BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini umat Islam lebih sering dipandang sebelah mata dalam menghadapi problem ekonomi karena kemampuannya yang dianggap tidak representif dalam membangun kekuatan ekonomi. Dalam membangun fundamen ekonomi bangsa tidak dapat dilepaskan dari kemampuan umat untuk menemukan strateginya agar keluar dari keterpurukan ekonomi.

Zakat sebagai satu bagian dari rukun Islam merupakan salah satu pilar dalam membangun perekonomian umat. Dengan demikian, salah satu alternatif dalam memecahkan masalah untuk keluar dari kemiskinan adalah dengan optimalisasi pengelolaan dana zakat secara amanah dan komprehensif, karena zakat merupakan dana umat yang kepentingannya untuk maslahah bersama.

Selain itu, zakat juga merupakan salah satu dari lima nilai instrumental yang strategis dan sangat berpengaruh pada tingkah laku ekonomi manusia dan masyarakat serta pembangunan ekonomi umumnya.[1] Tujuan zakat tidak sekedar menyantuni orang miskin secara konsumtif,

[1] Ahmad M. Saefuddin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Prespektif Islam* (Jakarta: CV. Rajawali, 1987), 71

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

tetapi mempunyai tujuan yang lebih permanen yaitu mengentaskan kemiskinan.[2]

Zakat, Infaq dan Sadaqah (ZIS) merupakan ibadah yang tidak hanya berhubungan dengan nilai ketuhanan saja, namun berkaitan juga dengan hubungan kemanusiaan yang bernilai sosial (maliyah ijtima'iyyah). ZIS memiliki manfaat yang sangat penting dan strategis dilihat dari sudut pandang ajaran Islam maupun dari aspek pembangunan kesejahteraan umat. Hal ini telah dibuktikan dalam sejarah perkembangan Islam yang diawali sejak masa kepemimpinan Rasululah SAW. Zakat telah menjadi sumber pendapatan keuangan negara yang memiliki peranan sangat penting antara lain sebagai sarana pengembangan agama Islam, pengembangan dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan, pengembangan infrastruktur dan penyediaan layanan bantuan untuk kepentingan kesejahteraan sosial masyarakat yang kurang mampu seperti fakir miskin serta bantuan lainnya.

Sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat di Indonesia yang masih membutuhkan berbagai macam layanan bantuan, namun masih kesulitan dalam memperoleh layanan bantuan tersebut guna meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

Dilihat dari fenomena itulah, Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam sebenarnya memiliki potensi yang strategis dan sangat layak untuk dikembangkan dalam menggerakkan perekonomian negara. Melalui penggunaan salah satu instrumen pemerataan pendapatan, yaitu

---

[2] Abdurrachman Qadir, *Zakat (Dalam Dimensi Mahdah dan Sosial)* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001), 83-84

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

institusi zakat, infaq dan sadaqah (ZIS), di mana zakat, infaq dan shadaqah, selain sebagai ibadah dan kewajiban juga telah mengakar kuat sebagai tradisi dalam kehidupan masyarakat Islam.

Tentunya potensi yang sangat besar ini dapat dijadikan sebagai upaya bagi pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama kelompok masyarakat kurang mampu. Pada dasarnya suatu zakat memang bisa disalurkan secara langsung kepada personal (*mustahiq* zakat), namun, zakat akan memiliki implikasi yang lebih baik apabila zakat dikelola oleh suatu lembaga, baik lembaga tersebut didirikan oleh pemerintah maupun kelompok masyarakat. Dalam perspektif nasional, kehadiran badan amil zakat disamping bersifat keagamaan, juga ditempatkan dalam konteks cita-cita bangsa, yaitu membangun masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur. Dengan demikian, melalui lembaga zakat kelompok lemah dan kekurangan tidak lagi merasa khawatir akan kelangsungan hidupnya, karena substansi zakat merupakan mekanisme yang menjamin kelangsungan hidup mereka di tengah masyarakat.

Saat ini pengelolaan zakat telah memasuki era baru, setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Dalam undang-undang tersebut, semua urusan zakat hanya boleh dilakukan badan amil zakat resmi yang dimiliki oleh pemerintah. Dengan pertimbangan luasnya jangkauan dan tersebarnya umat Islam di seluruh wilayah Indonesia serta besarnya tugas dan tanggung jawab BAZNAS dalam mengelola zakat, maka dalam pelaksanaan pengumpulan

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

zakat, pemerintah juga membentuk Baznas Provinsi dan Baznas Kabupaten/Kota.

