BAB IV

MANAJEMEN SOSIALISASI ZAKAT MAL DI BAZNAS KABUPATEN GRESIK

A. Analisis Implementasi Manajemen Sosialisasi Zakat Mal di BAZNAS Kabupaten Gresik

BAZNAS Kabupaten Gresik merupakan Badan Amil Zakat Nasional yang menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah. Mayoritas penduduk di kota Gresik ini adalah muslim. Kota Gresik juga mempunyai perusahaan-perusahaan yang sangat maju diantaranya adalah PT Semen Gresik, Migas, Petrokimia, sehingga masyarakat kota Gresik sangat berpotensi untuk mengentas kemiskinan saudaranya dengan perantara zakat, infaq dan shadaqah.

Berikut ini penulis uraikan hasil penelitian tentang penerapan fungsi-fungsi manajemen di BAZNAS Kabupaten Gresik. Selama menjalankan tugasnya sebagai badan pengelola sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan menjawab pertanyaan tentang bagaimana sebuah lembaga akan bergerak kedepan. Karena perencaaan memiliki kaitan erat dengan fungsi manajemen-manajemen lainya.

Oleh karena itu proses perencanaan yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Gresik berangkat dari Visi dan misi sosialisasi BAZNAS Kabupaten Gresik itu sendiri, dalam perencanaan diputuskan program apa saja yang dilaksanakan, prosedur seperti apa yang dilakukan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melaksanakan program tersebut, dan juga menetapkan jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan, sasaran program, serta menetapkan pembiayaan yang harus dikeluarkan di setiap kegiatan. Tentunya semua program tersebut harus sesuai dengan visi dan misi sosialisasi BAZNAS Kabupaten Gresik. Dan misinya adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang wajibnya zakat, Pengenalan kepada masyarakat tentang program-program yang dimiliki BAZNAS Kabupaten Gresik dan Mencapai target pengumpulan dana zakat

Target yang ingin dicapai BAZNAS Kaupaten Gresik pada tahun 2016 adalah dana ZIS sebesar 5 milyar, karena di tahun-tahun sebelumnya BAZNAS Kabupaten Gresik telah sukses mencapai target pengumpulan dana maka ia percaya diri untuk menentukan target 5 milyar ini.

Dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga pengelola zakat, maka sasaran sosialisasi BAZNAS Kabupaten Gresik adalah PNS dan Masyarakat umum, walaupun sejatinya BAZNAS Kabupaten Gresik memang dikhususkan untuk PNS, namun BAZNAS Kabupaten Gresik ingin menyeimbangkan antara keduanya. maka dari itu BAZNAS membuat rencana atau planning untuk sampai pada tujuan utamanya yaitu meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat.

Sasaran penggalian sumber dana BAZNAS Kabupaten Gresik selama ini adalah mengacu pada surat edaran dari Bupati yang berisi gerakan infaq bulanan dan gerakan zakat profesi. Surat edaran ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditujukan kepada Pegawai Negri/ BUMN/BUMD, dan seluruh SKPD kota Gresik.

Selain berasal dari kalangan pegawai negeri/ BUMN/BUMD, dan seluruh SKPD kota Gresik, potensi penghimpunan dana zakat yang besar juga berasal dari perusahaan-perusahaan swasta yang ada di kota Gresik, dan masyarakat umum.

Selama ini perencanaan kegiatan sosialisasi sudah matang, namun dilihat dari banyaknya progam sosialisasi yang dilakukan sebagian besar sosialisasi ini di tujukan kepada PNS, sedangkan porsi sosialisasi di kalangan masyarakat umum belum tampak keaktifanya. Hal ini bisa dilihat bahwasanya sosialisasi yang berbentuk ceramah, penyuluhan, audiensi hanya dilakukan di kalangan PNS, sedangkan untuk masyarakat umum sangat jarang karena sosilaisasi di masyarakat dilakukan hanya atas permintaan.

Sosialisasi yang di tujukan kepada masyarakat umum berupa media cetak seperti brosur, banner, MZS (menghitung Zakat Sendiri) dan umbul-umbul BAZNAS yang mana pengaruhnya tidak sebesar sosilalisasi yang berbentuk tatap muka. Bahkan majalah pun hanya disebar di kalangan SKPD dan UPZ yang sudah mengenal BAZNAS Kabupaten Gresik, maka tidak heran jika masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui BAZNAS Kabupaten Gresik.

Perencanaan sosialisasi di BAZNAS Kabupaten Gresik lebih dominan dilakukan di kalangan PNS, maka secara tidak langsung,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perencanaan ini kurang sesuai dengan visi sosialisasi yang ditetapkan oleh BAZNAS Kabupaten Gresik sendiri yaitu meningkatkan kesadaran masyarakat Gresik dalam berzakat. Jika Visinya meningkatkan kesadaran di masyarakat maka sosialisasi juga dilakukan secara merata dikalangan masyarakat. Bagaimana bisa membangkitkan kesadaran mereka untuk berzakat, sedangkan sosialisasi di tengah-tengah mereka jarang dilakukan.

