

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, ditemukan pengembangan Lembaga Zakat Lazismu UMG dapat dilakukan dengan menggunakan metode Ten Types of Innovation dan business model canvas. Penjelasan kesimpulan proses inovasi Lazismu UMG:

1. Bisnis Model Lazismu UMG sebagai berikut :
 - a. Customer segment, Target konsumen dari Lazismu UMG adalah mahasiswa, dosen, staf TU, para pekerja baik dikantin, *office boy*, dan satpam yang berada didalam Universitas Muhammadiyah Gresik.
 - b. Value Propositions, Nilai Lazismu UMG menyediakan layanan zakat, infaq dan shadaqah didalam Universitas Muhammadiyah Gresik supaya memudahkan donatur dalam bersedekah.
 - c. Channel, media atau alat yang digunakan adalah Lazismu UMG itu sendiri yang bertransaksi, berkomunikasi dengan pelanggan/donatur secara langsung.
 - d. Customer Relationship, menjaga dan menjalin hubungan dengan konsumen melalui interaksi secara langsung dengan penyebaran kaleng filantropi.
 - e. Revenue Streams, pendapatan didapatkan dari donatur yang bersedekah.
 - f. Key Partner *supplier* barang dari beberapa perusahaan yang

telah mendukung berjalannya Lazismu UMG dengan menyumbangkan barang agar dapat disalurkan melalui program *fundraising*.

g. *Key Resources*, aset yang dimiliki Lazismu UMG, Kantor Layanan Lazismu UMG, Komputer, Divisi & relawan Lazismu UMG, alat transportasi seperti mobil Layanan Lazismu UMG.

h. *Key Activities*, Aktivitas yang dilakukan Lazismu UMG untuk mendukung berjalannya lembaga zakat diantaranya dengan adanya Program pilar pendidikan, program pilar kesehatan, program pilar kemanusiaan, program pilar ekonomi, program pilar dakwah. Program - program tersebut termasuk dalam *fundraising* Lazismu UMG.

i. *Cost Structure*, yang dibutuhkan adalah biaya bbm, biaya banner, dan biaya tenaga kerja.

2. Inovasi & taktik yang telah dilakukan /diterapkan pada saat ini adalah :

a. *Customer engagement: experience simplification*, bersedekah bisa tanpa perlu datang ke tempat zakat melalui transfer.

b. *Network: collaboration*, Bermitra dengan orang lain untuk saling menguntungkan. Bekerja sama dengan perusahaan moriniaga chilgo (diberikan kepada balita stunting) dan pampers (diberikan kepada panti jompo).

c. *Product Performance: superior product*, adalah Kembangkan penawaran dengan desain, kualitas, dan/atau pengalaman yang luar biasa. Lazismu UMG mempunyai beberapa program

unggulan seperti program pendidikan, program kemanusiaan. Salah satu programnya yaitu beasiswa sang surya, program ini berupa dana bantuan.

3. Penerapan *Ten Type of Innovation* dalam membantu membuat Inovasi & taktik baru untuk Lazismu UMG sebagai berikut :

a. *Brand : Brand extension*, adalah menawarkan produk atau layanan baru di bawah payung merek yang sudah ada. Pelaksanaa taktikel yaitu dengan menjual produk sembako dan keuntungan akan diberikan menjadi sedekah.

b. *Service : personalized service*, adalah gunakan informasi pelanggan sendiri untuk memberikan layanan yang dikalibrasi dengan sempurna. Inovasi *personalized service* pada Lazismu UMG menyediakan tempat layanan untuk memberikan rekomendasi terkait seseorang membutuhkan bantuan sedekah.

5.2 Rekomendasi

1. Lazismu UMG segera mengimplementasikan inovasi & taktik baru yang disarankan, agar pendapatan Lazismu UMG bisa meningkat.
2. Lazismu UMG kedepanya melakukan evaluasi terhadap taktikel yang dipilih, apabila taktikel yang digunakan sesuai terhadap Lazismu UMG.