

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Strategi Komunikasi *Fundraising* LAZ Yakesma Cabang Banten Dalam Menarik Muzakki sesuai dengan strategi komunikasi Philip Lesly dan model komunikasi SMCR David K. Berlo. Di mana strategi komunikasi yang dirumuskan oleh Philip Lesly adalah mengenali khalayak atau menetapkan calon muzakki atau donatur, membuat rencana program apa saja yang akan ditawarkan kepada calon muzakki atau donatur, sehingga program yang ditawarkan tersebut jelas, dan menginformasikan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, mengirim WhatsApp Blast, dan *website* serta melakukan *fundraising* dengan membuka gerai zakat dan mendatangi sekolah-sekolah atau yayasan untuk melakukan *roadshow*, sehingga mendapatkan suatu penghimpunan dana.
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi *Fundraising* Lembaga Amil Zakat Yakesma Cabang Banten Dalam Menarik Muzakki.

##### **a. Faktor Pendukung**

Faktor Pendukung, dari strategi komunikasi *Fundraising* yang dilakukan oleh LAZ Yakesma Cabang Banten dalam menarik muzakki adalah tumbuhnya kesadaran muzakki dalam berzakat, sedekah dan infaq dan Menggunakan komunikasi persuasif melalui media *crowdfunding* teman berbagi.

##### **b. Faktor Penghambat**

Faktor Penghambat di antaranya terdapat dua komponen faktor penghambat lembaga Yakesma Cabang Banten di antaranya faktor internal yaitu kurangnya kepercayaan diri *fundraiser* atau orang yang menghimpun dana zakat, infaq dan sedekah untuk mengajak muzakki agar berzakat, infaq dan sedekah terkhusus pihak relawan. Dalam menyalurkan donasi kepada masyarakat yang membutuhkan sering tidak mendapatkan akses atau data yang pasti dari masyarakat yang disalurkan dananya, yang kedua faktor eksternal kurangnya informasi yang menyeluruh kepada muzakki, sering

tidak mendapatkan respon dari para mitra atau calon muzaki, sering kesusahan dalam memahami psikolog dari para mitra atau muzakki.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai Strategi Komunikasi *Fundraising* LAZ Yakesma (Yayasan Kesejahteraan Madani) Cabang Banten Dalam Menarik Muzakki, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

### 1. Saran Akademis

Menindaklanjuti terkait Lembaga Amil Zakat Yakesma Cabang Banten. Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menelaah terlebih dahulu secara mendalam. Pergunakan data yang akurat dan data pendukung yang menjadi keabsahan dokumen yang ada dan juga harus menggunakan data primer yang banyak agar hasil penelitiannya lebih akurat dari penelitian sebelumnya.

### 2. Saran Praktis

Lembaga Amil Zakat Yakesma Caban Banten ini perlu ditingkatkan lagi dalam melakukan *fundraising* setiap tahunnya dan juga mampu mempertahankan para muzakki tetap untuk terus berkontribusi dalam ZIS (zakat, infaq, dan sedekah). Dalam peningkatan fundraising ZIS salah satunya dengan media *crowdfunding* harus diinovasikan dengan program-program yang menarik sehingga para calon muzakki dapat tertarik menjadi bagian dari LAZ Yakesma Caban Banten. Dalam pemanfaatan teknologi digital penulis menyarankan lembaga Yakesma Cabang Banten ini untuk dalam *fundraising*, menyediakan diplatform *e-commerce* seperti Shopee, Lazada atau *platform* digital lainnya, sehingga masyarakat tidak perlu lagi untuk membuka web, bisa juga ketika masyarakat ingin membeli barang di *online shop* maka jika fitur tampilannya ada di *e-commerce* terkait ZIS Yakesma Cabang Banten, maka masyarakat bisa langsung untuk mengaksesnya.

Di samping itu pula agar masyarakat sekitar dapat mengetahui lebih luas dengan keberadaan Lembaga Amil Zakat Yakesma Cabang Banten perlu dibuatkannya media cetak dalam *fundraising*, tujuannya untuk menyebarkan adanya informasi terkait zakat, infaq, dan sedekah di LAZ Yakesma Cabang Banten seperti spanduk yang dipasangkan di sisi jalanan

umum, dan pembuatan brosur sehingga masyarakat melihat langsung dan bisa untuk tertarik menjadi calon muzakki yang akan datang.