

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri menerapkan dua pendekatan utama dalam strategi *fundraising*, yaitu *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Strategi *direct fundraising* mencakup metode seperti kencleng sedekah, stand zakat di mall, dan jemput ZIS yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat. Sementara itu, strategi *indirect fundraising* mengandalkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp untuk menjangkau donatur secara lebih luas, dan fleksibel. Strategi *fundraising* melalui media sosial yang dilakukan oleh LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri untuk meningkatkan dana zakat, infaq, dan sedekah terbukti efektif dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat dan meningkatkan partisipasi donatur dalam kegiatan sosial, zakat, infaq, dan sedekah. Media sosial yang digunakan untuk melakukan penggalangan dana adalah Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Strategi *fundraising* melalui media sosial yang dilakukan LAZ Sahabat Mustahiq sejahtera Kediri yaitu fasilitas pembayaran secara online, penjualan produk *fashion* di *marketplace* facebook, reels dan postingan melalui instagram, dan *flyer* melalui chat Whatsapp.

2. Strategi *fundraising* melalui media sosial memiliki peran yang sangat penting dan efektif bagi LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera dalam meningkatkan perolehan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS), menjangkau yang lebih luas, serta membangun kepercayaan publik terhadap lembaga. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital yaitu whatsapp, instagram, dan facebook, Sahabat Mustahiq berhasil memperluas jangkauan pada generasi muda dan pengguna internet aktif di berbagai wilayah karasidenan Kediri atau luar karasidenan. Sehingga juga memperbesar potensi donatur secara signifikan. Strategi *indirect fundraising* juga terbukti lebih efisien dan hemat sumber daya dibandingkan metode konvensional yaitu cetak brosur atau pendekatan langsung (*door to door*), karena memungkinkan lembaga untuk menyampaikan pesan ajakan berdonasi secara cepat, visual, dan emosional melalui konten digital yang dapat menarik donatur dan memperkenalkan program-program lembaga secara luas. Yang telah dibuktikan dengan kontribusi media sosial yang mencapai 58% dari total perolehan dana ZIS, menjadikan sebagai alat penggalang dana tertinggi dibandingkan metode lainnya. Strategi ini tetap mampu mempertahankan meningkatkan perolehan dana di tahun 2021 sampai 2024. Oleh karena itu, strategi *fundraising* berbasis media sosial tidak hanya menjadi solusi inovatif di era digital, tetapi juga terbukti menjadi peran utama dalam keberlangsungan dan pertumbuhan program sosial LAZ Sahabat Mustahiq Sejahtera Kediri. Selain itu, strategi ini juga menciptakan simpatisan atau pendukung yang membantu menyebarkan

informasi positif tentang lembaga. Dengan demikian, media sosial bukan hanya menjadi alat promosi, tetapi juga fondasi kuat untuk keberlanjutan dan kepercayaan jangka panjang terhadap LAZ Sahabat Mustahiq sejahtera Kediri.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi lembaga, untuk meningkatkan perolehan dana agar semakin mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan strategi yang lebih terstruktur dan inovatif. Penggunaan media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp sudah cukup efektif, namun perlu ditingkatkan lagi segi kualitas konten, frekuensi unggahan, serta pendekatan yang lebih personal dan emosional agar lebih menyentuh hati calon donatur, selain itu lembaga dapat mempertimbangkan untuk memanfaatkan platform digital lain seperti Youtube Short yang saat ini memiliki jangkauan luas, terutama pada kalangan generasi muda. Selain itu, peneliti juga menyarankan adanya evaluasi rutin terhadap epektifitas strategi yang digunakan melalui analisis data digital seperti insight, dan insight peningkatan donasi.
2. Untuk peneliti selanjutnya, penulis menyarankan agar memperluas cakupan studi ke beberapa lembaga amil zakat lainnya agar dapat memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kegiatan digital fundraising. Dan peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai penyaluran ZIS melalui perolehan dana yang dapat bermanfaat bagi

mustahiq secara berkelanjutan.