan aspek kesehatan dan pendidikan untuk memastikan siswa belajar dalam lingkungan yang sehat dan mendukung.

f) *Edutab-mu*

Platform belajar yang menyediakan bahan ajar dan sumber daya edukatif untuk mendukung siswa dan guru.

g) *Save Our School*

Sebuah program yang difokuskan pada upaya perbaikan infrastruktur dan penyediaan fasilitas pendidikan di sekolah-sekolah yang kurang memadai.

2) Pilar Kesehatan

LAZISMU Banjarbaru melakukan berbagai program kerja di bawah pilar kesehatan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, antara lain sebagai berikut:

a) Pemeriksaan Kesehatan Gratis

Melakukan pemeriksaan kesehatan secara berkala bagi masyarakat, mencakup pengecekan tekanan darah, kadar gula darah, serta kondisi kesehatan secara umum.

b) Bantuan Obat-obatan

Menyalurkan bantuan obat-obatan kepada mustahik yang mengalami kesulitan dalam membeli obat yang dibutuhkan.

c) Bantuan Untuk Penyakit Kronis

Memberikan bantuan bagi pasien dengan penyakit kronis yang membutuhkan perawatan dalam jangka panjang.

d) Program Donor Darah

Mengadakan kegiatan donor darah guna mendukung ketersediaan darah untuk keperluan transfusi di rumah sakit setempat.

e) Program Kesehatan Ibu dan Anak

Memperhatikan pada kesehatan ibu hamil dan anak melalui program imunisasi serta edukasi gizi.

3) Pilar Ekonomi

LAZISMU Banjarbaru memiliki berbagai program kesejahteraan penerima manfaat Zakat dan donasi lainnya dengan pola pemberdayaan maupun pelatihan-pelatihan wirausaha.

a) Bantuan Modal Usaha

Secara berkala menyalurkan bantuan modal usaha kepada pelaku UMKM. Pada tahun 2023, bantuan ini meliputi uang tunai dan perlengkapan usaha untuk berbagai jenis usaha, seperti pedagang makanan dan roti. Nilai bantuan yang diberikan dapat mencapai jutaan rupiah, salah satunya ditunjukkan melalui pemberian bantuan sebesar Rp 7.500.000 kepada sejumlah penerima manfaat.

b) Pendampingan dan Pelatihan

Selain menyalurkan bantuan keuangan, LAZISMU juga memberikan pendampingan serta pelatihan guna meningkatkan

keterampilan kewirausahaan para penerima manfaat. Upaya ini bertujuan agar mereka mampu mengelola usahanya secara lebih efektif dan mandiri.

#### 4) Pilar Sosial dan Dakwah

Program kerja LAZISMU Banjarbaru di bawah pilar sosial dakwah yang bertujuan untuk membangun masyarakat yang lebih baik dan berakhlak mulia, sebagai berikut:

##### a) Peduli Kasih

Program ini mencakup pemberian bantuan kepada masyarakat yang kurang mampu, termasuk anak yatim dan dhuafa, guna membantu memenuhi kebutuhan pokok mereka.

##### b) Bedah Rumah

LAZISMU turut melaksanakan program renovasi dan pembangunan rumah bagi keluarga prasejahtera, guna membantu mereka memperoleh hunian yang layak.

##### c) Pendampingan Muallaf

Menyediakan bimbingan serta pendampingan bagi para pendatang baru yang memeluk agama Islam, guna membantu mereka dalam proses penyesuaian dan pembelajaran.

##### d) *Back to Masjid*

Menggerakkan masyarakat untuk rutin berkunjung ke masjid serta memperkuat aktivitas keagamaan, seperti pengajian dan berbagai kegiatan sosial lainnya.

#### 5) Pilar Kemanusiaan

LAZISMU Banjarbaru menjalankan beragam program kerja dibawah pilar kemanusiaan yang ditujukan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan serta mendukung penanganan dalam kondisi darurat, antara lain sebagai berikut:

##### a) Bantuan Untuk Palestina

LAZISMU Banjarbaru berhasil menggalang dana kemanusiaan sebesar Rp 142 juta yang ditujukan untuk membantu masyarakat Palestina. Proses pengumpulan dana ini melibatkan berbagai lapisan masyarakat, termasuk partisipasi aktif siswa-siswi SD Muhammadiyah Hajjah Nuriyah. Kegiatan ini juga bertujuan menumbuhkan rasa kepedulian terhadap sesama umat Islam di tingkat global.

##### b) Bantuan Kemanusiaan untuk Korban Bencana

LAZISMU turut berperan aktif dalam memberikan bantuan bagi para korban bencana alam. Kegiatan ini meliputi pengumpulan donasi serta penyaluran berbagai bentuk bantuan, seperti makanan, obat-obatan, dan kebutuhan pokok lainnya kepada masyarakat yang terdampak.

#### 6) Pilar Lingkungan

LAZISMU Banjarbaru mengembangkan beragam program kerja di bawah pilar lingkungan yang difokuskan pada penanggulangan

permasalahan lingkungan serta upaya pelestarian ekosistem, di antaranya sebagai berikut:

a) Kampanye Anti Sampah Plastik

LAZISMU Banjarbaru turut menaruh perhatian pada edukasi lingkungan melalui kampanye pengurangan sampah plastik dan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.

b) Program Indonesia Siaga

Untuk menangani krisis kekeringan yang terjadi di sejumlah daerah di Indonesia, termasuk Kalimantan Selatan, LAZISMU Banjarbaru berkolaborasi dengan Muhammadiyah Disaster Management Center (MDMC) Banjarbaru dalam pendistribusian air bersih. Aksi ini dilaksanakan selama dua hari, pada Sabtu dan Ahad, 7–8 Oktober 2023.

## **2. Analisis Strategi Digital Fundraising di LAZISMU Banjarbaru**

Sebelum menguraikan *strategi digital fundraising* secara lebih detail, perlu dipahami terlebih dahulu bagaimana proses penghimpunan dana secara umum dilaksanakan oleh LAZISMU Banjarbaru. Sebagai lembaga amil zakat di bawah naungan Muhammadiyah, LAZISMU Banjarbaru melaksanakan kegiatan penggalangan dana zakat melalui *digital marketing* pada tahun 2020.

LAZISMU Banjarbaru menerapkan *metode digital fundraising* berbasis organik, yakni dengan menggalang dana melalui media digital tanpa memanfaatkan layanan iklan berbayar. Kanal yang dimanfaatkan meliputi situs

resmi, *platform media sosial* seperti Instagram dan Facebook, serta layanan komunikasi seperti WhatsApp. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah memperluas jangkauan kepada para muzakki secara lebih efektif dan efisien, sekaligus membangun hubungan emosional melalui penyajian konten yang bersifat informatif dan menginspirasi.