Sesuai dengan tingkat dan kedudukannya, BAZNAS dapat membentuk Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) pada lembaga negara, kementerian/lembaga pemerintahan non kementerian, badan usaha milik negara, perusahaan swasta nasional dan asing, perwakilan Republik Indonesia di luar negeri, kantor-kantor perwakilan negara asing/lembaga asing, dan masjid-masjid. Selain itu, dalam pelaksanaan pengelolaan zakat masyarakat juga dapat membantu BAZNAS untuk melakukan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat dengan membentuk LAZ.

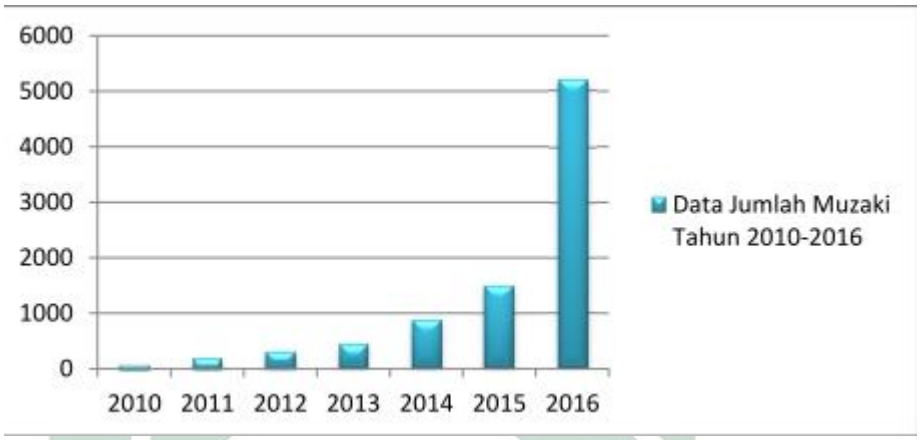
Salah satu dari lembaga zakat yang ada adalah BAZNAS Kabupaten Gresik. BAZNAS Kabupaten Gresik merupakan satu lembaga yang memiliki peran penting dalam pengelolaan serta pendayagunaan zakat. Pemerintah Kabupaten Gresik khususnya pengelola BAZNAS Kabupaten Gresik meyakini akan potensi zakat yang begitu besar, karena mereka menilai bahwa masyarakat kota Gresik yang dikenal sebagai masyarakat santri.

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

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 tabel di atas bisa kita lihat bahwasanya peningkatan muzaki dari tahun 2015 ke 2016 meningkat sangat signifikan.

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

Tabel 4.2[3]

Data Perolehan Zakat dari PNS dan Perusahaan

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

[3] Baznas Kabupaten Gresik, *Laporan Pertanggungjawaban BAZNAS Kabupaten Gresik 2015-2016*, 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

Dalam usaha mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan menumbuh kembangkan ekonomi kerakyatan sebagai pilar ketahanan nasional, maka BAZNAS Kabupaten Gresik mengoptimalkan peran serta masyarakat dalam kepedulian dan kebersamaan demi tercapainya kesejahteraan masyarakat, serta memberikan bantuan kepada anak-anak yatim, fakir miskin dan para *mustahiq* zakat yang lain. Akan tetapi banyak masyarakat khususnya warga Kabupaten Gresik yang belum terbiasa memberikan zakatnya kepada lembaga/yayasan amal yang dikelola pemerintah atau swasta, karena tidak adanya transparansi dalam laporan penyaluran, sehingga masyarakat tidak tahu secara rinci kemana dana tersebut disalurkan serta kurangnya pendekatan dan sosialisasi dari pihak BAZNAZ Gresik kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan beberapa faktor antara lain;

Pertama, jenis zakat yang dihimpun pada umumnya adalah zakat fitrah. Kedua, belum adanya kesadaran kaum muslimin untuk berzakat. Ketiga, kebiasaan masyarakat yang langsung menyalurkan zakat kepada *mustahiq* tanpa perantaraan amil zakat. Keempat, lembaga amil zakat belum dikelola secara profesional dan hanya bekerja pada bulan ramadhan, tidak sepanjang tahun.[4]