Maka perencanaan sosialisasi ini masih belum menggambarkan perencanaan dengan konsep yang matang seperti yang digambarkan oleh Maringan Masri Simbolon yang mendefenisikan perencanaan sebagai keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang terhadap sesuatu yang akan dikerjakan di masa yang akan datang.[1]

Setiap perencanaan sudah memuat informasi yang membuat mereka memahami akan pentingnya zakat, dan pengenalan program-program BAZNAS Kabupaten Gresik. Hal ini sesuai dengan misi BAZNAS Kabupaten Gresik.

Waktu pelaksanaan sosialisasi ditentukan ketika rapat tahunan, tetapi kebanyakan waktu pelaksanaan ini ditetapkan secara kondisional. Maksudnya adalah tanggal dan tempat kegiatan sosialisasi tersebut ditentukan seiring berjalananya rapat bulanan dan mingguan. Hal ini disebabkan karena ketika melaksanakan kunjungan ke sebuah instansi, pihak BAZNAS tidak bisa menentukan sendiri waktu pelaksanaanya, karena ini menyangkut dua belah pihak. Jadi memang harus ada

[1] Maringan Masri Simbolon, *Dasar-dasar Administrasi dan Manajemen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia 2004), 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

musyawarah antara kedua belah pihak untuk menentukan waktu bersosialisasi.

Bentuk sosialisasi selain audiensi dan silaturahim, kebanyakan dilakukan ketika menjelang bulan Ramadan. Menurut Bapak Khalik, selaku devisi pengumpulan, Ramadan adalah bulan panenya lembaga-lembaga zakat.[2] namun pengeluaran zakat mal tidak terikat pada bulan Ramadan , karena batas pengeluaran zakat mal itu terhitung ketika harta seseorang sudah mencapai nisab dan sudah mencapai satu tahun. Jadi ketika mencapai nisabnya itu di luar bulan Ramadan dan utuh selama satu tahun, maka tentu saja ia harus mengeluarkan zakatnya waktu itu juga tanpa menunggu bulan Ramadan tiba. Maka hal ini perlu dipertimbangkan oleh BAZNAS Kabupaten Gresik bagaimana cara mensiasati hal ini.

Sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat secara umum bukan dalam bentuk penyuluhan ataupun ceramah namun sosialisasi yang dibarengi dengan kegiatan lain seperti Couling (counter keliling). Couling ini merupakan Program sosialisasi BAZNAS Kabupaten Gresik yang ingin memperkenalkan Program Gresik Sehat kepada masyarakat.

Dana yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi ini diambil dari dana amil, amil memiliki jatah sebesar 12,5%. sekitar 2% dari dana tersebut, digunakan untuk sosialisasi, walaupun 2% itu kelihatanya sedikit, namun jika 2 % dari 5 milyar adalah 100 juta maka ini

[2] Abdul Kholiq, S.Pd.I, *Wawancara*, Bagian Pengumpulan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Gresik pada tanggal 10 Mei 2017 pukul 14.00 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan jumlah yang lebih dari cukup untuk melaksanakan sosialisasi dalam satu tahun.

Dari penjelasan diatas, penulis menilai perencanaan sosialisasi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik sejalan dengan perencanaan sosialisasi yang disebut oleh Noeng Muhadjir yang mana dalam perencanaan, ada beberapa hal yang perlu direncanakan yaitu tujuan, target sosialisasi, sasaran sosialisasi, waktu sosialisasi dan pelaksanaan sosialisasi.[3]

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Dalam Pengorganisasian sosialisasi, BAZNAS Kabupaten Gresik tidak mempunyai divisi khusus yang menangani sosialisasi, karena sosialisasi masuk dalam bagian Fundrising, maka semua kegiatan sosialisasi di tangani oleh devisi Fundrising. Padahal jika dilihat dari baik atau tidaknya suatu organisasi, memang harus terdapat bagian khusus yang menangani sosialisasi seperti tim marketing atau tim penyuluh zakat. agar tugas pengumpul dana dan pelaksana sosialisasi bisa berjalan maksimal. Karena pengorganisasian adalah spesialisasi kerja. [4] Direktorat Pemberdayaan zaat juga telah menuliskan bahwa pengelolaan zakat dapat dilakukan secara professional jika sebuah lembaga memiliki tim marketing yang handal, kreatif, inofatif dan powerful serta mampu

[3] Noeng Muhadjir, *Wahyu dalam Paradigma Penelitian Ilmiah Pluralsme Metodologic*,(Jakarta: Grafindo, 1989) 61

[4] M. Munir Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2009), 121

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan terobosan.[5] Maka ada baiknya jika BAZNAS memiliki tim marketing khusus untuk menangani sosialisasi ini.