Berikut LAZISMU Banjarbaru mengaplikasikan lima *strategi digital marketing* yaitu:

a. *Content Marketing*

*Content Marketing* merupakan sebutan lain dari *platform internal*, yang termasuk kedalam salah satu dari empat *strategi fundraising digital* yang telah dikembangkan oleh LAZISMU Banjarbaru. Dalam rangka menggalang dana zakat, LAZISMU Banjarbaru mengimplementasikan strategi *content marketing* yang menitikberatkan pada penyajian materi yang inspiratif, edukatif, dan mampu membangun kepercayaan publik terhadap kredibilitas lembaga. Konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat informatif, melainkan juga dirancang untuk menjangkau sisi emosional, spiritual, dan rasional dari para calon donatur. Strategi ini bekerja dengan cara mengembangkan layanan donasi secara daring melalui internet dan perangkat android dalam bentuk situs web.

*Website* adalah sebuah alamat dalam bentuk tautan ( *link* ) yang dapat diakses melalui browser seperti Google, Chrome, dan lainnya. Saat tautan *website* tersebut dibuka, pengguna akan diarahkan ke alamat situs atau halaman yang berisi sejumlah informasi seperti gambar, teks, data, pengumuman, dan

sebagainya. LAZISMU Banjarbaru mempunyai *website* resmi yang digunakan sebagai media informasi dan layanan bagi masyarakat. berikut *website* LAZISMU Banjarbaru (<https://lazismubanjjarbaru.org>).

LAZISMU Banjarbaru mengoptimalkan peran *website* lebih dari sekedar wadah penyampaian informasi, tetapi juga sebagai *platform* layanan dan media penghimpunan dana zakat. Sebagaimana yang dijelaskan dari staf *Fundraising* dan kerjasama, Tito dwi wirawan yaitu:

Bahwa di *website* tersebut kami memberikan informasi yang penting saja, kami juga memberikan layanan donasi, tanya jawab dan melakukan penghimpunan dana untuk memudahkan masyarakat dan muzakki untuk membayar zakat.

*Website* LAZISMU Banjarbaru berfungsi sebagai media utama dalam menyampaikan informasi yang bersifat mendidik, meyakinkan, serta bertujuan membangun kredibilitas lembaga di mata publik. Konten yang disajikan mencakup:

#### 1) Rincian Program

Setiap program yang ditawarkan, seperti bantuan di bidang pendidikan, ekonomi, maupun penanganan bencana, disampaikan secara rinci mencakup tujuan, target penerima manfaat, dan hasil yang ingin dicapai. Penyajian informasi dilakukan dengan gaya naratif yang dirancang untuk menggugah sisi emosional para pengunjung.

#### 2) Sosialisasi Zakat dan Petunjuk bagi Muzakki

Pengunjung disugahi informasi komprehensif mengenai zakat, mencakup ragam jenisnya, syarat kewajiban, metode perhitungan, serta dampak sosial dan spiritual yang ditimbulkan. Penyampaian ini bertujuan

untuk meningkatkan literasi zakat di tengah masyarakat yang semakin akrab dengan teknologi digital.

### 3) Laporan dan Transparansi

Lazismu secara berkala menyajikan ringkasan laporan terkait jumlah donasi yang diterima beserta alokasinya. Penyampaian informasi ini bertujuan untuk meneguhkan kepercayaan publik bahwa dana yang disalurkan dikelola dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

*Website* LAZISMU Banjarbaru juga turut berfungsi sebagai platform layanan digital yang memudahkan para donatur. Beragam bentuk layanan yang tersedia di antaranya meliputi:

#### 1) Kemudahan dalam Mengakses Donasi

Para donatur diberi keleluasaan untuk memilih jenis zakat atau program yang ingin mereka dukung hanya melalui beberapa langkah sederhana. Fasilitas ini memungkinkan proses donasi berlangsung secara cepat, efisien, dan dapat dilakukan kapan saja.

#### 2) Panduan Donasi yang Jelas

*Website* LAZISMU Banjarbaru juga menyediakan petunjuk teknis yang jelas dan mudah dipahami terkait prosedur donasi, mencakup detail rekening bank, formulir konfirmasi, serta informasi kontak layanan bantuan apabila donatur mengalami kendala.

#### 3) Layanan Konfirmasi dan Ucapan terimakasih

Usai melakukan donasi, donatur dipandu untuk mengisi konfirmasi dan akan memperoleh ucapan terima kasih secara digital. Layanan ini

menjadi bagian dari upaya membangun hubungan jangka panjang dan berkelanjutan antara lembaga dengan para donaturnya.

Fungsi lain dari website LAZISMU Banjarbaru itu ada alat penghimpunan dana digital. Beragam strategi diterapkan guna memaksimalkan fungsi tersebut, di antaranya adalah:

#### 1) Tombol Donasi yang Mudah dijangkau

Hampir di setiap halaman *website* tersedia tombol ajakan berdonasi (*call to action*) yang secara langsung mengarahkan pengunjung ke laman donasi. Fitur ini dirancang untuk memudahkan pengunjung dalam membuat keputusan dan segera melakukan aksi.

#### 2) Optimalisasi SEO dan Pembaruan Konten Berkala

LAZISMU Banjarbaru menerapkan strategi konten berbasis kata kunci tertentu guna meningkatkan visibilitas program donasi di mesin pencari. Selain itu, pembaruan konten dilakukan secara rutin menyesuaikan dengan momentum keagamaan dan peristiwa sosial, seperti bulan Ramadhan, Idul adha, maupun saat terjadi bencana alam.

#### 3) Penyampaian Dampak dan Testimoni Sosial

Dalam upaya meningkatkan partisipasi donasi, LAZISMU Banjarbaru menampilkan kisah keberhasilan serta testimoni dari para penerima manfaat dan donatur sebelumnya. Bukti sosial semacam ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan memotivasi pengunjung lainnya untuk turut berdonasi.

Strategi LAZISMU Banjarbaru dalam menarik donatur untuk membayar zakat melalui *website* yaitu:

1) Penyajian Informasi Program secara Empatik dan Relevan

Setiap program donasi yang ditampilkan melalui *website* disusun dengan narasi yang mengedepankan sisi kemanusiaan penerima manfaat. Alih-alih sekadar mencantumkan label seperti “Program Bantuan Pendidikan”, disajikan kisah nyata anak-anak yang menghadapi kesulitan bersekolah akibat keterbatasan ekonomi. Pendekatan naratif ini membangkitkan empati dan mendorong pengunjung untuk turut berkontribusi.

2) Ajakan Donasi yang Tegas dan Mendorong Tindakan

LAZISMU Banjarbaru tidak sebatas memaparkan informasi program, tetapi juga menyematkan ajakan langsung yang bersifat persuasif, seperti “Tunaikan zakatmu sekarang juga” atau “Bantu mereka hari ini.” Kalimat-kalimat ini ditempatkan secara strategis untuk membangkitkan respons emosional dan psikologis pengunjung, sehingga mendorong mereka untuk segera berdonasi.

3) Keterbukaan dalam Pengelolaan Dana

Melalui *website*, LAZISMU Banjarbaru menyampaikan informasi terkait penyaluran donasi, total dana yang berhasil dihimpun, serta laporan kegiatan yang telah dilaksanakan. Upaya ini ditujukan untuk menumbuhkan kepercayaan publik bahwa seluruh dana yang diterima dikelola secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan.