Adapun distribusi zakat Kabupaten Gresik ini muncul keinginan supaya zakat tidak hanya disalurkan untuk konsumtif, melainkan juga untuk produktif; disini zakat itu dikelola secara lebih profesional, didayagunakan untuk menciptakan faktor-faktor produksi yang lebih

[4] Ibid., 13

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

banyak dan dikembangkan lebih lanjut sehingga tujuan zakat untuk memberantas kemiskinan dapat berlangsung secara lebih baik. Namun hal itu tidak dapat terjadi jika Baznas tidak melakukan sosialisasi pada masyarakat umum secara lebih intensif dengan melakukan pemasaran modern seperti lembaga/perusahaan komersial lainnya. Selama ini pendekatan dalam pemasaran yang dilakukan oleh Baznas lebih menekankan pada konsep pemasaran transaksional. Pemasaran transaksional merupakan satu konsep pemasaran yang bertujuan untuk memperoleh *muzakki*.

Banyak praktisi akademisi yang mulai menyadari bahwa penekanan yang diberikan dalam aktifitas pemasaran sebaiknya tidak hanya dilakukan pada proses untuk melakukan transaksi saja, namun harus tetap memiliki hubungan dengan pelanggannya. Hal ini yang menjadi dasar konsep pemasaran relasional yang saat ini mulai diterapkan oleh pengelola Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) secara modern supaya berkembang dan memberikan manfaat yang lebih bagi masyarakat.

Pemasaran relational tersebut sudah dapat mendorong timbulnya loyalitas pelanggan, dangan loyalitas pelanggan akan meningkat komitmen *muzakki*, sehingga pemasaran relasional dapat diimplementasikan, dan calon *muzakki* akan termotivasi untuk melaksanakan zakat, oleh karena terlebih dahulu harus diketahui faktor- faktor yang menyebabkan *muzakki* terlibat dalam suatu hubungan amaliyah dengan BAZNAS.

Melihat upaya yang dilakukan dalam pengelolahan ZIS, sudah seharusnya masyarakat muslim di Kabupaten Gresik sebagai *muzakki* untuk lebih

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

tergerak lagi dalam membayar zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS) melalui BAZNAS Kabupaten Gresik. Menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti, pengelola BAZNAS Gresik menggunakan pendekatan *public relation* pada *muzakki* agar mampu meningkatkan jumlah *muzakki* dan zakatnya serta apa saja yang telah mereka lakukan dalam upaya menjaga dan menumbuhkan jumlah *muzakki* dan zakatnya demi tercapai kesejahteraan masyarakat Indonesia khususnya di Gresik.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah penelitian di atas, penulis berusaha untuk menjelaskan ruang lingkup dan identifikasi masalah penelitian ini. Masalah-masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Zakat adalah salah satu instrument mengentaskan kemiskinan, akan tetapi kesadaran muzakki di Gresik untuk mengeluarkan zakat belum begitu tinggi sehingga kemiskinan belum bisa di atasi.
2. Strategi BAZNAS Gresik dalam meningkatkan jumlah muzakki kurang efektif.
3. Pengaruh Public Relations BAZNAS Gresik dalam meningkatkan jumlah *Muzakki*

Berdasarkan masalah-masalah yang diidentifikasikan di atas agar mendapatkan suatu batasan penelitian yang jelas sekaligus mencegah pembahasan yang meluas yang tidak ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada

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

pengaruh Public Relation BAZNAS Kabupaten Gresik dalam upaya mendapatkan dan menambah jumlah *Muzakki*, kemudian apa saja strategi BAZNAS Kabupaten Gresik dalam mendapatkan *Muzakki*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui lebih banyak strategi yang dilakukan oleh BAZNAS Gresik dan peran Public Relation dalam menjaga kepercayaan dan meningkatkan jumlah *Muzakki*.

Pada penelitian ini ditekankan pada pengelolaan BAZNAS di Gresik yang tengah mengalami perkembangan pesat dalam hal penyediaan layanan kepada para *muzakki* dengan memperhatikan factor keeratan hubungan dengan pelanggan sehingga mampu mendapatkan kepercayaan dan kepuasan yang didapatkan oleh pelanggannya.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian tersebut diatas, yang menjadi permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kesadaran muzakki dalam mengeluarkan zakat, infaq dan sodaqah di Gresik?
2. Bagaimana strategi BAZNAS Gresik dalam meningkatkan jumlah muzakki?
3. Bagaimana efektifitas pendekatan *public relations* BAZNAS pada peningkatan kesadaran muzakki di Gresik?

