

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang penulis lakukan terhadap efektivitas *platform crowdfunding* kitabisa.com sebagai media fundraising zakat, infak dan sedekah (ZIS) pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) pusat, dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut :

1. Kitabisa.com adalah *platform crowdfunding* yang berbasis donasi yang merupakan *platform* terbaik saat ini. Lebih dari 1.000.000 di download dan mendapat apresiasi baik dari donatur. Dengan brand image yang sangat baik, menjadikan kitabisa.com sebagai perusahaan mitra oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat. BAZNAS bekerjasama dengan *platform* kitabisa.com dalam upaya pemerataan dan perkembangan zakat, infak dan sedekah (ZIS). Untuk memudahkan dalam pengumpulan (fundraising) zakat, infak dan sedekah (ZIS), BAZNAS berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan berusaha merayu dan mempengaruhi muzakki untuk mendonasikan hartanya dengan membentuk *campaign* yang unik. Salah satunya adalah Zakat untuk pendidikan anak bangsa (beasiswa cendekia BAZNAS), Zakat BAZNAS Tanggap Bencana, Zakat meningkatkan perekonomian umat, Zakat Mal BAZNAS, Zakat Rumah sehat BAZNAS Indonesia, Zakat Fitrah BAZNAS, Sedekah Jum'at dan Sedekah Untuk Muliakan Yatim. *Platform* kitabisa.com merupakan *eksternal platform* (*platform* kerjasama dengan mitra). Kerjasama dengan *eksternal platform* memiliki tujuan untuk

berkrjasama dalam pemanfaatan teknologi. Hal ini dilakukan untuk menyelaraskan visi dan misi dalam pemerataan zakat, infak dan sedekah (ZIS).

2. Berdasarkan presentase dengan menggunakan intepretasi nilai efektivitas *campaign* zakat, infak dan sedekah (ZIS) milik BAZNAS, maka hasil yang diperoleh oleh beberapa *campaign* pada *platform crowdfunding* kitabisa.com berdasarkan interpretasi nilai rasio efektivitas, maka hasil yang didapat yaitu *campaign* yang berkriteria “tidak afektif” ($x = <20\%$.) berjumlah 12 *campaign*. Sedangkan *campaign* yang berkriteria “kurang efektif” ($x = >20\% - <49\%$) berjumlah 2 *campaign*. *Campaign* yang berkriteria “sangat efektif” ($x \geq 90\%$) berjumlah 10 *campaign*.

Perolehan donasi yang terkumpul pada setiap *campaign* yang kurang efektif dan tidak efektif belum mencapai persentase 100% dari donasi yang ditargetkan *campaigner*. Hal ini karena kampanye yang digalang menargetkan target donasi yang terlalu tinggi pada setiap kampanye yang dilakukan dan kurangnya publikasi kepada donatur atau muzakki sehingga tidak sesuai dengan yang diharapkan. Pada pembahasan diatas, membuktikan bahwa target memengaruhi keefektifan suatu *campaign* ZIS. *Campaign* dapat dikatakan efektif apabila tidak ada target (realisasi jumlah perolehan = target). Keberhasilan *campaign* dapat dilihat dari terlampauinya suatu target. Namun dengan memberikan target yang terlalu tinggi dapat menjadikan target tidak sesuai dengan yang diharapkan.

B. Saran

1. BAZNAS sebagai lembaga pemerintah non struktural perlu menurunkan target terhadap *campaign* yang dibuat di *platform crowdfunding* kitabisa.com. Hal ini agar *campaign* yang digalang dapat selesai dengan target yang efektif.
2. *Platform crowdfunding* kitabisa.com sebagai wadah penyedia dalam fundraising zakat, infak dan sedekah (ZIS) dapat meningkatkan pelayanan kepada pengguna. Untuk menjaga cita perusahaan serta menjaga nama baik partner kerjasama.