#### 4) Edukasi Syariat dan Hukum Zakat

Konten informatif yang disajikan dalam *website* memuat penjelasan mengenai pihak-pihak yang dikenai kewajiban zakat, tata cara perhitungannya, serta keutamaan zakat dalam ajaran Islam. Melalui pendekatan ini, pengunjung yang masih ragu atau belum memahami kewajiban zakat diharapkan terdorong secara spiritual untuk menunaikannya.

#### 5) Testimoni dan Validasi Sosial

*Website* turut menampilkan kesaksian dari para donatur serta penerima manfaat. Pernyataan tersebut berperan sebagai bukti sosial yang menegaskan bahwa banyak individu telah berpartisipasi dalam donasi dan merasakan dampaknya, baik secara spiritual maupun sosial.

#### 6) Proses Donasi yang Sederhana dan Terstruktur

Salah satu strategi yang diterapkan adalah penyajian alur donasi secara ringkas dan mudah dipahami, mulai dari pemilihan program, pengisian data diri, hingga tahap pembayaran. Informasi disusun menggunakan bahasa yang komunikatif dan petunjuk yang jelas, guna memastikan pengunjung merasa nyaman dan yakin untuk melanjutkan donasi.

#### b. *Mobile Marketing*

*Mobile Marketing* merupakan *strategi digital fundraising* yang menargetkan pengguna perangkat *mobile* seperti, *smartphone*, *tablet*, *android*, dan *iphone*. Meskipun terdapat berbagai bentuk, seperti *sms*, integrasi dengan

media sosial, serta e-commerce. Dalam kontek lembaga zakat, strategi ini umumnya diarahkan pada pengembangan aplikasi khusus.

*Mobile marketing* ini memiliki kesamaan dengan *artificial intelligence* atau kecerdasan buatan. Dimana para tim *digital fundraising* merancang aplikasi khusus agar dapat diakses dan diunduh oleh para muzakki melalui *play store* atau *platform* aplikasi lainnya. Namun dalam hal ini LAZISMU Banjarbaru belum memiliki aplikasi sendiri, masih menggunakan aplikasi dari LAZISMU Pusat. Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan staf LAZISMU Banjarbaru, *Fundraising* dan kerja sama. Tito dwi wirawan yaitu:

Aplikasi LAZISMU ada, tapi itu dari LAZISMU Pusat, kalo dari LAZISMU Banjarbaru sendiri masih belum punya, dan LAZISMU Banjarbaru sudah ada rencana ingin membuat aplikasi sendiri tapi masih belum tau kapan akan dibuat karena sudah ada aplikasi dari LAZISMU Pusat.

Keuntungan dan kerugian Lazismu Banjarbaru dalam menggunakan Aplikasi Pusat.

#### 1) Keuntungan

##### a) Hemat Biaya dan Pengembangan

Tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk membuat aplikasi baru, karena sudah disediakan oleh Lazismu Pusat.

##### b) Standarisasi Sistem

Aplikasi pusat memiliki fitur dan desain yang seragam dengan cabang Lazismu di seluruh Indonesia, sehingga memudahkan manajemen data zakat secara nasional.

c) Update dan maintenance ditangani pusat

Lazismu Banjarbaru tidak perlu memikirkan perawatan teknis atau pembaruan aplikasi karena ditangani oleh tim pusat.

d) Beranding nasional lebih kuat

Dengan satu aplikasi yang terintegrasi, nama Lazismu secara nasional lebih dikenal oleh muzakki di berbagai daerah.

e) Keamanan data lebih terjamin

Aplikasi pusat kemungkinan sudah melalui pengujian keamanan tingkat nasional, sehingga data donatur lebih aman.

2) Kerugian

a) Kurangnya fleksibilitas lokal

Lazismu Banjarbaru tidak bisa meng-custom fitur sesuai kebutuhan lokal, misalnya program donasi khas Banjarbaru.

b) Ketergantungan pada pusat

Jika ada masalah teknis atau bug, Banjarbaru harus menunggu tim pusat untuk memperbaikinya.

c) Minim inovasi lokal

Tidak bisa menambahkan fitur inovatif (misalnya notifikasi kegiatan lokal atau laporan real-time zakat di Banjarbaru).

d) Kesulitan personalisasi konten

Konten aplikasi lebih umum untuk seluruh Indonesia, bukan spesifik untuk audiens Banjarbaru.

e) Persaingan dengan kanal lain

Donatur Banjarbaru mungkin lebih mengenal aplikasi pusat daripada media lokal (website atau media sosial Banjarbaru), sehingga penguatan brand lokal kurang maksimal.

c. *Continuous Marketing*

Strategi Ini disebut sebagai pemasaran berkelanjutan, yang berfokus pada aktivitas penawaran secara terus menerus melalui jejaring media sosial. Promosi ini dilakukan secara konsisten di berbagai platform media sosial untuk membangun kesadaran dan keterlibatan. LAZISMU Banjarbaru mengembangkan *strategi continuous marketing* dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarannya.

*Chris Brogan, dalam bukunya Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*, mendeskripsikan Media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi dan kerja sama modern yang menciptakan kesempatan interaksi baru yang sebelumnya tidak tersedia bagi masyarakat umum.

Secara garis besar, media sosial merupakan *platform daring* yang memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Dalam konteks filantropi islam khususnya lembaga zakat, media sosial berperan sebagai sarana komunikasi untuk menyebarkan informasi melalui bentuk konten seperti, gambar, video, film pendek, teks, dan lainnya. Dengan tujuan untuk memperkenalkan lembaga seperti LAZISMU kepada masyarakat yang luas, dimana kini masyarakat sebagian besar sudah

menggunakan berbagai platform media sosial seperti youtube, tiktok, instagram, line, twitter, telegram, whatsapp, dan aplikasi yang sejenisnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti di LAZISMU Banjarbaru, dengan staf Administrasi, Keuangan, Pemberdayaan, dan pendayagunaan, Nurul Aulia Syafarina.

*Continuous Marketing* di LAZISMU Banjarbaru, Melalui sebuah konten yang disebarakan melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan mengirim teks atau pesan singkat di whatsapp.