Salah satu tugas BAZNAS dalam pengorganisasian adalah pemilihan tokoh penceramah atau pembicara. Dalam hal ini BAZNAS sudah sangat tepat dalam memilih seseorang yang ditunjuk sebagai penceramah, BAZNAS memberikan amanah tersebut kepada Bapak Moch Qosim sebagai ketua umum BAZNAS. Sebagai pimpinan, beliau memiliki keterampilan yang mumpuni serta dapat memberikan pengaruh besar kepada para pengikutnya secara tidak langsung karena beliau adalah seorang umara.hal ini sesuai criteria da'I yang ditulis oleh Wahyu Ilaihi bahwa komunikator dalam dakwah secara khusu adalahh mereka yang mengambil keahlian khusus (*mutakhassis*) dalam bidang agama islam yang dikenal dengan panggilan ulama.[6]

Ceramah sendiri adalah metode penyampaian informasi atau pesan-pesan dengan menggunakan lisan/verbal kepada para pendengarnya. Bukan hanya Bapak Moch. Qosim yang ditunjuk untuk menjadi pembicara, Bapak Muhtadin S. H.I selaku Kepala Kantor dan Bapak Abdul Kholiq selaku bagian Fundrising juga memiliki keterampilan tersebut. Karena dalam penyampaian informasi, agar dapat diterima dengan mudah oleh pendengarnya harus mempunyai syarat-syarat antara lain: harus menguasai permasalahan yang akan disampaikan, harus mempunyai pengetahuan yang luas berkaitan masalah zakat dan pekerjaan

[5] Depag, Membangun Prespektif Pengelolaan Zakat Nasional, (Direktorat Pemberdayaan Zakat:2013), 39
[6] Wahyu Ilaihi Komunikasi Dakwah, (Bandung Rosdakarya, 2010), 78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

objek sosialisasi, harus menguasai bahasa yang dipergunakan masyarakat di daerah dilakukanya sosialisasi dan memahami ilmu jiwa sosial.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat dalam konteks Manajemen ZIS itu berkaitan erat dengan *fundrising*, yang mana *fundrising* dalam memenuhi tugasnya dibutuhkan kegiatan marketing atau pemasaran. Standar yang digunakan oleh Kemenag (Kementrian Agama) dalam melakukan pemasaran atau sosialisasi mengikuti pola yang mengandung unsur-unsur yang tergabung dalam *Integrated marketing Comunication.*

Adapun unsur-unsur *integrated marketing Comunication* adalah sebagai berikut: [7]

a. Perencanaan integrasi
b. Periklanan baik melalui media cetak atau elektronik
c. Hubungan masyarakat atau disebut dengan *Public Relation* (PR)
d. Pesan Langsung *atau Direct mail*.
e. *Sponsorship*.
f. Desain
g. Pameran dan seminar.
h. Komunikasi elektronik.
i. Presentasi dan *marketing tool*.
j. Memanfaatkan moment dan media.

[7] Departemen Agama, *Membangun Prespektif Pengelolaan Zakat Nasional*, (Direktorat Pemberdayaan Zakat: 2013), 39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan BAZNAS sangat banyak ragamnya, oleh karena itu dalam melihat apakah ia sudah sesuai dengan apa yang dijadikan standar oleh Kemenag dalam melakukan kegiatan sosialisasi maka berikut penulis uraikan pelaksanaan sosialsisasi dalam beberapa sub bagian antara lain:

a. Penyuluhan/ Audiensi

Penyuluhan atau audiensi merupakan bentuk sosialisasi dengan pertemuan langsung antara si penyuluh dan penerima informasi. Pertemuan secara langsung sangat efektif untuk menciptakan kesepahaman dan mengurangi resiko terjadinya kesalahpahaman atau miskomunikasi antara penyampai informasi dan penerima informasi.

Jika informasi tersebut menggunakan media lain mungkin akan menimbulkan pertanyaan di benak penerima informasi tentang, apa, bagaimana, kapan dsb. sedangkan mereka tidak akan menemukan jawaban dari semua itu dan mungkin akan muncul kesalah pahamaan antara pemberi informasi dan penerima informasi.

Oleh karena itu pertemuan langsung sangat memberikan pengaruh yang berarti karena dari sana bisa terjadi diskusi, pertukaran pikiran, argumen dan bisa menjawab secara langsung apa yang menjadi pertanyaan di benak masyarakat.

Hal ini sejalan dengan Muhamad Hasan yang menyatakan bahwa tatap muka adalah metode sosialisasi yang lazim dilakukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena tatap muka adalah kegiatatan memberikan motivasi dengan cara berhadapan muka secara langsung antara penyuluh dan peserta penyuluh dengan pesan tertentu. Karena persoalan zakat ini adalah permasalahan yang sangat kompleks, disebabkan adanya bebagai pendapat yang telah berkembang sepanjang sejarah hukum.[8]

