

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi yang diterapkan LAZISNU DIY dalam Strategi *Crowdfunding*

Strategi merupakan sebuah rencana pada sebuah lembaga atau organisasi dalam mencapai tujuan tertentu dalam jangka waktu tertentu. Strategi melibatkan pemikiran dan perencanaan yang cermat untuk memulai dan menentukan cara terbaik dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan mempertimbangkan sumber daya yang ada, lingkungan eksternal serta potensi tantangan dan peluang. Pada tahapan strategi setiap perusahaan atau organisasi perlu memiliki sebuah taktik atau ide agar strategi digunakan dengan tepat dan tetap bertahan dan berkembang.⁵² LAZISNU DIY dalam melaksanakan programnya yaitu *Crowdfunding* menggunakan strategi Online.

Menurut keterangan Dwijo Suyono mengatakan: “Dengan perkembangan teknologi dan internet, LAZISNU memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan donatur melalui crowdfunding. Metode ini memungkinkan LAZISNU mengakses komunitas yang lebih luas, termasuk generasi muda yang aktif di dunia digital.”⁵³

Strategi komunikasi pemasaran melalui via online menjadi strategi yang efektif untuk zaman sekarang karena pada zaman sekarang merupakan zaman digital yang banyak dari berbagai kalangan telah memiliki atau menggunakan smartphone.

⁵² Ferdinandus Sampe (dkk.), *Manajemen Strategi (teori dan implementasi)*, (Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2023), hlm 1.

⁵³ Wawancara dengan Dwijo Suyono, pengurus Lazisnu DIY tanggal 24 Agustus 2024 pukul 13.00 WIB

Muhammad Syafi'i mengatakan
 "Prioritas proyek atau program umumnya ditentukan berdasarkan kebutuhan mendesak, dampak yang diharapkan, keselarasan dengan visi dan misi organisasi, serta potensi keberhasilan kampanye crowdfunding tersebut."⁵⁴

LAZISNU DIY dalam menggunakan strategi online ini menggunakan tiga cara yaitu:

a. *Broadcast*

Broadcast adalah sebuah metode dalam pengiriman data dimana data akan dikirim ke banyak titik sekaligus tanpa melakukan pengecekan apakah alamat yang dituju siap untuk menerima data atau tidak dan juga pengiriman paket juga tidak memperdulikan apakah data tersebut sampai pada alamat yang dituju atau tidak.⁵⁵

Pengertian *broadcast* secara sederhana dapat diartikan sebagai penyiaran dimana penyiaran tersebut disampaikan kepada audiens secara bersamaan.

Muhammad Abdul mengatakan
 "lazisnu bertujuan meraih dan menyebarkan informasi ke berbagai kalangan yang mana hal tersebut guna menjadi salah satu bentuk sosialisasi salah satu program dari lazisnu tersebut."⁵⁶

b. Kitabisa.com

Potensi penyaluran dana pada zaman ini dapat melalui berbagai cara salah satunya melalui platform online. Platform online ini

⁵⁴ Wawancara dengan Muhammad Syafi'i, Pengurus Manajemen Crowdfunding tanggal 27 Agustus 2024 Pukul 15.30 WIB

⁵⁵ Mujiono., " pengertian Broadcast pada jaringan komputer dan kegunaanya" dalam <https://www.teorikomputer.com/2016/01/pengertian-broadcast-pada-jaringan.html>, diakses tanggal 03 Juli 2024 pukul 16.59 WIB

⁵⁶ Wawancara dengan Abdullah, sekretaris Lazisnu DIY tanggal 03 Juli 2024 pukul 14.30 WIB

memudahkan masyarakat dalam bertransaksi tanpa harus datang ke tempat atau lokasinya langsung. Pada zaman ini, platform online menjadi pilihan bagi masyarakat karena zaman ini teknologi berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Platform kitabisa hadir sebagai bentuk sebuah kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi. LAZISNU bekerja sama dengan platform kitabisa.com sebagai sarana untuk masyarakat dalam menyalurkan donasi.