Berikut media sosial yang digunakan di LAZISMU Banjarbaru adalah:

#### 1) Instagram

Gambar 4.1 Instagram LAZISMU Banjarbaru



Sumber: Akun Instagram LAZISMU Banjarbaru

Akun Instagram milik LAZISMU Banjarbaru tercatat memiliki sekitar 1.701 pengikut dan telah melakukan lebih dari 1.027 unggahan hingga saat ini. Berdasarkan hasil observasi penulis, media sosial ini menjadi salah satu kanal utama yang dimanfaatkan oleh LAZISMU Banjarbaru dalam

mendukung aktivitas komunikasi digital, terutama untuk menyampaikan informasi seputar zakat serta mendokumentasikan beragam kegiatan sosial, edukatif, dan keagamaan yang diselenggarakan. Jenis konten yang dipublikasikan mencakup foto-foto kegiatan, video singkat, infografis, serta materi visual lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan literasi publik, memperluas jangkauan pesan, dan memperkuat citra kelembagaan dalam ranah digital. Namun demikian, dari hasil pengamatan yang dilakukan secara berkelanjutan, pengelolaan akun Instagram tersebut masih belum berjalan secara optimal, terutama dalam aspek konsistensi unggahan dan perencanaan konten yang matang. Ketidakteraturan dalam frekuensi posting serta ketiadaan kalender editorial atau jadwal tetap dalam distribusi konten menjadi indikator lemahnya strategi publikasi. Kurangnya perencanaan ini berpotensi menurunkan efektivitas komunikasi yang dibangun serta menghambat kesinambungan interaksi dengan para pengikut, sehingga menjadi salah satu area penting yang perlu diperbaiki guna memperkuat *strategi digital fundraising* dan *positioning* lembaga di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama staf Administrasi, Keuangan, Pemberdayaan, dan pendayagunaan, Nurul Aulia Syafarina yaitu:

Pengunggahan yang dilakukan di instagram tidak memiliki jadwal tertentu. Namun dalam satu minggu pasti ada unggahan, bisa tiga kali seminggu atau bahkan lebih. Namun pengunggahan tidak dilakukan setiap hari.

## 2) Facebook

Gambar 4.2 Facebook LAZISMU Banjarbaru



Sumber: Akun Facebook LAZISMU Banjarbaru

Sejak Juli 2014, LAZISMU Banjarbaru telah mulai mengintegrasikan penggunaan platform Facebook sebagai bagian dari upaya memperkuat komunikasi digital lembaga. Jika dilihat dari jumlah pengikut, akun Facebook lembaga ini menunjukkan tingkat jangkauan yang lebih besar dibandingkan dengan Instagram, dengan total pengikut dan pertemanan yang mencapai sekitar 4.500 akun. Capaian ini menunjukkan bahwa Facebook masih menjadi salah satu kanal media sosial yang cukup strategis, khususnya untuk menjangkau kalangan pengguna yang lebih luas, termasuk kelompok usia yang lebih dewasa yang telah lama terbiasa dengan penggunaan platform tersebut. Walaupun terdapat perbedaan dari sisi jumlah audiens, jenis dan karakter konten yang dibagikan di Facebook dan Instagram relatif serupa. Keduanya sama-

sama digunakan untuk mendiseminasi informasi terkait aktivitas kelembagaan melalui berbagai bentuk konten, seperti dokumentasi foto kegiatan, poster-poster digital yang bersifat promosi, pemberitahuan mengenai agenda kegiatan, serta video dokumenter yang menampilkan proses penyaluran zakat maupun aksi sosial lainnya. Selain itu, turut dibagikan pula video-video pendek yang berisi tausiyah atau pesan-pesan keagamaan yang dikemas secara ringkas dan komunikatif. Kesamaan pola konten ini menunjukkan adanya kecenderungan integrasi strategi antar platform media sosial, meskipun belum sepenuhnya diikuti oleh pendekatan yang berbeda sesuai karakteristik masing-masing audiens. Dengan demikian, penggunaan Facebook oleh LAZISMU Banjarbaru masih memiliki ruang untuk dikembangkan, khususnya dalam hal pemetaan segmentasi pengguna dan penyusunan strategi konten yang lebih sesuai dengan ciri khas serta preferensi pengguna Facebook.

### 3) Whatsapp

Gambar 4.3 LAZISMU Banjarbaru



Sumber: No Telepon LAZISMU Banjarbaru

Penggunaan aplikasi WhatsApp oleh LAZISMU Banjarbaru tidak terbatas hanya sebagai alat komunikasi satu arah kepada para donatur yang telah berkontribusi secara rutin, melainkan juga dimaksimalkan sebagai saluran komunikasi dua arah yang terbuka bagi masyarakat luas. Platform ini menjadi media yang cukup efektif dalam menjalin interaksi, termasuk dengan individu yang baru berniat menunaikan zakat atau ingin memperoleh pemahaman lebih lanjut terkait zakat, infak, sedekah, serta berbagai program yang dijalankan oleh lembaga. Melalui WhatsApp, tim atau pengurus LAZISMU Banjarbaru dapat menyampaikan informasi secara langsung, merespons pertanyaan, dan memberikan bimbingan yang komprehensif mengenai jenis-jenis zakat, prosedur pembayaran, serta layanan lain yang tersedia secara digital. Pendekatan ini mencerminkan upaya lembaga untuk membangun komunikasi yang lebih personal, cepat, dan responsif dalam menghadapi kebutuhan informasi publik. Adanya fitur-fitur seperti pesan teks, rekaman suara, serta pengiriman file memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang efisien dan praktis. Oleh karena itu, WhatsApp tidak hanya berperan sebagai alat bantu komunikasi, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi pelayanan digital LAZISMU Banjarbaru yang bertujuan memperkuat keterlibatan masyarakat dalam aktivitas filantropi Islam, baik dalam bentuk tanya jawab informatif maupun dalam proses konkret penghimpunan dana zakat.

Menurut penjelasan yang diperoleh penulis melalui wawancara dengan Nurul Auliya Syafarina selaku staf Administrasi, Keuangan, Pemberdayaan dan Pendayagunaan diperoleh informasi sebagai berikut:

Whatsapp ini kami gunakan untuk mengirimkan sebuah pesan singkat kepada donatur, berupa pengingat untuk melakukan zakat, serta kegiatan yang kami lakukan, dan juga kami melayani calon muzakki yang menanyakan tentang zakat dan lain sebagainya.

Strategi *continuous marketing* yang dijalankan oleh Lazismu Banjarbaru bertujuan untuk membangun dan mempertahankan keterlibatan donatur secara berkelanjutan, bukan sekadar mendorong donasi sesaat. Untuk itu, penyampaian informasi kepada audiens dilakukan secara rutin, konsisten, dan terstruktur, guna memastikan hubungan antara lembaga dan donatur tetap terpelihara dan semakin solid seiring waktu. LAZISMU Banjarbaru memanfaatkan media sosial sebagai kanal komunikasi strategis untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Berikut merupakan ragam bentuk serta konten informasi yang dimanfaatkan oleh Lazismu Banjarbaru dalam penerapan *strategi continuous marketing*:

#### 1) Pembaruan Informasi Program Secara Rutin

LAZISMU Banjarbaru secara konsisten menyampaikan perkembangan terbaru dari program-program yang tengah berlangsung, antara lain:

- a) Total dana yang berhasil dihimpun
- b) Jumlah penerima manfaat yang telah memperoleh bantuan
- c) Dokumentasi kegiatan penyaluran

Penyajian informasi ini tidak hanya merefleksikan transparansi lembaga, tetapi juga menumbuhkan rasa keterlibatan donatur dan memungkinkan mereka menyaksikan secara langsung dampak dari kontribusi yang diberikan.

## 2) Pemberitahuan Jadwal dan Momen Penting untuk Berzakat

LAZISMU Banjarbaru menyampaikan pengingat serta edukasi secara rutin terkait:

- a) Waktu-waktu strategis untuk menunaikan zakat, seperti menjelang Ramadan, akhir tahun, atau Idul Adha.
- b) Informasi terkait ketentuan haul dan nisab zakat.
- c) Kalender pengingat untuk donasi rutin setiap bulan.

