

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

##### 1. Peran Transformasi Promosi Digital

Transformasi promosi digital di BAZNAS Kota Banjarmasin berperan melalui sepuluh manfaat utama yang saling terkait, yaitu:

- a. Peningkatan efisiensi operasional
- b. Pengoptimalan pengalaman pelanggan (*muzakki*)
- c. Inovasi produk dan layanan
- d. Analitik dan pengambilan keputusan yang lebih baik
- e. *Fleksibilitas* dan *adaptabilitas*
- f. Keterlibatan karyawan (amil) yang lebih baik
- g. Pengurangan biaya dan peningkatan profitabilitas (penghimpunan zakat)
- h. Keunggulan bersaing
- i. Akses ke pasar yang lebih luas
- j. Keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang

10 peran strategis terbukti: efisiensi operasional, inovasi layanan, akses pasar lebih luas, dan keunggulan bersaing nasional dengan masuknya BAZNAS Kalsel dalam top-5 efektivitas ZIS 2024. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi promosi digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis bagi pengembangan kelembagaan.

## 2. Bentuk Transformasi Promosi Digital

Bentuk transformasi yang dilakukan BAZNAS Kota Banjarmasin berlangsung secara bertahap dan terencana, meliputi tiga perubahan utama:

- a. Transformasi media dari konvensional ke digital
- b. Transformasi konten dari teks ke video visual
- c. Transformasi layanan dari *offline* ke *online*

Ketiga perubahan ini dilakukan secara bertahap dan terencana, bukan secara instan.

## 3. Dampak Transformasi Promosi Digital terhadap Minat Berzakat

Berdasarkan teori *Crow and Crow*, transformasi promosi digital memberikan dampak terhadap tiga faktor penyebab minat, meskipun masih terdapat hambatan internal dan eksternal:

- a. Faktor dari dalam
- b. Faktor motif sosial
- c. Faktor emosional

Secara keseluruhan, transformasi promosi digital berperan positif dan memberikan dampak terhadap peningkatan minat berzakat di BAZNAS Kota Banjarmasin, namun hasilnya belum maksimal karena adanya tantangan yang perlu diatasi, terutama terkait sumber daya manusia, konsistensi konten, dan persaingan informasi di media sosial.

### **B. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian mengenai peran, bentuk, dan dampak transformasi promosi digital dalam meningkatkan minat zakat di BAZNAS Kota Banjarmasin, saya menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

### 1. Bagi BAZNAS Kota Banjarmasin

Disarankan agar BAZNAS Kota Banjarmasin meningkatkan kualitas dan konsistensi promosi digital, mengingat jumlah *muzakki* yang masih fluktuatif dan belum mencapai target penghimpunan. Selain itu, perlu memperkuat transparansi dan akuntabilitas guna meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dan juga penelitian ini merekomendasikan agar BAZNAS Kota Banjarmasin memperkuat manajemen konten, melatih sumber daya manusia, dan menjalin hubungan yang lebih erat antara promosi digital dan layanan pembayaran online.

### 2. Pengelolaan Data dan Strategi Promosi

BAZNAS Kota Banjarmasin disarankan untuk melakukan pemisahan dan pencatatan data *muzakki* berdasarkan kanal penghimpunan (digital dan konvensional). Hal ini penting karena dalam penelitian ini belum terdapat data yang menunjukkan kontribusi masing-masing kanal, sehingga menyulitkan evaluasi efektivitas promosi digital secara spesifik. Dengan adanya data tersebut, strategi promosi dapat dirancang lebih tepat sasaran.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor lain yang mempengaruhi minat zakat serta menggunakan pendekatan kuantitatif agar dapat mengukur pengaruh promosi digital secara lebih akurat.