

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan terkait beberapa hal yang menjadi hasil pada penelitian ini. Berikut kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. Para informan telah memahami dan mengetahui mengenai kegiatan penggalangan dana melalui *platform Facebook Ads* dan *Instagram Ads* yang berlandaskan dengan perspektif *masalah*. Akan tetapi, terdapat salah satu informan yang lebih menyukai penggalangan dana secara langsung, dikarenakan kurangnya pemahaman dan belum mengetahui mengenai penggalangan dana melalui *platform Facebook Ads* dan *Instagram Ads* yang berlandaskan dengan perspektif *masalah*.
2. Para informan merasa antusias terhadap penggalangan dana yang dilakukan secara *online* melalui media sosial seperti *Facebook Ads* maupun *Instagram Ads* agar bisa saling membantu kepada *mustahiq*, hal ini dikarenakan lebih praktis dan efisien dalam penyaluran dana.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik. Adapun keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Keterbatasan untuk mencari informan yang ahli dalam bidang Ekonomi Syariah.
2. Terdapat masyarakat umum yang kurang memahami terkait topik pada perspektif *masalah*.
3. Kesulitan dalam menyesuaikan jadwal yang tepat untuk melakukan wawancara kepada informan yang satu dengan informan berikutnya.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan bagi peneliti dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Para Donatur

Diharapkan para donatur lebih meningkatkan kesadaran dan meluruskan niatnya untuk melaksanakannya kewajibannya sebagai umat Islam dengan menyalurkan dana ataupun bersedekah, baik itu dananya disalurkan secara *online* ataupun langsung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan lebih baik.

3. Bagi Lembaga Penggalangan Dana

Peneliti memberikan saran agar bisa terus mengoptimalkan kinerja lembaga penggalangan dana setempat. Hal ini untuk memberikan ketepatan sasaran dalam penyaluran dana sekaligus meningkatkan kepercayaan pada *muzakky*.

DAFTAR RUJUKAN

- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 67. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1257>
- Akbar Syarif, R. bin A. (2016). Konsep Masalah dan Mafsadah sebagai Asas Pemikiran Maqasid Syariah: Satu Analisis. *Ijtihad: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 10(2), 1–20. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ijtihad/article/view/1241>
- Benedict, E., & Ariestya, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 167–184. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1649>
- Firdaus, F. A., Zaki, I., & Herianingrum, S. (2023). The Role Of Generation Z Through Online Platform in Optimizing of Zakat Literacy and Fundraising. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 4(1), 13–22. <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol4no1.118>
- Hosen, M. N., Maulana, A., Farhand, M. Z., & Fudhail Rahman, M. (2022). Evaluating the Fundraising Process of the World'S First Cash Waqf-Linked Sukuk in Indonesia. *Qudus International Journal of Islamic Studies*, 10(1), 175–214. <https://doi.org/10.21043/qijis.v10i1.8161>
- Haryani, S., Islam, U., Sulthan, N., Saifuddin, T., Habrianto, H., Islam, U., Sulthan, N., Saifuddin, T., Martaliah, N., Islam, U., Sulthan, N., & Saifuddin, T. (2023). Analisis Strategi Digital Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Studi Pada Laz Opsezi Kota Jambi). *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(6), 214-237. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati/article/view/354/340>
- Hakim Ajuna, L. (2019). Masalah Mursalah Implementasinya pada Transaksi Ekonomi. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 4(2), 170–192. <https://jurnal.lp2msasbabel.ac.id/index.php/asy/article/view/1001/329>
- Harun, I. A. (2022). Implementasi Konsep Masalah Mursalah Dalam Ekonomi Islam Menurut Tokoh Islam Dan Jumhur Ulama. *Jurnal Economina*, 1(3), 563–577. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.132>
- Kasri, R. A., & Putri, N. I. S. (2018). Fundraising Strategies to Optimize Zakat Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i1.6191>
- Khaulah, K. A., & Sekartaji, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Penggalangan Dana Oleh Lembaga Non-Profit. *Communicator Sphere*, 2(2),

90–108. <https://doi.org/10.55397/cps.v2i2.32>

Kozinets, R. V. (2012). *Marketing Netnography : Prom / ot (ulgat) ing a New Research Method*. 7, 37–45. <https://doi.org/10.4256/mio.2012.004>

Mukhyiddin, M., & Musyafa', M. (2021). Fundraising Communication Strategy of Islamic Philanthropy Institutions for Increasing National Zakat Revenues. *Jihbiz Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 164–172. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v5i2.873>

Maghfirah, F. (2020). Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online. *Az Zarqa', Vol. 12, N(2)*, 58–76. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/view/1826/1627>

Munthe, R. N., & Efendi, E. (2022). Manajemen Fundraising dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 751–756. <http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety/article/view/268%0Ahttp://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety/article/download/268/198>

Murniasih, R., Riza, A., & Ridwan, M. (2023). Fundraising Berbasis Prinsip Etika Sosial Dalam Islam: Analisis Model Fundraising Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf Dalam Lembaga Zakat. *Journal of Religious Studies*, 1, 78–93. <https://index.php/MINARET/article/view/2299/141>

Nugroho, A., Ahmad, A., & Wijoyo, W. (2021). Analisis Strategi Fundraising Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Studi pada LAZ BaitulMaalKu Kabupaten Karawang. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 77–85. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i01.179>

Nasution, A. I., & N. (2023). Strategi Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat di BAZNAS Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1 (4), 257–266. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/323>

Purnama Sari, D. (2022). Pengembangan Netnografi Pada Era Metaverse. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(3), 12. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i3.1862>

Purna, I. M. (2016). Kearifan Lokal Masyarakat Desa Mbawa Dalam Mewujudkan Toleransi Beragama. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 1(2), 261. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v1i2.414>

Peristiwa, H., & Hadi, A. (n.d.). Konsep al-Maslahah al-Mursalah dalam Perspektif Ekonomi Pada Era Revolusi Industri 4. 0. *Jurnal Hukum dan Keagamaan*, 59–68. <https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/ahkm/article/view/2402>

- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 1(1), 53–61. <https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim/article/view/60/35>
- Syarifudin, M. (2016). Masalah Sebagai Alternatif Istinbath Hukum Dalam Ekonomi Syari'ah. 01, 1–23. *Jurnal Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*. <https://staimnglawak.ac.id/ejournal/index.php/lentera/article/view/78/45>
- Siregar, F. T. (2022). Efektivitas Foudrising Bagi Pemberdayaan Pendidikan. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Keguruan*, 1(2), 111. <https://journal.yaspim.org/index.php/LITERASIA/article/view/173>
- Ulpah, M. (2021). Strategi Corporate Fundraising Zakat Infak Dan Shadaqah Pada Lazismu Jakarta. *Madani Syari'ah*, 4(2), 1–12. <https://stai-binamadani.ejournal.id/Madanisyariah/article/view/253/416>
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>