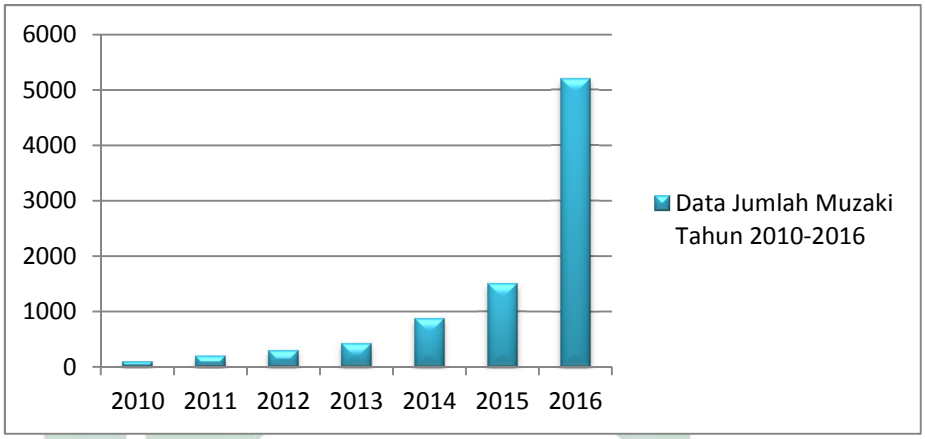
Audiensi yang dilakukan BAZNAS ke SKPD dan pekerja professional selama ini selalu menjadi rutinitas BAZNAS Kabupaten Gresik dan dari audiensi ini, hampir semua SKPD yang sudah dikunjungi oleh BAZNAS Kabupaten Gresik menyalurkan zakatnya di BAZNAS Kabupaten Gresik. Karena ketika bersosialisasi ke setiap SKPD tersebut, mereka mengantongi surat Edaran dari wakil bupati yang berisi tentang gerakan berinfaq dan zakat profesi. Dari 64 SKPD yang dikunjungi BAZNAS Kabupaten Gresik hanya dua yang belum menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS yaitu Polres (Polisi Resor) dan Dandim (Komandan Distrik Militer)

Kepercayaan masyarakat Gresik kepada BAZNAS Kabupaten Gresik meningkat setiap tahunya, hal ini bisa dilihat pada data BAZNAS Kabupaten Gresik dimana yang paling rendah adalah pada tahun 2010 dimana muzaki hanya berjumlah 100 orang kemudian mengalami kenaikan sampai pada tahun 2016.

[8] Muhamad Hasan, Manajemen Zakat: Model Pengelolaan yang efektif (Yogjakarta: Idea Press, 2011), 64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.1
Data Jumlah Muzaki Tahun 2010-2016



Dari table di atas bisa kita lihat bahwasanya peningkatan muzaki dari tahun 2015 ke 2016 meningkat sangat signifikan. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut dilaksanakan sosialisasi yang berbentuk audiensi ke Dinas Pendidikan, dan setelah sosialisasi tersebut dilaksanakan, 62 sekolah menyalurkan zakatnya ke BAZNAS Kabupaten Gresik.

Audiensi tidak hanya dilakukan di lingkup SKPD, BAZNAS Kabupaten Gresik juga melakukan audiensi ke sekolah-sekolah dan perusahaan. Dari 100 perusahaan yang dikunjungi BAZNAS Kabupaten Gresik untuk audiensi pada tahun 2015, ada 5 perusahaan mempercayakan Zakatnya untuk dikelola oleh BAZNAS. sedangkan yang lainya bersedia memberikan infak dan sedekah saja. Adapun 5 perusahaan tersebut adalah:

1. PT Gresik Migas berzakat senilai Rp. 1.273.969.976,-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bank Jatim Cab Gresik berzakat senilai 3.994.500,-
3. PT Tri Jaya Graha Sentosa Abadi berzakat senilai Rp. 20.000.000,-
4. PT Tulen Graha Amerta berzakat senilai Rp. 10.000.000,-
5. BDI Job Pert Petro China East Java berzakat senilai Rp. 5.603.040,-

Ketika menginjak tahun 2016, Perusahaan yang menyalurkan Zakat menurun dan hanya dua perusahaan yang tetap menyalurkan zakatnya yaitu PT Tulen Graha Amerta, senilai Rp 10.000.000,- dan PT Gresik Migas senilai Rp. 3.895.000,- hal Ini menandakan bahwa BAZNAS Kabupaten Gresik kurang mampu untuk mempertahankan muzaki. Jika saja sosialisasi yang berbentuk silaturahmi ke setiap SKPD juga di terapkan di setiap Perusahaan, dan komunikasi diantara mereka terjaga, maka penurunan muzaki ini akan bisa dihindari.

Selain ke perusahaan-perusahaan yang berkembang, sosialisasi juga dilaksanakan di masyarakat umum, dalam hal ini BAZNAS Kabupaten Gresik merencanakan sosialisasi zakat mal ke beberapa masjid di kota Gresik. Sekitar 10 UPZ yang sudah terbentuk di masjid- masjid tersebut mereka bertugas melaporkan zakat yang diperoleh dari masyarakat setiap tahun dan biasanya pada bulan Ramadan.

b. Sosialisasi melalui media cetak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sosialaisasi zakat mal yang dilakukan BAZNAS melalui media cetak juga sudah bagus, BAZNAS memiliki majalah Tazkiyah yang terbit tiap triwulan yang disebarkan ke tiap-tiap SKPD walaupun pembagianya tidak ke setiap orang, setidaknya satu sudah mewakili untuk memberikan informasi kegiatan apa saja yang telah dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik sehingga bisa diasumsikan bahwa semua PNS di lingkup kota Gresik telah mengetahui bagaimana BAZNAS Kabupaten Gresik mengelola zakatnya dan kemana saja didistribusikan.