Muhammad Syafi'i mengatakan
 “Manajemen mungkin mempertimbangkan berbagai faktor seperti popularitas platform, biaya layanan, target audiens, fitur-fitur yang disediakan, serta keamanan dan keandalan platform.”⁵⁷

Pada bentuk transaksi, kitabisa.com memiliki beberapa cara yaitu dengan transfer antar bank.

Menurut Edo Segara mengatakan
 “Sejauh ini fitur yang ada di platform Kitabisa.com sudah cukup baik untuk memudahkan Muzakki”⁵⁸



Bagan 4 Manajemen Mutu Lazisnu PWNu D. I. Yogyakarta.

⁵⁷ Wawancara dengan Muhammad Syafi'i, pengurus manajemen *Crowdfunding* tanggal 27 Agustus 2024 pukul 15.30 WIB

⁵⁸ Wawancara dengan Edo Segara Gustanto, salah satu Muzakki di Lazisnu DIY tanggal 29 Juli 2024 pukul 13.30 WIB

Muhammad Abdul mengatakan

“Pada cara ini LAZISNU mencantumkan kode bank yang kemudian dapat diakses oleh masyarakat untuk mengirim donasi yang diinginkan.”⁵⁹

Muhammad Abdul mengatakan

“Sebelum bekerja sama dengan platform Kitabisa.com, LAZISNU DIY pernah bekerja sama dengan platform yang bernama Nucosh. LAZISNU DIY berhenti bekerja sama dengan platform tersebut karena maintenance dan belum bisa diperbaiki.”⁶⁰

c. Iklan media sosial

Pada zaman sekarang, perkembangan *finansial technology* menjadi salah satu perkembangan terbesar di berbagai negara salah satunya di Indonesia. Indonesia sendiri terdapat sekitar 50% atau 133 juta populasi masyarakat yang merupakan pengguna internet dan 49% atau sekitar 130 juta orang merupakan pengguna sosial media aktif.⁶¹

Dwijo Suyono mengatakan

“Lembaga LAZISNU melakukan promosi melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram dan juga saluran Whatsapp.”

Pada pengaplikasian ini bertujuan untuk memperbanyak dan mempermudah masyarakat dalam mengetahui apa itu lazisnu dan program kerja lazisnu serta daerah atau lokasi mana yang memerlukan pendanaan bagi orang yang membutuhkan.

⁵⁹ Wawancara dengan Abdullah, sekretaris Lazisnu DIY tanggal 03 Juli 2024 Pukul 14.30 WIB

⁶⁰ Wawancara dengan Abdullah, sekretaris Lazisnu DIY tanggal 03 Juli 2024 Pukul 14.30 WIB

⁶¹ Gina destrianti, Bimmo Dwi Baskoro, *penggunaan platform crowdfunding dalam menyalurkan Zakat, Infaq, dan shadaqah (ZIS): studi intensi masyarakat*, vol. 02 No. 02, Desember 2019, hlm. 07

Muhammad Abdul Mengatakan
 “Dalam metode iklan tersebut, LAZISNU berusaha membentuk dan menyusun konten atau kata agar masyarakat tertarik untuk mengenal dan berdonasi lewat lembaga LAZISNU sendiri.⁶²”



Bagan 5 Manajemen Mutu LAZISNU PWNU D. I. Yogyakarta.

B. Strategi Komunikasi Pemasaran Crowdfunding yang efektif Di Lembaga Amil Zakat LAZISNU DIY

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi tinggi.⁶³ Strategi komunikasi pemasaran adalah semua dari *marketing mix* yang melibatkan komunikasi antar organisasi atau perusahaan dan target audiens elemen elemen pada segala bentuknya yang ditujukan untuk *performance marketing*.⁶⁴

⁶² Wawancara dengan Abdullah, sekretaris Lazisnu DIY tanggal 03 Juli 2024

⁶³ Marissa grace haque fawzi (dkk.), *strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi*, (Tangerang selatan: pascal Books, 2021), hlm 9.

