

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Analisis Konsep Manajemen Marketing Zakat dan Infaq di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut

1. Mengenai konsep manajemen marketing zakat dan infaq, konsep marketing terpadu yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Blitar adalah konsep pemasaran dengan menerapkan lima strategi pemasaran, yaitu pemasaran langsung, promosi penjualan, hubungan masyarakat penjualan personal, dan periklanan dengan serangkaian proses untuk menghasilkan, mengkomunikasikan, serta memberikan nilai kepada donatur dan penerima, hubungan pelanggan dengan cara yang saling menguntungkan satu sama lain.
2. Model marketing yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar adalah menggunakan marketing *above the line* dan marketing model *below the line*. Model pemasaran atau marketing *above the line* merupakan model strategi komunikasi pemasaran yang memanfaatkan iklan, baik menggunakan media masa, media cetak, media elektronik dan media-media lainnya. Sedangkan marketing model *below the line* adalah

model strategi pemasaran yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Blitar dengan memanfaatkan event-event tertentu, seperti kegiatan kemasyarakatan, kegiatan sosial, serta even-even lain guna menyentuh masyarakat secara langsung.

3. Kegiatan pemasaran atau marketing yang dilakukan oleh LAZISNU Kabupaten Blitar dipengaruhi oleh faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung manajemen marketing dari LAZISNU Kabupaten Blitar adalah:
 - a) Adanya Jaringan Pengumpul Zakat (JPZ) yang berdiri ditingkat desa atau ranting di wilayah Kabupaten Blitar sebagai organisasi pembantu LAZISNU.
 - b) Memiliki sumber daya yang memadai di tubuh internal LAZISNU tentang marketing atau pemasaran.
 - c) Adanya teknologi informasi yang memadai dan di tangani oleh operator yang berpengalaman.
 - d) Memiliki masa yang banyak sebagai Lembaga pengelola zakat dan infaq di bawah naungan Organisasi Masyarakat Nahdlatul Ulama'.
 - e) Tokoh-tokoh pembesar Nahdlatul Ulama' yang bersedia menyalurkan dananya kepada LAZISNU yang menjadi motivasi bagi warga masyarakat yang lain untuk menyalurkan donasinya melalui LAZISNU Kabupaten Blitar.

Adapun faktor penghambat manajemen marketing yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar adalah:

- a) Kurangnya personil secara kuantitas yang ahli dan memahami dalam marketing atau pemasaran yang dimiliki oleh LAZISNU Kabupaten Blitar.
- b) Keberadaan lembaga penyedia jasa pengelolaan zakat dan infaq lain yang berdiri di Wilayah Kabupaten Blitar.
- c) Kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat akan pentingnya zakat dan infaq di wilayah pelosok pedesaan di wilayah Kabupaten Blitar.
- d) Jaringan Pengumpul Zakat (JPZ) yang berada di pedesaan wilayah pelosok belum memahami sepenuhnya tentang kegiatan marketing atau pemasaran.

B. Saran-saran

1. Untuk Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar

Lembaga Amil zakat Infaq dan shodaqohhodaqoh Nahdlatul Ulama' (LAZISNU) Kabupaten Blitar diharapkan mampu memberikan pelayanan kepada para donatur sehingga mempunyai kepuasan dalam menyalurkan dananya melalui LAZISNU Kabupaten Blitar. LAZISNU Kabupaten Blitar juga harus memiliki inovasi-inovasi program dan

teknik marketing yang baru agar menarik lebih banyak lagi donatur yang percaya terhadap LAZISNU Kabupaten Blitar serta terus mengembangkannya. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam upaya meningkatkan jumlah donatur dan kepercayaan masyarakat, LAZISNU Kabupaten Blitar perlu memaksimalkan perannya dalam bidang marketing atau pemasaran serta bidang-bidang lain.

Hendaknya kegiatan mensosialisasikan kesadaran untuk berzakat terhadap masyarakat harus ditingkatkan supaya pemahaman tentang nilai-nilai filosofi zakat dan infaq, keutamaan, kegunaan, hikmah dan hukum tentang zakat dan infaq dapat dipahami oleh masyarakat secara mendalam sehingga diharapkan dapat menumbuhkan minat dan kesadaran masyarakat untuk menyalurkan donasinya melalui LAZISNU Kabupaten Blitar.

2. Untuk Akademis

Untuk akademis penelitian ini kedepannya diharapkan dapat dijadikan rujukan dan informasi mengenai pendayagunaan harta zakat secara produktif

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini bisa dijadikan rujukan untuk meneliti lebih mendalam, lebih luas, dan komprehensif.