Konten semacam ini berperan dalam meningkatkan kesadaran donatur agar senantiasa ingat dan konsisten dalam menunaikan kewajiban zakat secara berkala.

## 3) Konten Reflektif dan Inspiratif yang Disajikan Secara Berkala

LAZISMU Banjarbaru secara rutin membagikan materi yang bersifat renungan dan motivasi, antara lain:

- a) Refleksi mengenai makna dan urgensi berbagi.
- b) Cerita inspiratif dari penerima manfaat yang mengalami perubahan hidup

- c) Petikan ayat Al-Qur'an, hadis, atau motivasi dari tokoh-tokoh Islam

Penyampaian informasi semacam ini bertujuan untuk menumbuhkan kepekaan sosial dan spiritual audiens, sehingga berdonasi tidak hanya dilakukan pada momen-momen tertentu, melainkan menjadi bagian dari rutinitas hidup mereka

#### 4) Pengingat dan Tindak Lanjut Informasi Melalui Saluran Digital

Lazismu secara rutin menyampaikan informasi melalui pesan WhatsApp yang mencakup hal-hal seperti:

- a) Ungkapan apresiasi atas kontribusi donasi yang telah diberikan
- b) Pengingat jadwal pembayaran zakat berikutnya
- c) Ajakan untuk berpartisipasi dalam program lanjutan atau melakukan donasi kembali

Penyampaian informasi ini merupakan bagian dari komunikasi yang berkelanjutan, sehingga donatur tetap merasa dihargai dan terhubung setelah melakukan donasi.

#### d. *Integrated Digital Marketing*

Merupakan strategi yang menggabungkan berbagai saluran dan alat digital secara terpadu untuk menciptakan komunikasi pemasaran yang konsisten, efektif, dan menyeluruh dalam menciptakan tujuan tertentu. LAZISMU Banjarbaru dalam strategi ini memanfaatkan seluruh sumber aspek digital dalam penggunaan *digital fundraising* yang dikelola oleh mereka. Sebagian besar lembaga filantropi islam menggunakan strategi ini dalam

memicu calon donatur. Pada *strategi integrated digital marketing*, LAZISMU Banjarbaru mengenal semua komponen digital yaitu:

- 1) *Internal Platform ( content marketing )* : LAZISMU Banjarbaru telah memiliki laman resmi yang telah penulis jelaskan di bagian *content marketing*.

*Internal Platform (content marketing)* memiliki perbedaan dengan *website* LAZISMU Banjarbaru yaitu *website* LAZISMU Banjarbaru menyediakan layanan informasi dan laporan sedangkan *internal platform (content marketing)* mempengaruhi dan meyakinkan publik untuk berdonasi.

- 2) *Eksternal Platform: Platform eksternal* dapat dipahami sebagai sistem, layanan, atau infrastruktur digital yang disediakan oleh pihak di luar organisasi, yaitu entitas yang tidak termasuk dalam struktur internal lembaga atau perusahaan. Platform ini berfungsi untuk mendukung berbagai aspek operasional, membantu proses pengembangan, serta memfasilitasi penyebaran produk dan layanan digital. Bentuknya beragam, mencakup media sosial, marketplace, aplikasi donasi daring, hingga sistem pembayaran digital, yang memungkinkan lembaga memanfaatkannya secara fleksibel untuk memperluas cakupan dan efektivitas kegiatan kampanye digital. Dalam praktiknya, LAZISMU Banjarbaru memanfaatkan sejumlah platform eksternal sebagai bagian dari strategi penggalangan dana secara digital (digital fundraising). Namun demikian, pemanfaatan tersebut tidak bersifat menyeluruh,

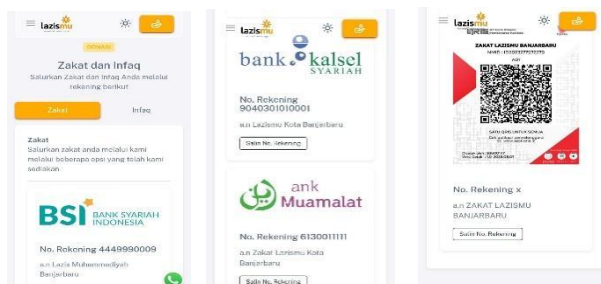
melainkan dilakukan secara terbatas dan selektif. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan spesifik program, target audiens, serta kebijakan internal lembaga, agar penggunaan platform-platform tersebut tetap mendukung identitas kelembagaan. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Tito Dwi Wirawan sebagai staf *fundraising* dan kerjasama yaitu:

Di LAZISMU Banjarbaru ini kami tidak ada melakukan kerja sama dengan aplikasi *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, gojek, bukalapak, dan kitabisa.com.

Walaupun secara keseluruhan LAZISMU Banjarbaru tidak bergantung sepenuhnya pada sistem maupun layanan yang berasal dari pihak luar, lembaga ini tetap mengadopsi sejumlah platform digital eksternal sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasionalnya. Penggunaan *platform eksternal* dilakukan secara selektif, sesuai dengan fungsi dan kebutuhan tertentu, guna mendukung berbagai kegiatan organisasi baik dalam aspek penyebaran informasi, komunikasi dengan masyarakat, maupun dalam proses penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah melalui media digital. Keberadaan *platform-platform* ini memberikan manfaat nyata, seperti memperluas jangkauan audiens, memperkuat pelaksanaan kampanye sosial, serta mempermudah dan mempercepat proses transaksi secara daring. Berikut platform eksternal yang di gunakan di LAZISMU Banjarbaru yaitu:

- a) Sosial Media ( *continuous marketing* ): merupakan promosi yang dilakukan secara terus menerus. Media sosial yang digunakan LAZISMU Banjarbaru yaitu Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Strategi ini telah dijelaskan secara lebih rinci oleh penulis pada bagian yang membahas *strategi continuous marketing*.
- b) *Artificial intelligence ( mobile marketing )*: Dimana para tim *digital fundraising* merancang aplikasi khusus agar dapat diakses dan diunduh oleh para muzakki melalui *play store* atau *platform* aplikasi lainnya. LAZISMU Banjarbaru menggunakan aplikasi dari LAZISMU Pusat, tetapi sudah ada rencana untuk membuat aplikasi. Seperti yang telah dijelaskan diatas mengenai *mobile marketing*.
- c) *Innovation Platform* : Platform ini dikenal pula sebagai platform inovatif, yang dirancang untuk mengikuti perkembangan teknologi. Ciri utamanya adalah kemudahan dalam penerapan, kecepatan dalam penggunaan, serta tingkat transparansi yang tinggi. Contoh *innovation platform* adalah Qris, *mobile banking*, *internet banking*, aplikasi dana yang bisa digunakan untuk apa saja, OVO, linkAja dan dompet-dompet digital lainnya.  
  
LAZISMU Banjarbaru hanya memanfaatkan beberapa inovasi platform sebagaimana tercantum pada halaman pembayaran digital yang diakses melalui situs resmi LAZISMU Banjarbaru.