⁶⁴ Mega Febriani, *strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image pada media sosial Twitter @PekanbaruCo*, vol. 1, No. 02, Oktober 2014, hlm. 78

Dalam strategi, LAZISNU DIY menerapkan beberapa strategi dalam mengelola crowdfunding untuk mendukung berbagai program sosial dan keagamaan. Strategi ini dirancang untuk memaksimalkan partisipasi dan donasi dari masyarakat luas. Berikut merupakan strategi yang dirancang oleh LAZISNU DIY:

a. Pemanfaatan Teknologi Digital

Pada zaman sekarang, media sosial merupakan sebuah perangkat yang banyak digunakan oleh banyak orang. Media sosial saat ini banyak diminati oleh berbagai kalangan baik tua maupun muda. LAZISNU DIY memanfaatkan platform digital untuk memudahkan proses donasi. Mereka menggunakan situs *web* dan aplikasi *mobile* untuk mengelola kampanye *crowdfunding*.

Muhammad Abdul mengatakan
“Dalam penggunaan media sosial ini, LAZISNU DIY menggunakan platform seperti Facebook, Instagram dan Twitter untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membagikan cerita tentang dampak program mereka dan mengajak masyarakat untuk berdonasi.”⁶⁵

LAZISNU DIY telah mengembangkan platform digital tersebut sehingga memudahkan masyarakat untuk berdonasi. Situs web ini dilengkapi dengan berbagai metode pembayaran online seperti transfer bank, e-wallet dan kartu kredit. Dengan adanya teknologi ini, donatur dapat memberikan sumbangan kapan saja dan dari mana saja tanpa mengunjungi kantor fisik.

⁶⁵ Wawancara dengan Abdullah, sekretaris LAZISNU DIY tanggal 03 Juli 2024 Pukul 14.30
WIB

Fikrul Humam mengatakan
“Dengan adanya kampanye tersebut, dapat membantu sebagian kebutuhan yang belum bisa dipenuhi.”⁶⁶

Selain itu, platform ini juga terintegrasi dengan sistem manajemen donor yang memungkinkan pelacakan donasi secara real time dan automasi pengiriman tanda terima serta laporan penggunaan dana kepada donatur.

b. Kampanye Media Sosial

Dalam meningkatkan upaya untuk partisipasi masyarakat melalui *crowdfunding*, Lazisnu memanfaatkan kekuatan konten kreatif dan informatif dengan menghasilkan berbagai bentuk konten kreatif dan informatif. Mereka menghasilkan konten yang tidak hanya menarik namun juga edukatif seperti infografis, video dan cerita singkat. Pada metode yang digunakan, media sosial memainkan peran penting dalam strategi *crowdfunding* LAZISNU DIY. Selain digunakan untuk menyebarkan konten kreatif dan informatif, platform ini juga menjadi alat utama untuk berinteraksi dengan audiens yaitu dengan aktif menjawab pertanyaan, menanggapi komentar, konten interaktif dan mengadakan live streaming. Dengan menggunakan konten kreatif dan informatif serta menjaga interaksi yang aktif dengan audiens, LAZISNU DIY mengharapkan berhasil membangun hubungan yang kuat dan personal dengan donatur mereka. Pendekatan ini tidak hanya

⁶⁶ Wawancara dengan Fikrul Humam Adany, salah satu mustahiq di Lazisnu DIY tanggal 29 Juli 2024 Pukul 15.30 WIB

meningkatkan jumlah donasi tetapi juga menciptakan komunitas yang peduli dan terlibat aktif dalam setiap program yang dijalankan.

Edo Segara mengatakan

“Konten yang saya harapkan adalah konten program kampanye yang menyentuh atau menggerakkan donatur.”⁶⁷

c. Transparansi dan pelaporan

LAZISNU DIY sangat mengutamakan dalam transparansi dalam pengelolaan dana yang mereka kumpulkan melalui *crowdfunding*. Untuk memastikan donatur dan masyarakat luas mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya tentang penggunaan dana, LAZISNU DIY menerapkan beberapa langkah dalam pelaporan yaitu:

