

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *strategi digital fundraising* di LAZISMU Banjarbaru, dapat disimpulkan bahwa LAZISMU Banjarbaru telah memanfaatkan pendekatan digital dalam upaya meningkatkan efektivitas pengumpulan dana zakat. Strategi yang diterapkan mencakup lima pendekatan utama, yaitu *content marketing*, *mobile marketing*, *continuous marketing*, *integrated digital marketing*, dan *visual marketing*.

Dalam implementasinya, LAZISMU Banjarbaru memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai sarana penyebaran informasi, edukasi kepada masyarakat, serta membangun komunikasi yang aktif dengan para muzakki. Sementara itu, situs web resmi digunakan sebagai pusat layanan digital yang menyediakan berbagai fitur, seperti layanan donasi daring, kalkulator zakat, testimoni, dan laporan keuangan. Meskipun telah menggunakan aplikasi dari LAZISMU Pusat, lembaga ini belum memiliki aplikasi mobile secara mandiri, namun telah ada rencana untuk mengembangkannya di masa yang akan datang.

Pemanfaatan strategi digital tersebut telah memberikan hasil awal yang cukup menjanjikan, walaupun pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal. Hambatan yang ditemui belum konsisten publikasi konten di media sosial, belum terintegrasinya sistem digital secara maksimal, serta terbatasnya dukungan

infrastruktur teknologi di tingkat lokal. Namun demikian, langkah-langkah yang telah dilakukan mencerminkan adanya proses bertahap dalam membangun sistem digital yang kuat untuk mendukung pengelolaan zakat secara modern dan efisien.

B. Rekomendasi

Hasil penelitian ini masih memiliki kekurangan, namun berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, penulis mengajukan beberapa saran guna mengoptimalkan penerapan strategi digital fundraising di LAZISMU Banjarbaru. Adapun saran yang diberikan penulis antara lain sebagai berikut:

1. Optimalisasi Pengembangan Teknologi Digital di Tingkat Lokal

LAZISMU Banjarbaru disarankan untuk segera mengimplementasikan pengembangan aplikasi digital secara mandiri sebagai langkah strategis dalam meningkatkan kemudahan akses layanan bagi para muzakki. Inisiatif ini juga bertujuan untuk memperluas jangkauan pengguna melalui pemanfaatan platform berbasis perangkat mobile secara lebih optimal.

2. Optimalisasi Pengelolaan Konten Digital

Dibutuhkan perencanaan konten yang lebih terstruktur dan sistematis, antara lain melalui penyusunan kalender editorial serta menjaga konsistensi dalam publikasi di media sosial, guna memastikan implementasi strategi *continuous marketing* dapat berlangsung secara optimal, terarah, dan dapat dievaluasi secara berkala.

3. Penyatuan Sistem dan Kanal Digital secara Terpadu

Strategi *integrated digital marketing* perlu dioptimalkan melalui penyelarasan dan integrasi seluruh kanal digital yang dimiliki seperti situs web, media sosial, dan WhatsApp ke dalam satu sistem layanan yang terkoordinasi dan saling mendukung. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemudahan akses bagi pengguna serta memperkuat efisiensi operasional tim di lingkungan internal lembaga.

4. Pengembangan Kompetensi Personel

Disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan secara berkala bagi para staf dan relawan, khususnya dalam aspek pengelolaan media digital, analisis media sosial, dan komunikasi digital. Langkah ini bertujuan agar implementasi strategi dapat dijalankan secara lebih profesional dan efektif.

5. Pemantauan dan Evaluasi Secara Rutin

Penting bagi LAZISMU Banjarbaru untuk melaksanakan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi digital fundraising yang diterapkan. Evaluasi ini sebaiknya didasarkan pada pemanfaatan data analitik yang diperoleh dari media sosial, situs web, serta berbagai platform digital lainnya, guna memastikan strategi yang dijalankan tetap relevan dan selaras dengan kebutuhan serta perilaku para muzakki.