

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis berbagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk mendukung kampanye *Crowdfunding* di Lazisnu DIY. Berdasarkan temuan peneliti, beberapa kesimpulan penting dapat ditarik antara lain sebagai berikut:

1. LAZISNU menggunakan kombinasi strategi komunikasi digital untuk mencapai target donasi yang mencakup penggunaan media sosial, *Website*, serta kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan influencer lokal untuk meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat.
2. LAZISNU DIY secara aktif memanfaatkan konten edukatif dan inspiratif yang disesuaikan dengan audiens target untuk membangun kepercayaan dan loyalitas donatur.
3. Efektivitas strategi komunikasi terbukti dengan meningkatkan jumlah donasi serta partisipasi masyarakat dalam berbagai program yang diinisiasi. Namun, penelitian ini menemukan tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kebutuhan untuk meningkatkan kualitas konten dan jangkauan kampanye.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dalam skripsi ini, peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. LAZISNU DIY perlu memperkuat kemampuan digital marketing dengan menggunakan data analitik untuk strategi yang lebih efektif
2. meningkatkan kualitas konten yang relevan dan inspiratif untuk menarik perhatian donatur
3. perlu adanya perluasan kerjasama dengan media, influencer dan komunitas untuk meningkatkan jangkauan kampanye
4. pelatihan tim pemasaran agar lebih inovatif dalam menjalankan kampanye *Crowdfunding*
5. penggunaan teknologi seperti otomatisasi pemasaran dan CRM untuk efisiensi
6. lakukan evaluasi rutin terhadap strategi dan sesuaikan berdasarkan hasilnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Miftah, *Mengenal Marketing dan Marketers syariah*, Vol. 6 No. 2 Juli – Desember 2015
- Anisah Novitarani, *Analisis Crowdfunding Syariah berdasarkan prinsip syariah compliance serta Implementasinya dalam Produk perbankan syariah*, vol. XII No. 2, Desember 2018.
- Arief Yuswanto dan Fatichatur Rachmaniyah, *Fenomena Perkembangan Crowdfunding di Indonesia*, Vol. 4 No. 1, April 2019
- Ahmad Rijali, *analisis Data Kualitatif*, vol. 17 No. 33
- Ferdiza Barthelemy, Irwansyah, *strategi komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial Crowdfunding Communication Strategy through social media*, Vol. 21 No. 2 Desember 2019: 155-168.
- Ida Suryani Wijaya, *perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan*, Vol. XVIII, No. 1, Juni 2015.
- Iga Mauliga Mulitawati, Maya Retnasary, *strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image melalui sosial media instagram*, Vol. 4 No. 1 Tahun 2020.
- Iryana, Risky kawasati, *Teknik pengumpulan data metode kualitatif*
- Kotler (dkk), *Dasar-dasar Pemasaran*, terj. Alexander Sindoro (Jakarta: Indeks, 2003) hlm. 463.
- Marissa Grace Haque-Fawzi (dkk.), *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), hlm. 9

Muhammad Agus Futuhal Ma'wa dan Ahmad Surohman, *Strategi Fundraising Zakat infaq dan sedekah di PW NU CARE-LAZISNU D.I.YOGYAKARTA*, vol. 7.No. 2,juli – Desember 2021.

Nurul Fitriyani, Dio Prasetya dkk, *Strategi Komunikasi Ecoton dalam mendapatkan Donatur melalui program Crowdfunding di KitaBisa.com*, Vol.2 No. 1 April 2022.

Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo, *metode pengumpulan data penelitian kualitatif*, (Malang, Gema, 2011).

Qonita Imania, *strategi Digital Storytelling pada organisasi Crowdfunding di media sosial Instagram @Lazisnu Banyuwangi*, Vol. XIV, No. 2, April 2023.

R. Anisya dwi septiani, widjoko, deni wardana, *Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca*, vol.5 no. 2.

Risdiana Ulfa, *Strategi Pemasaran produk simpanan sirela dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT Walisongo MIjen*, Mei 2017.

Salwa Fathiyah, *Analisi Strategi Pemasaran pada platform Crowdfunding aksi Cepat Tanggap*, April 2023

Sentot Imam Wahjono, *Crowdfunding di Indonesia*, April 2022.

Sugiyono, *metode penelitian kombinasi*, (Bandung, Alfabeta, 2011), hal. 13.

Wahyu Eka Saputra, *STRATEGI KAMPANYE GREENPEACE INDONESIA DALAM KAMPANYE #SAVEKARIMUNJAWA*, vol 7 No.: 1, April 2023