Penyebaran pamphlet, brosur dan banner juga sudah sering dilakukan. diharapkan dengan ini para muzaki semakin yakin terhadap sasaran zakat yang telah mereka keluarkan. Brosur MZS (Menghitung Zakat Sendiri) disebar setiap kali sosialisasi dilakukan.

Cetak dan pengiriman proposal dilakukan BAZNAS baik di bulan Ramadan ataupun di luar bulan Ramadan. Dari 100 perusahaan yang dikunjungi BAZNAS Kabupaten Gresik untuk pengiriman proposal, 55 perusahaan yang menyalurkan dana infak kepada BAZNAS Kabupaten Gresik pada bulan Ramadan dan 6 perusahaan yang rutin menyalurkan infak tiap bulan. Sedangkan yang menyalurkan dana zakat dikarenakan pengiriman proposal masih belum ada.

Ketika sosialisasi dilakukan, MZS ini selalu di bagikan kepada setiap peserta sosialisasi, dengan harapan akan ada seorang dermawan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang percaya kepada BAZNAS Kabupaten Gresik untuk mengelola dana zakatnya. Namun sayangnya, ketika acara sosialisasi ini sudah selesai, brosur MZS ini seakan-akan tidak berharga bahkan dapat ditemukan di tempat yang kurang pantas, padahal didalamnya terdapat ayat al-quran. maka dari itu sebaiknya ketika acara sosialisasi selesai, pihak BAZNAS Kabupaten Gresik menghimbau kepada para peserta agar mengembalikan brosur MZS ke pihak BAZNAS. Baik ia yang berniat menyalurkan dana atau tidak, yang pasti brosur tersebut kembali dengan selamat jika memang tidak digunakan, dan bisa disebarkan kembali ketika kegiatan sosialisasi berlangsung. Karena mencetak brosur sekecil apapun juga membutuhkan biaya. Dan biaya ini juga bukan uang sembarangan. Karena ini juga merupakan amanat umat yang harus dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

c. Sosialisasi melalui media elektronik

Sosialisasi yang dilakukan melalui media elektronik juga sudah pernah dikakukan oleh BAZNAS Kabupaten Gresik namun belum berjalan maksimal, mengingat mahalnya biaya siaran melalui dua alat elektronik tersebut, pernah sekali melakukan diskusi di salah satu stasiun televisi TV9 dan biaya siaran dalam waktu 30 menit saja sudah harus mengeluarkan biaya 5 juta, mengingat biaya dan efektifitasnya tidak sebanding, maka siaran TV ini tidak dilakukan lagi, dan beralih ke media sosialisasi lainya yang memiliki pengaruh yang lebih efektif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan sosialisasi melalui radio dilaksanakan setahun sekali yaitu ketika bulan Ramadan di salah satu stasiun radio Gresik yag terkenal yaiu Swara Giri FM. Nampakya hal in kurang efektif sebagaimana yang kia tahu tidak banyak orang yang mendengarkan radio akhir-akhir ini. mereka lebih memilih menonton televisi atau membuka situs melalui internet.

d. Peran Pemda Kota Gresik

Adaya intervensi para pemimpin memberikan pengaruh yang signifikan kepada para pengikutnya. Adapun bentuk intervensi tersebut adalah dengan mengeluarkan surat edaran No 450/38/437.13/2012 mengenai zakat profesi kepada seluruh pegawai PNS yang berada di lingkungan SKPD, selain itu juga mengeluarkan surat edaran No 451/38/437.13/2015 mengenai gerakan infak bulanan. Kegiatan ini sudah berjalan dengan efektif dan sangat berpengaruh dalam mendapatkan kepercayaan muzaki dalam membayarkan zakat di BAZNAS buktinya sebelum adanya surat edaran ini pendapatan zakat yang diperoleh BAZNAS sebesar Rp.777.583.549 dan setelah ada edaran tersebut meningkat menjadi Rp.1.980.412.882.[9] hal ini membuktikan surat edaran ini sangat efektif untuk meningkatkan kepercayaan muzaki dalam menyalurkan dananya di BAZNAS Kabupaten Gresik. Namun metode ini hanya efektif dikalangan PNS

[9] BAZNAS Kabupaten Gresik, Tazkiyah, 6 November 2016, 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saja, sedangkan belum ada media sosialisasi yang efektif se-efektifnya metode ini dikalangan masyarakat umum.