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

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk dapat membuktikan bahwa :

1. Untuk mengetahui sejauhmana kesadaran muzakki dalam mengeluark zakat, infaq dan sodaqah di Gresik.
2. Untuk mendiskripsikan strategi BAZNAS Gresik untuk meningkatkan jumlah muzakki.
3. Untuk mengetahui efektifitas pendekatan *public relations* BAZNAS pada peningkatan kesadaran muzakki di Gresik.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini akan sangat berguna bagi kalangan civitas akademika dalam bidang pengelolaan dan pendayagunaan zakat.
2. Secara praktis, penelitian ini bisa dijadikan acuan dasar untuk para stakeholders/ BAZNAS untuk meningkatkan kesdaran muzakki untuk mengeluarkat zakat kepada BAZNAS.

F. Kerangka Teori

Public Relations (PR) menurut Jefkins adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara

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

suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.[5]

Sedangkan menurut menurut Baskin definisi Public Relations yaitu fungsi manajemen yang membantu mencapai tujuan organisasi, mendeinisikan filosofi, dan mamfasilitasi perubahan organisasional. Para praktisi *public relations* melakukan komunikasi dengan semua publik internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan positif dan untuk menciptakan konsistensi antara tujuan organisasional dengan harapan masyarakat. Para praktisi *public ralations* mengembangkan, melaksanakan dan mengavaluasi program-program organisasional yang mempromosikan pertukaran pengaruh dan pemahaman antara bagian konsistituen organisasi dan publik.

Public relations menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (*management by objectives*). Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus dapat diukur secara jelas, mengingat *public relations* merupakan kegiatan yang nyata. Kenyataan ini dengan jelas menyangkal anggapan keliru yang mengatakan bahwa *public relations* merupakan kegiatan yang abstrak.

Sedangkan British Institite Public Relations mendefinisikan *public relations* dengan keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat

[5] Jefkins, & Yadin, *Public Relations*, Edisi kelima (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003), 9

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

baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak.

Bidang *public relations* dalam suatu organisasi umumnya memiliki tugas untuk mengkomunikasikan perusahaan atau lembaga dengan beragam jenis publiknya. Adapun publik perusahaan umumnya terdiri dari pelanggan, pemasok, pemegang saham, karyawan, pemerintah, masyarakat umum dan masyarakat dimana kegiatan organisasi perusahaan berlangsung. Program Public Relations dapat bersifat formal maupun informal. Namun titik tekannya yaitu bahwa setiap organisasi, apakah mempunyai program yang terorganisir secara formal maupun tidak haruslah peduli dengan hubungan masyarakatnya.

Adapun kegiatan-kegiatan *public ralations* atau hubungan masyarakat meliputi hal-hal berikut:

a. *Corporate Communication*

Kegiatan ini mencakup komunikasi internal dan eksternal, serta untuk meningkatkan dan mempromosikan pemahaman tentang organisasi.

b. *Lobbying*

Lobbying merupakan usaha untuk bekerja sama dengan pembuat undang-undang dan pejabat pemerintah sehingga perusahaan mendapat informasi-informasi penting yang berharga bagi perusahaan.

c. *Counseling*

Aktifitas ini dilakukan dengan jalan memberi saran dan pendapat kepada manajemen mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan

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

publik dan mengenai posisi dan citra perusahaan. *Public Relations* adalah salah satu metode komunikasi yang saat ini semakin kuat berkembang. Setiap perusahaan baik disadari maupun tidak, selalu membutuhkan seorang praktisi *public ralations* yang handal. Hal ini dikarenakan bahwa seorang PR merupakan media penyambung antara perusahaan dengan publiknya.

Pada hakikatnya *public ralations* adalah kegiatan komunikasi secara dua arah (two way communication), dimana arus komunikasi timbal balik harus dilakukan dalam kegiatan *public ralations*.