1. Laporan Berkala

Dalam setiap donasi, LAZISNU DIY secara rutin mengeluarkan laporan berkala yang detail mengenai penggunaan dana yang terkumpul. Laporan disusun secara komprehensif dan mencakup berbagai aspek penting seperti jumlah total dana yang diterima, alokasi dana ke berbagai program, dan pencapaian yang telah diraih melalui penggunaan dana tersebut. Selain itu, LAZISNU DIY juga merinci laporan bagaimana dana disalurkan ke berbagai program dan kegiatan. Dengan menjelaskan berapa persen dana yang digunakan ke berbagai program dan kegiatan. Rincian ini membantu donatur memahami secara jelas bagaimana kontribusi

⁶⁷ Wawancara dengan Edo Segara, salah satu Muzakki di Lazisnu DIY tanggal 29 Juli 2024 pukul 13.30 WIB

mereka dimanfaatkan untuk tujuan yang spesifik. Laporan juga mencakup pencapaian program yang didukung oleh donasi.

Muhammad Abdul mengatakan

“LAZISNU DIY memberikan update mengenai perkembangan dan hasil dari program yang telah berjalan dengan menjelaskan jumlah anak yang mendapatkan beasiswa, keluarga yang menerima bantuan kesehatan atau proyek infrastruktur yang telah selesai dibangun.”⁶⁸

2. Publikasi Online

Untuk menjangkau donatur dan masyarakat yang lebih luas, LAZISNU DIY mempublikasikan laporan keuangan dan laporan program secara online. Laporan ini tersedia di situs web resmi LAZISNU DIY dan dapat diakses oleh siapa saja yang ingin mengetahui informasi terkini tentang pengelolaan dana dan program yang didukung. Selain itu, laporan juga dibagikan melalui media sosial seperti facebook, instagram dan twitter. Dengan memanfaatkan platform ini LAZISNU dapat melakukan penyebaran informasi yang cepat dan luas. Selain publikasi online.

Dengan mengimplementasikan strategi transparansi dan pelaporan yang rinci dan terbuka, LAZISNU dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan donatur dan masyarakat luas. Laporan berkala yang mendetail memberikan gambaran jelas tentang bagaimana dana digunakan dan apa yang telah dicapai, sementara publikasi online memastikan bahwa informasi tersebut mudah diakses oleh semua

⁶⁸ Wawancara dengan Abdullah, sekretaris Lazisnu DIY tanggal 03 Juli 2024 pukul 14.30
WIB

pihak. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan tetapi juga mendorong lebih banyak partisipasi dan dukungan dari donatur.

d. Kolaborasi dengan Influencer dan Tokoh Masyarakat

Untuk meningkatkan visibilitas dan efektivitas kampanye *Crowdfunding*, LAZISNU DIY menerapkan strategi kolaborasi dengan influencer dan tokoh masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya membantu menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga membangun kepercayaan dan keterlibatan yang lebih dalam dengan masyarakat. Lazisnu memiliki beberapa strategi dalam kolaborasi ini antara lain:

1. Kemitraan strategis

LAZISNU DIY secara aktif menjalin kemitraan dengan influencer dan tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh besar di media sosial. Influencer ini bisa berasal dari berbagai bidang seperti selebriti, pemuka agama, aktivis sosial atau tokoh komunitas. Mereka dipilih berdasarkan relevansi dan pengaruh mereka terhadap target audiens yang ingin dicapai oleh LAZISNU DIY. Selain itu, Lazisnu DIY sering mengundang influencer untuk mengunjungi program yang didukung oleh mereka seperti program beasiswa, proyek pembangunan infrastruktur atau kegiatan bantuan kemanusiaan. Setelah kunjungan, influencer membagikan pengalaman mereka kepada masyarakat di media sosial. Pengaruh positif dari influencer ini membantu meningkatkan kesadaran dan dukungan terhadap program LAZISNU.