Kegiatan sosialisasi ini sudah sangat membumi di kalangan PNS. Hal ini terbukti dengan banyaknya PNS yang sudah mengetahui BAZNAS Kabupaten Gresik dan program-progamnya. BAZNAS Kabupaten Gresik memang sudah akrab di telinga mereka karena BAZNAS Kabupaten Gresik juga sering melaksanakan kunjungan silaturahim dengan mereka. namun sosialisasi yang dilaksanakan ke masyarakat secara umum dirasa masih sangat kurang, hal ini terbukti dengan ketidaktahuan beberapa orang mengenai BAZNAS Kabupaten Gresik, mereka juga tidak tahu dimana kantornya, dan apa saja program BAZNAS Kabupaten Gresik, Sehingga sosialisasi dikalangan masyarakat perlu ditingkatkan, dan diperluas jangkauanya.

Melihat pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik diatas, penulis menemukan bahwa model sosialisasi yang digunakan BAZNAS Kabupaten Gresik sudah sesuai dengan standar yang menjadi acuan Kemenag dalam mensosialisasikan zakat. namun memang ada satu poin yang masih belum dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik sampai saat ini yaitu seminar. Mengingat keterbatasan waktu dan tenaga. namun BAZNAS Kabupaten Gresik akan merencanakan sosialisasi yang berbentuk seminar ini di tahun yang akan datang. Sehingga jika seminar ini dilakukan, maka lengkaplah 10 unsur *Integrated Marketing Comunication* diatas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Pengontrolan (*Controlling*)

Pengontrolan yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik melalui 3 hal yaitu Monitoring, Evaluasi dan Penasehat. Dalam pelaksanaan Fundrising BAZNAS Kabupaten Gresik telah memiliki Standar operasional (SOP) namun dalam kegiatan sosialisasi, BAZNAS Kabupaten Gresik masih belum memiliki standar pelaksanaan sosialisasi, padahal proses *controlling* ini bisa dikatakan efektif jika memiliki pengukuran proses riil. [10] Karena Pengukuran proses riil ini merupakan salah satu unsur pengendalian yang efektif untuk mengkur penyimpangan dari prestasi yang direncanakan.

Monitoring di BAZNAS Kabupaten Gresik berjalan harian, sedangkan evaluasi dilakukan secara berkala dari mingguan sampai tahunan dengan menggunakan laporan pertanggung jawaban. Oleh karena itu, pengawasan bisa terlaksana secara efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan teori Ernie Trisnawati yang menyatakan bahwa pengendalian adalah proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan di implementasikan bisa berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.[11]

[10] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2009), 167
[11] Ernie Trisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Hambatan-Hambatan Dalam Manajemen Sosialisasi Zakat Mal di BAZNAS Kabupaten Gresik

Selama menjalankan kegiatan sosialisasi ini, BAZNAS Kabupaten Gresik tidak selamanya berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan karena di sana terdapat banyak hambatan yang kerap kali ditemui saat bersosialisasi dengan masyarakat. Berikut ini adalah beberapa hambatan yang ditemukan ketika menjalankan kegiatan sosialisasi:

1. Penentuan waktu kegiatan sosialisasi

   Dalam sebuah perencanaan, penentuan waktu kegiatan sangatlah penting, karena tanpa adanya waktu yang tepat maka target tidak akan bisa dicapai dengan tepat waktu, BAZNAS Kabupaten Gresik telah merencanakan waktu kegiatan sosialisasi ketika rapat tahunan, namun kebanyakan waktu pelaksanaan ini ditetapkan secara kondisional. Maksudnya adalah penentuan tanggal dan tempat kegiatan sosialisasi tergantung situasi dan kondisi. Namun hal tersebut ditentukan seiring berjalananya rapat bulanan dan mingguan. Hal ini disebabkan karena ketika melaksanakan kunjungan ke sebuah instansi, pihak BAZNAS Kabupaten Gresik tidak bisa menentukan sendiri waktu pelaksanaanya, karena ini menyangkut dua belah pihak. Jadi memang harus ada koordinasi antara kedua belah pihak untuk menentukan waktu bersosialisasi.

   Kendala ini bisa ditemukan ketika ada salah satu pihak yang membatalakan perjanjianya untuk diadakan sosialisasi ke lembaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut, maka dalam hal ini BAZNAS harus menjadwal ulang kegiatan sosialisasi. sehingga terkadang membuat agenda BAZNAS yang lain mundur dari jadwal yang telah ditentukan.

Adakalanya BAZNAS tidak menjadwal ulang kegiatan sosialisasi tersebut apabila masih memungkinkan untuk dilaksanakan. Maka dengan kondisi seperti ini, para amil tetap menjalankan kegiatan sosialisasi dengan lembaga terkait, walaupun dengan beberapa pihak saja karena janji tetap harus ditepati.