Berdasarkan definisi di atas dapat kita lihat bahwa tujuan mendasar dari kegiatan *public ralations* adalah menciptakan sikap saling pengertian antara perusahaan dengan para pelanggannya. Oleh karena itu, idealnya seorang praktisi *public ralations* dapat membujuk dan mempengaruhi publik, karena perubahan sikap dan perilaku publik merupakan umpan balik dari komunikasi yang dilakukan *public ralations* .

Menurut Jefkins tugas utama seorang *Public Relations* adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. *public ralations* juga bertujuan untuk membuat saling adanya pengertian diantara pihak-pihak yang berkepentingan. Hal itu dimaksudkan agar terjadi komunikasi dua arah yang baik. Selain tujuan yang baik dijabarkan di muka, *Public Relations* juga memiliki beberapa fungsi manajerial.

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

G. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan sebuah penelitian terhadap objek permasalahan, maka penting untuk melakukan pengecekan terlebih dahulu. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan belum adanya penelitian serupa yang telah ditulis sebelumnya.

Dari hasil pengecekan, terdapat berbagai literature yang membahas permasalahan pengelolaan zakat seperti yang ditulis Didin Hafidhuddin dalam tulisannya yang berudul "Zakat Dalam Perekonomian Modern". Dalam buku ini dipaparkan berbagai permasalahan di kalangan umat seputar zakat pada masa sekarang, selain itu juga dijelaskan berbagai pemahaman tentang zakat di era dan semakin merangsang hadirnya lembaga-lembaga pengelola zakat yang dikelola secara professional.[6]

Di samping literature tersebut, terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Idris dalam tesisnya yang berjudul "optimalisasi peran BAZDA sebagai institusi Amil Zakat (Studi Kasus di BAZDA Kebupaten Sampang)". Dalam penelitian ini disebutkan sejauhmana peran BAZDA Kabupaten Sampang sebagai institusi amil zakat. Penelitian ini menganalisis berbagai peraturan perundang-undangan, dimana antara ulama dan umara dalam kepengurusan Badan Amil Zakat Daerah merupakan sesuatu yang sangat ideal sehingga tidak ada masalah dalam melaksanakan tugas-tugasnya di bidang zakat.[7]

---

[6] Didin Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern* (Jakarta; Gema Insani Pers, 2002).

[7] Idris, "*Oprimalisasi Peran BAZDA Sebagai Institusi Amil Zakat (Studi Kasus di BAZDA Kabupaten Sampang)*" (Tesis-IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010)

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

Namun demikian dari beberapa penelitian di atas, masih belum ditemukan penulis yang mefokuskan pada stategi serta langkah-langkah Badan Amil Zakat dalam upaya meningkatkan jumlah *muzakki* yang menyalurkan zakatnya melalui badan zakat dan pengaruh Pubic Relation BAZNAS Gresik. Sehingga hal ini mendorong penlis untuk mencoba meneliti bagaimana pengaruh Public Relations dan strategi serta langkah-langkah apa saja yang dilakukan Badan Amil Zakat dalam meningkatkan jumlah *Muzakki*nya.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, dapat dikatakan suatu cara yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Dalam penulisan tesis ini guna memperoleh data dan informasi yang obyektif dibutuhkan data-data dan informasi yang faktual dan relevan.

Sesuai dengan rujukan di atas, maka pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif maka hasil data akan difokuskan berupa pertanyaan secara deskriptif dan tidak mengkaji suatu hipotesa serta tidak mengkorelasi variabel.

1. Lokasi Penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan di BAZNAS Kabupaten Gresik Jawa Timur.

2. Data dan Sumber Data

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

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.[8] Jenis data merupakan data kualitatif yang bersumber dari:

a. Data Primer

Sumber data primer yakni subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung[9] melalui dokumentasi dan *interview* (wawancara). Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud adalah keterangan warga masyarakat, yang dalam hal ini adalah pengelola BAZNAS Kabupaten Gresik dan para *muzakki*

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah data primer.[10] Sumber sekunder merupakan data pendukung yang berasal dari seminar, buku-buku maupun literature lain.

Data sekunder adalah data yang telah disalin dari sumber pertama, mencakup dokumen-dokumen resmi, seperti laporan hasil rapat kerja, laporan tahunan, laporan keuangan serta hasil-hasil penelitian yang berwujud media, seperti koran, buletin dan

[8] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Peneletian: Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 114.