Fikrul Humam mengatakan
“Cara LAZISNU DIY bisa lebih baik dalam menjangkau dan membantu komunitas adalah dengan terbuka dengan komunitas yang ada saat ini.”⁶⁹

2. Kampanye Bersama

LAZISNU DIY dan influencer bekerja sama untuk melakukan livestreaming di platform media sosial. Selama sesi ini, mereka membahas berbagai isu terkait program LAZISNU, menjawab pertanyaan dari audiens secara real-time dan mengajak penonton untuk berdonasi. Livestreaming ini memberikan kesempatan bagi audiens untuk berinteraksi langsung dengan influencer dan LAZISNU, menciptakan keterlibatan yang lebih personal dan mendalam. Sebagai bagian dari kampanye bersama, influencer membuat postingan bersponsor yang mempromosikan kampanye Crowdfunding LAZISNU. Dengan menggunakan hastag dan tagar kampanye, postingan ini menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas kampanye. Selain aktivitas di media sosial, LAZISNU DIY dan influencer mengadakan event online seperti webinar atau sesi diskusi. Event ini dirancang untuk menggalangkan dana sekaligus menyebarkan kesadaran tentang isu-isu sosial yang dihadapi masyarakat. Partisipasi influencer dalam event ini menarik lebih banyak penonton dan donatur potensial, meningkatkan efektivitas kampanye.

⁶⁹ Wawancara dengan Fikrul Humam, salah satu mustahiq di Lazisnu DIY tanggal 29 Juli 2024 pukul 15.30 WIB

Melalui kemitraan strategi dan kampanye bersama dengan influencer dan tokoh masyarakat, LAZISNU DIY mampu memperluas jangkauan kampanye *Crowdfunding* mereka dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Influencer berperan penting dalam menyebarkan pesan dan menginspirasi tindakan, sementara kampanye bersama menciptakan momentum yang kuat untuk menggalangkan dana. Kolaborasi ini tidak hanya menghasilkan dana yang dibutuhkan tetapi juga membangun kesadaran dan keterlibatan yang lebih besar dalam upaya kemanusiaan dan sosial yang dilakukan oleh LAZISNU DIY.

e. Event dan Aktivitas Online

Dalam upaya untuk menggalangkan dana dan menyebarkan kesadaran mengenai program sosial mereka, LAZISNU DIY secara rutin menyelenggarakan berbagai event dan aktivitas online. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk mengumpulkan dana, tetapi juga untuk mempererat hubungan dengan masyarakat lokal serta meningkatkan partisipasi dan keterlibatan mereka dalam kegiatan sosial dan keagamaan. Pada aktivitas online ini dilakukan LAZISNU pada media sosial.

Muhammad Syafi'i mengatakan
"Alokasi sumber daya biasanya didasarkan pada skala kampanye, kompleksitas proyek, serta ketersediaan dan keahlian tim. Manajemen juga mempertimbangkan anggaran yang tersedia dan jadwal waktu yang optimal untuk pelaksanaan kampanye."⁷⁰

⁷⁰ Wawancara dengan Muhammad Syafi'i, pengurus manajemen *Crowdfunding* tanggal 27 Agustus 2024 pukul 15.30 WIB

Muhammad Abdul mengatakan
“Dalam pelaksanaan penyelenggaraan ini, LAZISNU DIY beberapa kali melakukan penyelenggaraan seperti pelatihan dan penyaluran seperti pada platform Kitabisa.com, NuCare.id”.⁷¹

f. Segmentasi Donatur

Untuk memaksimalkan penggalangan dana melalui *crowdfunding*, LAZISNU DIY secara cermat menyusun strategi basis kontributornya. Melalui identifikasi dan penargetan kelompok masyarakat tertentu yang memiliki potensi tinggi untuk disumbangkan, LAZISNU DIY mampu menciptakan kampanye yang lebih terarah dan berhasil. Langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi ini yaitu:

1. Identifikasi kelompok target

Untuk menemukan kelompok masyarakat yang berpotensi tinggi untuk berdonasi, LAZISNU DIY melakukan analisis menyeluruh. Berbagai karakteristik dimasukkan dalam analisis ini, termasuk minat, keterlibatan masyarakat, latar belakang ekonomi, dan demografi. Mereka dapat membagi calon donatur ke dalam beberapa kategori utama berdasarkan temuan analisis.