Maka hambatan yang seperti ini merupakan hambatan eksternal yang dihadapi BAZNAS kabupaten Gresik, seperti yang dikatakan oleh yayat bahwasanya hambatan yang kedua adalah perlawanan yang terdapat diluar rencana yaitu keengganan dan menolak rencana yang membawa perubahan dalam organisasi.[12]

Ada dua cara yang dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam perencanaan yang efektif. Pertama adalah membantu individu menetapkan sasaran. Para manajer yang tidak memiliki pengetahuan terhadap organisasi atau lingkungan eksternalnya, memerlukan bantuan dalam mengembangkan sistem informasi yang baik. Bantuan dapat berupa program pengembangan manajemen dalam perusahaan untuk membantu dalam mengadakan hubungan informal dengan orang-orang dari berbagai departemen, divisi, dan lokasi.

[12] Yayat M. Herujito, *dasar-dasar manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo , 2001), 97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kedua, mengatasi perlawanan terhadap perubahan. Untuk mengatasinya dapat dilakukan dengan cara melibatkan para kayawan yang akan terkena pengaruh dalam proses perencanaan . kemudian dengan memberikan banyak informasi kepada para karyawan tentang rencana dan kemungkinan akibat-akibatnya. Selain itu dengan menyadari dampak dari perubahan perubahan yang diusulkan terhadap para anggota organisasi dan memperkecil gangguan yang tidak perlu. [13]

Maka dalam hal ini BAZNAS kabupaten Gresik dapat menentukan bulan dan tanggal kegiatan sosialisasi ketika rapat tahunan dan mengkonfirmasikan dengan lembaga terkait, walaupun tidak semua lembaga bisa memenuhi perencanaan tersebut. Namun setidaknya tidak membiarkan perencanaan secara kondisional, karena perencanaan yang kondisional ditakutkan tidak bisa tepat pelaksanaanya. Dengan membangun sistem informasi antara lembaga yang akan didatangi dan memperhitungkan resiko bila kemungkinan pembatalan sepihak akan membuat BAZNAS kabupaten Gresik lebih siap merencanakan kembali waktu kegiatan sosialisasi.

2. Lingkungan

Dalam ilmu manajemen komunikasi hambatan yang disebabkan karena faktor lingkungan disebut juga dengan hambatan ekologis. Faktor ekologis yang menyebabkan kegiatan sosialisasi kurang direspon di masyarakat adalah karena di sekitar lingkungan mereka masih banyak

[13] http://pksm.mercubuana.ac.id/new/elearning/files_modul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mustahik yang berhak menerima, sehingga mereka menyalurkan zakatnya sendiri ke tetangganya. Karena mereka juga berfikiran jika menyalurkan dana melalui BAZNAS, tetangganya tidak terdeteksi oleh BAZNAS sehingga ia tidak menerima dana Zakat tersebut. Sehingga mereka lebih tentram untuk menyalurkanya sendiri.

Selain itu masyarakat yang tidak menyalurkan dananya melalui BAZNAS Kabupaten Gresik, karena di dekat tempat mereka tinggal sudah banyak ditemukan lembaga-lembaga zakat lainya yang usianya melebihi usia BAZNAS sehingga mereka lebih percaya kepada lembaga tersebut karena pengalamanya yang lebih dalam mengelola zakat.

Selain lingkungan yang bersifat nyata, ada juga hambatan karena faktor lingkungan atau kelompok yang bersifat abstrak yaitu lingkungan atau golongan yang pro dengan pemerintah dan golongan yang kontra dengan pemerintah. Hal ini juga merupakan kendala bagi BAZNAS Kabupaten Gresik dalam pelaksanaan sosialisasi.

Ketika kegiatan sosialisasi dilakukan, terdapat beberapa daerah yang fanatik politik, sehingga daerah-daerah yang tidak pro dengan walikota yang saat ini menjabat, enggan untuk menerima sosialisasi yang disampaikan BAZNAS Kabupaten Gresik, walaupun memang BAZNAS Kabupaten Gresik adalah lembaga di bawah pemerintah, namun ia terbebas dari kegiatan politik apapun.

Hambatan yang dijelaskan diatas termasuk juga dalam hambatan psiko-sosial (*Psyco-social barriers*), hambatan dilatarbelakangi oleh sifat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

heterogen dari masing-masing orang yang disebabkan oleh latar belakang, presepsi, nilai-nilai kecenderungan, kebutuhan serta harapan yang berbeda. [14]

Dari pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik dapat diambil pelajaran bahwa sebelum terjun ke lokasi ada baiknya melakukan survey terlebih dahulu dengan pimpinan instansi tersebut, apakah mereka mempunyai presepsi yang sama atau tidak, serta memberikan informasi bahwa apa yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik terlepas dari kegiatan politik apapun, karena tujuan utama BAZNAS Kabupaten Gresik bukan untuk mensukseskan politik, namun sebagai sarana penyejahtera umat.

Jika langkah ini dilakukan maka tidak akan menimbulkan kekagetan bagi masyarakat yang belum mengenal BAZNAS Kabupaten Gresik. Disamping itu diperlukan adanya diskusi untuk menyamakan presepsi antar tim BAZNAS Kabupaten Gresik sebelum pergi bersosialisasi. Hal ini diperlukan untuk membentuk sikap dan opini yang seragam dalam menghadapi calon muzaki sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman.