Gambar 4.4 Metode Pembayaran Lazismu Banjarbaru



Sumber: Website LAZISMU Banjarbaru

Merujuk pada ketiga gambar yang ditampilkan, dapat diketahui bahwa variasi layanan pembayaran digital yang digunakan oleh LAZISMU Banjarbaru masih relatif terbatas dan tidak mencerminkan keragaman fitur yang kompleks. Tetapi demikian, jenis-jenis layanan yang dipilih merupakan platform digital yang sudah akrab di kalangan masyarakat, seperti transfer melalui mobile banking, dan penggunaan kode QR (QRIS) yang populer. Pilihan ini mencerminkan orientasi lembaga terhadap aspek aksesibilitas dan kenyamanan bagi pengguna, khususnya para muzakki dan donatur. Dengan menggunakan metode pembayaran yang telah dikenal luas dan mudah dioperasikan, LAZISMU Banjarbaru berupaya menghilangkan kendala teknis yang dapat menghambat partisipasi. Strategi ini dinilai cukup efektif dalam mempercepat proses transaksi serta mendorong keterlibatan masyarakat yang lebih besar dalam menunaikan kewajiban zakat melalui kanal digital yang tersedia.

e. *Visual Marketing*

Pendekatan strategis ini menitikberatkan pada proses perencanaan dan produksi materi visual oleh LAZISMU Banjarbaru secara terstruktur, mencakup berbagai bentuk media seperti foto, video, animasi, desain grafis, infografis, hingga film pendek. Tujuan utamanya adalah menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual dan mampu membangkitkan emosi audiens, tetapi juga secara optimal menggambarkan produk-produk zakat yang hendak diperkenalkan kepada masyarakat.

Dalam pembuatan konten tersebut, unsur-unsur seperti alur cerita, pemilihan warna, tipografi, serta elemen visual lainnya diperhatikan secara seksama agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau dan diterima oleh berbagai lapisan audiens. Dalam pelaksanaannya, setiap kali tim pengelola LAZISMU Banjarbaru menyusun materi visual, mereka senantiasa berpegang pada panduan dan prosedur standar yang telah ditetapkan oleh kantor pusat. Pedoman tersebut mencakup arahan teknis maupun substansi konten, termasuk penyesuaian tema dengan target sasaran serta momentum keagamaan seperti bulan Ramadhan, dan Idul Adha. Oleh karena itu, setiap karya visual yang diproduksi tidak sekadar berfungsi sebagai media penyampai informasi, tetapi juga menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dan memperkuat upaya penghimpunan dana zakat secara digital. Sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan staf bagian *Fundraising* dan Kerjasama, Tito Dwi Wirawan yaitu:

Dalam proses pembuatan objek visual, kami tidak dapat membuatnya secara sembarangan karena terdapat panduan, standarisasi, dan kaidah kebakuan yang

harus diikuti, atau dengan kata lain, terdapat SOP (*Standard Operating Procedure*) yang menjadi acuan. Terlebih lagi, pada bulan-bulan tertentu seperti Ramadhan dan Idul Adha, biasanya terdapat panduan tema resmi yang diturunkan langsung dari pusat. Jika tidak ada panduan dari pusat, barulah kami menyusun tema sendiri, namun tetap dalam koridor dan ketentuan yang telah ditetapkan.

Berikut jenis objek visual yang telah dibuat oleh relawan desain grafis LAZISMU Banjarbaru.

Gambar 4.5 contoh objek visual LAZISMU Banjarbaru



Sumber: Instagram LAZISMU Banjarbaru

## B. Pembahasan

Berikut ini merupakan pembahasan mengenai lima *strategi digital fundraising* yang diterapkan oleh LAZISMU Banjarbaru, yang disusun berdasarkan hasil temuan penelitian serta didukung oleh landasan teori.

### 1. Content Marketing

*Content marketing* merupakan salah satu strategi dalam promosi melalui *media digital* yang dilakukan dengan menyajikan berbagai jenis informasi melalui *website* khusus. Informasi tersebut bisa berupa artikel, teks, video, gambar, hingga hasil riset yang berkaitan dengan program, aktivitas sosial, atau profil lembaga zakat. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menarik minat calon

donatur maupun donatur tetap agar dengan sukarela memberikan donasinya. Jika dijalankan secara optimal, strategi ini dapat memberikan dampak yang sangat signifikan.

*Website* LAZISMU Banjarbaru itu berisi tentang: pertama ada **Beranda** di bagian ini kita diperlihatkan enam pilar kegiatan LAZISMU Banjarbaru sebagai berikut: pendidikan, kesehatan, ekonomi, kemanusiaan, sosial dakwah, dan lingkungan. Bagian kedua ada **Donasi**, Di bagian donasi, tersedia informasi mengenai bank yang bekerja sama dengan LAZISMU Banjarbaru, lengkap dengan nomor rekening dan barcode, yang bertujuan untuk memudahkan muzakki dalam melakukan pembayaran zakat secara daring. Fasilitas ini disediakan guna memperlancar proses transaksi serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para donatur. Tiga **Testimonial**, Di bagian ini, pengunjung *website* dapat melihat ulasan para muzakki LAZISMU Banjarbaru. Ulasan tersebut mencerminkan rasa penghargaan sekaligus kepercayaan mereka terhadap kualitas layanan serta pengelolaan zakat oleh lembaga, dan juga berperan dalam mendorong partisipasi masyarakat lain untuk menunaikan zakat. Empat **Pengurus**, Pada bagian struktur pengurus, kita dapat mengetahui siapa saja yang terlibat dalam kepengurusan LAZISMU Banjarbaru, termasuk jabatan dan peran masing-masing individu dalam menjalankan fungsi lembaga. Lima **Berita**, bagian berita pada situs resmi LAZISMU Banjarbaru menyajikan informasi terbaru terkait berbagai aktivitas lembaga, seperti distribusi zakat, pelantikan kepengurusan, pemberian penghargaan, serta ragam kegiatan sosial yang telah diselenggarakan. Enam

ada **Kontak** LAZISMU Banjarbaru, pada bagian ini kita dapat menghubungi, memberikan pertanyaan, saran atau kritik kepada lembaga LAZISMU Banjarbaru. Tujuh **Tanya jawab**, pada halaman ini kita dapat melihat pertanyaan yang sering diajukan oleh para muzakki. Delapan **Kalkulator Zakat**, Di bagian ini, muzakki maupun calon muzakki difasilitasi dengan alat bantu berupa kalkulator zakat untuk mempermudah proses penghitungan kewajiban zakat. Melalui fitur ini, mereka dapat mengevaluasi apakah harta yang dimiliki telah mencapai batas nisab dan mengetahui besaran zakat yang harus dikeluarkan, sehingga perhitungannya menjadi lebih mudah, tepat, dan sejalan dengan aturan syariat Islam. Bagian terakhir di website LAZISMU Banjarbaru itu ada **Laporan Keuangan**, pada bagian ini, disajikan laporan keuangan setiap bulan yang terbuka untuk diakses oleh masyarakat. Laporan tersebut memuat rincian penerimaan serta distribusi dana zakat, infak, dan sedekah secara jelas dan transparan. Penyediaan informasi ini mencerminkan komitmen LAZISMU Banjarbaru dalam menjaga integritas, akuntabilitas, serta membangun kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana yang dipercayakan kepada lembaga.