Bisnis merupakan salah satu target audiens utama. Sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), bisnis dari semua ukuran memiliki banyak kesempatan untuk berdonasi. Sebuah kampanye unik yang menyoroti cara-cara donasi dari LAZISNU DIY dapat bermanfaat bagi masyarakat dan meningkatkan reputasi

⁷¹ Wawancara dengan Muhammad Abdul, Sekertaris Lazisnu DIY pada tanggal 26 Agustus 2024 pukul 14.30 WIB

perusahaan telah dirancang. Komunitas keagamaan merupakan kelompok fokus lainnya. Komunitas ini memiliki ikatan emosional dan keagamaan yang dalam karena LAZISNU terkait dengan Nahdlatul Ulama. Bertujuan untuk menjangkau kelompok demografi ini, kampanye sering kali menghubungkan sumbangan dengan amal dan cita-cita Islam. Alumni universitas atau sekolah merupakan konstituen yang penting. Alumni sering kali merasakan ikatan emosional yang dalam dengan universitas mereka dan memiliki keinginan yang kuat untuk membalas budi. LAZISNU DIY menggalang dana untuk beasiswa dan inisiatif pendidikan dengan memanfaatkan jaringan mantan mahasiswa.

2. Pendekatan personalisasi

LAZISNU DIY menyediakan program tanggung jawab sosial perusahaan yang sejalan dengan pendekatan filantropis perusahaan. Mereka menyusun gagasan yang menguraikan cara-cara di mana sumbangan perusahaan dapat membantu inisiatif sosial yang konsisten dengan tujuan perusahaan. Selain itu, mereka menawarkan laporan menyeluruh yang menguraikan dampak dari sumbangan ini, yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan mereka.

Untuk komunitas keagamaan, kampanye disesuaikan dengan prinsip dan ajaran Islam. Ini termasuk kampanye yang dilakukan selama bulan Ramadan atau menjelang hari-hari besar Islam, di

mana amal dan sedekah sangat dianjurkan. LAZISNU DIY menggunakan cerita yang menggugah hati untuk mengaitkan donasi dengan nilai membantu sesama.

Untuk alumni, LAZISNU DIY sering menggunakan pendekatan yang menghubungkan donasi dengan kenangan dan pencapaian selama sekolah atau kuliah. Mereka dapat mengumpulkan dana untuk program pendidikan melalui reuni atau pertemuan alumni. Selain itu, mereka menyebarkan informasi tentang kampanye donasi melalui platform digital seperti grup media sosial alumni.

LAZISNU DIY dapat membuat kampanye yang lebih spesifik dan efektif yang sesuai dengan karakteristik dan kepentingan setiap kelompok target dengan menggunakan strategi segmentasi donatur. Pendekatan personalisasi yang berbeda untuk setiap segmen donatur memastikan bahwa pesan kampanye diterima dengan baik dan partisipasi yang optimal. Selain meningkatkan jumlah donasi, pendekatan ini juga membangun ikatan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan berbagai komunitas di masyarakat.

Muhammad Syafi'i mengatakan
"Crowdfunding dapat dilihat sebagai alat strategis untuk memperluas basis donatur, meningkatkan keterlibatan komunitas, dan mendukung keberlanjutan proyek-proyek yang sejalan dengan visi dan misi jangka panjang LAZISNU DIY."⁷²
Dwijo Surjono mengatakan
"Metode yang digunakan untuk memantau dan meningkatkan engagement dari donatur adalah komunikasi dan monitoring."⁷³

⁷² Wawancara dengan Muhammad Syafi'i, pengurus Manajemen *Crowdfunding*, tanggal 27 Agustus 2024 pukul 15.30 WIB

⁷³ Wawancara dengan Dwi Surjono, salah satu Pengurus *Crowdfunding* di Lazisnu DIY tanggal 25 Agustus 2024 pukul 14.00 WIB

g. Pemberdayaan Relawan

LAZISNU DIY memprioritaskan pemberdayaan relawan untuk meningkatkan hasil kampanye penggalangan dana. Relawan tidak hanya menjadi tenaga pendukung tetapi juga menjadi agen perubahan yang aktif dalam mendukung berbagai program dan kegiatan LAZISNU. Langkah yang dilakukan dalam pemberdayaan relawan yaitu:

1. Pelatihan dan Pengembangan

Untuk relawan, LAZISNU DIY menawarkan program pelatihan yang lengkap. Pelatihan ini bertujuan untuk melatih mereka dalam mengelola kampanye penggalangan dana. Relawan diajarkan tentang cara berkomunikasi dengan donatur potensial, menyampaikan pesan kampanye dengan jelas, dan membangun hubungan dengan komunitas. Mereka juga dilatih untuk berbicara dengan persuasif, menjawab pertanyaan, dan menangani kritik dari donatur dengan baik.