3. *Maintanance*

Maintanance adalah adalah upaya lembaga zakat untuk senantiasa menjalin hubungan baik dengan donatur dan muzaki.[15] tidak ada yang

[14] M. Munir, Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2006), 165
[15] http://artikel-bowo.blogspot.co.id/2011/12/penelitian-fundrising-zakat.html?m=1 diakses 12 April 2017, 20.38 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain yang diharapkan dalam menjalin hubungan baik ini kecuali adanya donatur dan muzaki yang loyal pada BAZNAS Kabupaten Gresik.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Gresik ini bukan hanya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat. namun juga untuk mengingatkan masyarakat muslim untuk selalu menjaga pelaksanaan rukun islam yang ketiga ini. bentuk pengingat tersebut banyak ragamnya dari silaturahim ke setiap SKPD sampai dengan banner-banner yang di pasang di tempat-tempat umum.

Untuk menjaga hubungan baik antara BAZNAS dan Muzaki, BAZNAS melakukan silaturahim ke SKPD secara rutin. Namun hal ini masih belum diterapkan di perusahaan-perusahaan sehingga ketika sosialisasi yang pertama kali dilakukan, mereka membayarkan zakatnya melalui BAZNAS, namun setelah sosialisasi tidak dilakukan lagi, maka mereka juga tidak menyalurkan dana zakatnya lagi.

Pada tahun 2015, terdapat 5 perusahaan mempercayakan Zakatnya untuk dikelola oleh BAZNAS yaitu PT Gresik Migas, Bank Jatim Cab Gresik, PT Tri Jaya Graha Sentosa Abadi, PT Tulen Graha Amerta, BDI Job Pert Petro China East Java. Namun pada tahun berikutnya 2016, Perusahaan yang menyalurkan Zakat menurun menjadi dua perusahaan yang tetap menyalurkan zakatnya yaitu PT Gresik Migas, PT Tulen Graha Amerta, hal Ini menandakan bahwa salah satu hambatan yang dihadapi BAZNAS adalah bagaimana menjaga hubungan baik dan mempertahankan muzaki. Jika saja sosialisasi yang berbentuk silaturahmi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ke setiap SKPD juga di terapkan di setiap Perusahaan, dan komunikasi diantara mereka terjaga, maka penurunan muzaki ini akan bisa dihindari.

Walaupun jumlah muzaki mengalami peningkatan setiap tahun, namun peningkatan kepercayaan masyarakat non PNS masih sangat minim. hal ini dapat di tunjukan pada tingkat penurunan yang sangat tajam muzaki yang berasal dari Perusahaan.

Tabel 4.2
Data Perolehan Zakat dari PNS dan Perusahaan[16]

Tahun	Zakat Personal (PNS)	Zakat Perusahaan
2015	780 .871.150,-	1.309.573.016,-
2016	1.434.173.974,-	10.000.000,-

Jika kegiatan sosialisasi yag berupa silaturahim ini terus menerus dilakukan maka tidak menutup kemungkinan bahwa BAZNAS Kabupaten Gresik bisa dapat mempertahankan muzaki dan membangun kepercayaan masyarakat sehingga bisa mencapai target presentase wajib zakat di kota Gresik.

Dari Hasil penelitian diatas, kita dapat mengetahui bahwasanya BAZNAS Kabupaten Gresik sudah sangat maksimal untuk melakukan sosialisasi di kalangan masyarakat baik PNS maupun non PNS, namun hambatan pasti ada di setiap kegiatan karena hidup tidak akan bebas dari resiko, apalagi dalam sosialisasi zakat.

Jika sosialisasi di kalangan PNS kekuatanya bersumber dari surat edaran zakat profesi yang dikeluarkan oleh wakil bupati, sehingga membuat

[16] Baznas Kabupaten Gresik, Laporan pertanggungjawaban BAZNAS Kabupaten Gresik 2015-20016, Gresik, 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAZNAS Kabupaten Gresik lebih mudah untuk menjaring Zakat di kalangan Pegawai Negeri Sipil, namun di masyarakat umum, BAZNAS belum mempunyai power sekuat surat edaran yag berlaku di kalangan PNS.

Walaupun seperti itu kondisinya lembaga zakat yang ada di luar BAZNAS Kabupaten Gresik juga sangat banyak, tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat sudah menyalurkan zakatnya melalui lembaga tersebut. Sehingga BAZNAS Kabupaten Gresik bisa tetap fokus untuk menjaring dana dari para PNS dan selalu optimis untuk mensosialisasikan zakat kepada masyarakat umum. sedangkan Lembaga zakat yang bukan pemerintah, bisa menfokuskan pengumpulan dananya di masyarakat umum,

Jika keduanya bersinergi untuk memaksimalkan zakat dari PNS dan masyarakat umum, maka target yang akan dicapai dalam pemgumpulan dana akan tercapai secara maksimal. Sehingga peran lembaga zakat pemerintah dan swasta bisa bersama-sama membangun kesejahteraan masyarakat Gresik seluruhnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id