**Tabel 4.2 Penilaian *Content Marketing* Lazismu Banjarbaru**

| Indikator       | Kriteria Penilaian                                                    | Hasil Temuan di Lazismu Banjarbaru                                                          | Evaluasi                                                          |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Kualitas Konten | Konten harus edukatif, inspiratif, dan memberikan nilai bagi audiens. | Konten website dan Instagram memuat edukasi zakat, laporan kegiatan, serta kisah inspiratif | <b>Baik</b> , karena mampu membangun empati dan kesadaran publik. |

| Indikator                | Kriteria Penilaian                                                                   | Hasil Temuan di Lazismu Banjarbaru                                                 | Evaluasi                                                                     |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
|                          |                                                                                      | penerima manfaat.                                                                  |                                                                              |
| Konsistensi Konten       | Konten dipublikasikan secara terjadwal dan konsisten.                                | Postingan di Instagram 2–3 kali seminggu tetapi tidak memiliki kalender editorial. | <b>Cukup</b> , perlu jadwal yang lebih teratur agar engagement lebih stabil. |
| Elemen Visual dan Media  | Penggunaan foto, video, dan infografik.                                              | Media sosial dan website dilengkapi foto kegiatan, video singkat, dan infografik.  | <b>Baik</b> , visual mendukung pesan.                                        |
| Revlensi dan Audisensi   | Konten harus sesuai dengan target audiens (muzakki, masyarakat umum, generasi muda). | Bahasa konten sederhana dan visual menarik, sesuai untuk generasi milenial.        | <b>Baik</b> , relevan dengan target audiens.                                 |
| Interaksi dan Engagement | Tingkat respon (like, komentar, share).                                              | Engagement ada, tetapi tidak terlalu tinggi karena kurang interaktif.              | <b>Cukup</b> , perlu meningkatkan interaksi dengan audiens.                  |
| Transparansi Konten      | Laporan dan data penyaluran zakat ditampilkan.                                       | Website memuat laporan donasi dan testimoni penerima manfaat.                      | <b>Baik</b> , meningkatkan kepercayaan publik.                               |

Sumber : Joe Pulizzi, *Epic Content Marketing*

Berdasarkan tabel di atas, strategi *content marketing* Lazismu Banjarbaru dinilai cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran zakat dan membangun kredibilitas lembaga. Kelebihan terlihat pada kualitas konten, relevansi audiens, dan transparansi. Namun, terdapat kekurangan pada aspek konsistensi unggahan dan interaksi audiens di media sosial. Oleh karena itu, diperlukan penjadwalan konten (*content calendar*).

## 2. *Mobile Marketing*

*Mobile marketing* merupakan salah satu strategi digital fundraising yang menitikberatkan pada pemanfaatan perangkat *mobile*, seperti *smartphone*, *tablet*, *Android*, dan *iPhone*. Meskipun terdapat berbagai bentuk implementasi, seperti melalui pesan singkat (SMS), integrasi dengan media sosial, dan *platform e-commerce*, namun bagi sebuah lembaga, strategi ini umumnya lebih diarahkan pada pengembangan aplikasi khusus yang dapat diakses langsung oleh pengguna.

Dalam penerapan *mobile marketing*, LAZISMU Banjarbaru hingga saat ini belum memiliki aplikasi mandiri, melainkan masih memanfaatkan aplikasi yang disediakan oleh LAZISMU Pusat. Meski demikian, pihak LAZISMU Banjarbaru telah menyusun rencana untuk mengembangkan aplikasi sendiri di masa mendatang, agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik lokal muzakki. Kehadiran aplikasi khusus nantinya diharapkan dapat meningkatkan kemudahan akses, memperkuat layanan digital, dan memperluas jangkauan penghimpunan zakat.

Penggunaan aplikasi milik Lazismu Pusat memberikan keuntungan bagi Lazismu Banjarbaru, di antaranya adalah penghematan biaya pengembangan karena tidak perlu membuat aplikasi sendiri, adanya standarisasi sistem yang seragam di seluruh Indonesia, serta pembaruan dan pemeliharaan aplikasi yang sepenuhnya ditangani oleh tim pusat. Selain itu, branding Lazismu secara nasional menjadi lebih kuat dan keamanan data donatur lebih terjamin karena aplikasi pusat telah memiliki sistem yang teruji. Namun, di sisi lain,

penggunaan aplikasi ini juga memiliki sejumlah kelemahan. Lazismu Banjarbaru menjadi kurang fleksibel dalam menambahkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan lokal, serta sangat bergantung pada pusat apabila terjadi gangguan teknis. Konten aplikasi juga cenderung umum dan tidak spesifik untuk program donasi di Banjarbaru, sehingga mengurangi potensi personalisasi layanan. Minimnya ruang inovasi lokal dan lemahnya brand lokal dibandingkan brand pusat juga menjadi tantangan dalam upaya memperkuat identitas Lazismu Banjarbaru di mata masyarakat.

### 3. *Continuous Marketing*

Strategi ini dikenal sebagai pemasaran yang berkelanjutan, dengan fokus utama pada kegiatan promosi yang dilakukan secara rutin melalui berbagai jaringan media sosial. Promosi dilakukan secara konsisten di sejumlah platform digital guna membangun kesadaran merek serta meningkatkan keterlibatan audiens secara berkelanjutan. LAZISMU Banjarbaru tergolong aktif dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai sarana penyebaran informasi secara periodik. Meskipun intensitas unggahan tidak dilakukan setiap hari, namun secara umum terdapat aktivitas rutin minimal setiap minggu. Konten yang dibagikan meliputi informasi seputar pembayaran zakat, kegiatan penyaluran, hingga ajakan untuk berdonasi, yang semuanya bertujuan meningkatkan partisipasi publik dan membangun kedekatan dengan para muzakki.

Adapun akun media sosial resmi yang digunakan oleh LAZISMU Banjarbaru dalam mendukung strategi pemasaran digitalnya antara lain

Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Ketiga platform ini dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi program, edukasi zakat, serta membangun komunikasi interaktif dengan para muzakki dan masyarakat umum. Berikut adalah alamat media sosial LAZISMU Banjarbaru yang digunakan dalam strategi ini:

Instagram : lazismu banjarbaru

Facebook : Lazismu Banjarbaru

Whatsapp : 08115000895

Dari ketiga media sosial yang digunakan, Instagram dan Facebook difungsikan sebagai media utama untuk memberikan informasi terkait berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh LAZISMU Banjarbaru. Konten yang diunggah biasanya berupa dokumentasi dalam bentuk gambar dan video, seperti kegiatan distribusi zakat, pelatihan, serta aksi sosial lainnya. Penggunaan elemen visual ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan partisipasi publik terhadap program-program yang dijalankan, sedangkan whatsapp, digunakan secara dua arah pengingat zakat dan layanan informasi.