Relawan dididik untuk menggunakan media sosial secara efektif mengingat peran pentingnya dalam kampanye kontemporer. Mereka dididik tentang teknik pemasaran digital, pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten yang menarik, dan cara mengukur dan menganalisis hasil kampanye online. Selain itu, para relawan menerima pelatihan dalam manajemen acara, yang meliputi pengorganisasian, pengaturan, dan pelaksanaan acara penggalangan

dana. Mereka memperoleh pengetahuan tentang cara merencanakan acara yang menarik, menangani logistik, dan memastikan acara berjalan lancar. Selain itu, para relawan menerima pelatihan dalam manajemen acara, yang meliputi pengorganisasian, pengaturan, dan pelaksanaan acara penggalangan dana. Mereka memperoleh pengetahuan tentang cara merencanakan acara yang menarik, menangani logistik, dan memastikan acara berjalan lancar.

Selain mengasah keterampilan teknis, pelatihan ini berfokus pada pengembangan soft skills seperti pemecahan masalah, kepemimpinan, dan kerja sama tim. Hasilnya, para relawan dapat berkembang menjadi orang yang lebih cakap dan percaya diri saat menjalankan tugasnya.

2. Mobilisasi Relawan

Setelah mendapatkan pelatihan, relawan dimobilisasi untuk berperan aktif dalam berbagai kegiatan penggalangan dana baik secara online maupun offline. Dalam penggalangan dana tersebut, terdapat 2 jenis yaitu kampanye media sosial dan event penggalangan dana. Melalui pembuatan dan pendistribusian konten, pengelolaan interaksi audiens, dan promosi program, para relawan mendukung inisiatif lazisnu di media sosial. Jangkauan kampanye meningkat dan donasi tambahan terkumpul dengan memanfaatkan jaringan pribadi mereka. Selain merencanakan acara amal seperti konser, lokakarya, dan bazar, para relawan juga membantu dalam perencanaan acara.

Bantuan mereka dibutuhkan di beberapa area, termasuk penyelenggaraan acara, pendaftaran peserta, periklanan, dan pengumpulan donasi.

Dengan menyebarkan berita dan informasi mengenai inisiatif yang sedang berlangsung, para relawan bertindak sebagai duta informasi LAZISNU. Melalui jaringan mereka sendiri, mereka menyebarkan kesadaran di antara masyarakat umum tentang pentingnya kontribusi mereka dan dampak dari masing-masing kontribusi.

Melalui pelatihan menyeluruh dan mobilisasi relawan yang efisien, LAZISNU DIY meningkatkan mutu dan cakupan upaya penggalangan dana mereka. Sebagai kontribusi penting bagi keberhasilan berbagai program dan acara, relawan yang terlatih dengan baik menawarkan antusiasme dan komitmen terhadap apa pun yang mereka lakukan. Selain membantu penggalangan dana, pemberdayaan relawan ini memupuk hubungan masyarakat yang lebih kuat dan memperluas jaringan orang-orang yang mendukung inisiatif kemanusiaan dan sosial LAZISNU DIY.

Muhammad Syafi'i mengatakan
"Manajemen memastikan tim memiliki pelatihan yang cukup, pemahaman tentang platform crowdfunding, kemampuan dalam komunikasi dan pemasaran digital, serta keterampilan dalam manajemen proyek. Ini bisa dicapai melalui pelatihan internal atau merekrut tenaga ahli."⁷⁴

⁷⁴ Wawancara dengan Muhammad Syafi'i, Pengurus manajemen *Crowdfunding* tanggal 27 Agustus 2024 pukul 15.30 WIB