Berdasarkan pengamatan penulis, frekuensi unggahan konten di media sosial seperti Instagram dan Facebook oleh LAZISMU Banjarbaru belum dilakukan secara harian, namun setidaknya terdapat pembaruan secara mingguan. Hal ini mencerminkan adanya komitmen dalam menjaga kontinuitas penyampaian informasi, meskipun belum diatur dalam jadwal unggahan yang rutin setiap hari. Di sisi lain, penggunaan WhatsApp terlihat

lebih intensif, karena digunakan hampir setiap hari untuk merespons pertanyaan, mengingatkan pembayaran zakat, serta menyebarkan informasi program, kecuali pada hari-hari libur.

#### 4. *Integrated Digital Marketing*

Strategi ini mengintegrasikan berbagai kanal dan perangkat digital secara menyeluruh untuk membangun komunikasi pemasaran yang konsisten, efektif, dan terarah guna mencapai tujuan tertentu. Dalam penerapannya, LAZISMU Banjarbaru memanfaatkan seluruh potensi digital yang tersedia untuk mendukung aktivitas fundraising secara daring. Pendekatan serupa juga banyak digunakan oleh lembaga filantropi Islam lainnya sebagai upaya untuk menarik minat calon donatur. Dalam strategi *integrated digital marketing*, LAZISMU Banjarbaru memanfaatkan berbagai elemen media digital sebagai bagian dari upaya pemasaran terintegrasi. Strategi ini sudah mulai diterapkan, namun belum sepenuhnya optimal. LAZISMU Banjarbaru menggabungkan platform internal (website), media sosial, dan metode pembayaran digital seperti QRIS dan transfer bank. Namun, hingga saat ini belum menjalin kemitraan dengan platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, maupun situs crowdfunding seperti Kitabisa, yang padahal berpotensi memperluas jangkauan donatur dan meningkatkan efektivitas penggalangan dana secara digital. Media digital yang digunakan di LAZISMU Banjarbaru yaitu website, dan media sosial (instagram, facebook, whatsapp). Yang digunakan untuk promosi dan media komunikasi. Berikut lebih jelas nya:

Website : <https://lazismubanjjarbaru.org>

Instagram : lazismu banjarbaru

Facebook : Lazismu Banjarbaru

Whatsapp : 0811-5000-895

LAZISMU Banjarbaru tidak hanya memanfaatkan media digital untuk keperluan komunikasi dan promosi, tetapi juga dalam hal mempermudah transaksi donasi. Pemanfaatan sarana pembayaran digital seperti QRIS dan transfer bank merupakan langkah strategis untuk memberikan kemudahan bagi donatur dalam menyalurkan zakat, secara efisien dan praktis. Adapun metode pembayaran zakat melalui media digital di LAZISMU Banjarbaru yaitu:

E-money : QRIS

Transfer Bank: Bank Syariah Indonesia, Bank Kalsel Syariah, Bank Muamalat.

LAZISMU Banjarbaru belum sepenuhnya memenuhi unsur strategi *integrated digital marketing* karena belum memiliki aplikasi *mobile* khusus yang dirancang sendiri untuk mengelola zakat. Walaupun berbagai media digital yang dimanfaatkan sudah cukup membantu dalam kegiatan penggalangan dana, kehadiran aplikasi lembaga berbasis *mobile* tetap menjadi elemen penting dalam strategi *mobile marketing*. Aplikasi ini berpotensi meningkatkan kemudahan bagi pengguna, memperkuat hubungan dengan donatur, serta menyediakan layanan informasi dan transaksi secara terpusat dalam satu sistem digital yang terintegrasi.

### 5. *Visual Marketing*

Strategi tersebut mengutamakan aspek bagaimana LAZISMU Banjarbaru merancang dan menghadirkan elemen visual, seperti gambar, video, animasi, desain grafis, infografis, hingga film pendek yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga menyentuh sisi emosional audiens. Yang terpenting, setiap visual tersebut merepresentasikan produk zakat yang sedang dipromosikan.

Terdapat sejumlah aspek yang perlu ditekankan dalam strategi ini guna memastikan *visual marketing* dapat berfungsi secara optimal. Beberapa di antaranya meliputi:

- a) Ukuran kata, warna, dan fitur teks
- b) Satu gambar, namun bermakna seribu pesan.
- c) Gambar yang memiliki kekuatan emosional untuk memicu kenangan atau menghubungkan audiens dengan pengalaman masa lalu mereka.
- d) Gambar yang mengandung pesan-pesan edukatif seputar pengetahuan umum, nilai-nilai keagamaan, serta unsur-unsur budaya.

Berdasarkan pengamatan penulis, secara umum warna yang digunakan menunjukkan bahwa LAZISMU Banjarbaru identik dengan warna putih dan orange, secara keseluruhan. Tetapi warna ini tidak Cuma untuk LAZISMU Banjarbaru tetapi seluruh LAZISMU yang ada di Indonesia menggunakan warna tersebut. Dari jenis warna yang digunakan LAZISMU itu memiliki makna sebagai berikut:

a) Putih

**Kesucian dan keikhlasan:** menggambarkan niat yang murni dalam menjalankan amanah pengelolaan zakat.

**Transparansi dan Akuntabilitas:** Menunjukkan tekad lembaga untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui tata kelola yang transparan dan penuh integritas.

**Kedamaian dan Ketulusan:** Menegaskan identitas lembaga sebagai motor penggerak dalam mewujudkan kebaikan di bidang sosial dan keagamaan.

b) Oranye

**Semangat dan Optimis:** Melambangkan energi positif dalam menggerakkan aksi-aksi filantropi dan perubahan sosial.

**Kehangatan dan kepedulian:** Menunjukkan cara kerja lembaga yang berorientasi pada kemanusiaan, membangun hubungan erat dengan masyarakat, dan cepat merespons permasalahan yang dihadapi umat.

**Kreativitas dan Inovasi:** Menunjukkan kemampuan LAZISMU dalam beradaptasi melalui pemanfaatan teknologi, pemikiran digital, dan pendekatan-pendekatan baru dalam proses penggalangan dana.

Kombinasi warna putih dan oranye tersebut membentuk identitas visual yang mencerminkan lembaga yang modern, kredibel, dan berenergi dalam memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. Warna-warna ini tidak hanya memperkuat citra profesional LAZISMU, tetapi juga merepresentasikan

semangat pelayanan yang tulus dan progresif dalam memenuhi kebutuhan umat.

Kemudian, dalam hal penggunaan gambar, video, dan berbagai *objek visual* lainnya itu disusun oleh, Tim relawan desain grafis yang telah memproduksi berbagai *konten visual* seperti gambar, video, dan infografis. Seluruh materi tersebut dibuat mengikuti standar operasional prosedur (SOP) pedoman yang ditetapkan oleh pusat, terutama pada momentum strategis seperti bulan Ramadhan dan Idul Adha. Kehadiran konten visual ini tidak hanya memperkuat pesan kampanye zakat, tetapi juga meningkatkan daya tarik serta kedekatan emosional dengan calon donatur melalui pendekatan yang terstruktur dan estetis.