[9] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), 91.

[10] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 129.

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

majalah. Selain itu juga dibutuhkan dokumen seperti Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat serta Inpres Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat di Kementerian/Lembag, Sekretariat Jendral lembaga Negara, Sekretariat Jendral Komisi Negara, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah Melalui Badan Amil Zakat Nasional.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulkan data pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa metode yaitu :

a. Wawancara (Interview)

Menurut Esterberg, dalam Sugiyono, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik. Ia juga mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semiterstruktur, dan tidak terstruktur.[11]

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 317.

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

Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa wawancara yang sering juga disebut dengan *interview* atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh wawancara untuk memperoleh informasi dari pewawancara (*interviewer*).[12] Sukandarrumidi mengungkapkan bahwa wawancara adalah proses tanya jawab lisan, dalam mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengar dengan telinga sendiri dari suaranya.[13]

Dalam wawancara ini peneliti mengadakan tanya jawab dengan beberapa pengelola seperti pengelola BAZNAS Gresik yang meliputi Ketua dan beberapa staf BAZNAS Gresik.

b. Studi Pustaka

Dalam metode ini penulis akan membandingkan antara yang ditemukan di lapangan dengan beberapa refrensi yang berkaitan dengan objek penelitian, sehingga diperoleh adanya perbandingan secara keilmuan antara fakta yang ditemui di lapangan dengan konsep-konsep yang dikemukakan oleh para tokoh dalam masalah praktik pendayagunaan zakat yang terjadi di masyarakat. Penulis akan mengambil beberapa konsep yang relevan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengolahan Data

---

[12] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Peneletian: Suatu Pendekatan Praktis* …, 132.

[13] Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula (*Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004), 88.

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

Setelah data berhasil dihimpun dari lapangan atau penulisan, maka peneliti menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut :

a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[14] Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis berdasarkan rumusan masalah saja.

b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.[15] Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisa data.

c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[16]

5. Teknik Analisa Data

---

[14] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* …, 243.
[15] Ibid., 245.
[16] Ibid., 246.

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

Menurut Bogdan dalam Sugiyono, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.[17]

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, yaitu suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya.[18] Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki,[19] serta teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik data hasil wawancara, maupun dokumentasi, selama mengadakan penelitian di BAZNAS Gresik.

Adapun alasan- alasan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif ini karena masalah penelitian belum begitu jelas, sehingga untuk mendapatkan informasi dan data peneliti langsung masuk ke obyek atau subyek penelitian, dengan berhubungan langsung dengan masyarakat sebagai responden. Dengan kualitatif, kebenaran data yang telah diperoleh akan dapat lebih dipastikan, karena peneliti akan langsung berinteraksi dengan subyek penelitian.

---

[17] Ibid., 334.
[18] Muhammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Angkasa, 1993), 161.
[19] Moh. Nizar, *Medode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 63.

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

Hasil dari penelitian ini harus diketahui bahkan dipelajari oleh subyek penelitian, sehingga bila terjadi prasangka dan pandangan atau sikap suka-tidak suka muncul, dapat dicek langsung.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan tesis ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub bab dan antara satu bab dengan lainnya terdapat keterkaitan yang disesuaikan dengan masalah yang diteliti. Sistematika penulisan tesis ini sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan bab ini secara garis besar memuat hal-hal yang mengantarkan kepada pokok permasalahan yang akan dibahas dalam tesis. Di dalam bab ini juga diketengahkan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusanmasalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian serta sistematika penulisan.

Bab kedua adalah landasan teoritik dalam bab ini dibahas mengenai landasan teori serta konsep yang berkaitan dengan zakat, infaq dan shodaqah. Penelitian ini hanya menggunakan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang diambil. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain teori yang berkaitan dengan kemiskinan, kesejahteraan dan dampak dari zakat, infaq dan sadaqah.

Bab ketiga adalah hasil penelitian bab ini memuat tentang akan diuraikan Profil BAZNAS Kabupaten Gresik, kesadaran muzakki dalam

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

mengeluarkan zakat, infaq dan sodaqah di gresik, strategi baznas gresik dalam mendapatkan muzakki dan efektifitas pendekatan public relations baznas pada peningkatan kesadaran muzakki di gresik.

Bab keempat adalah pembahasan dalam bab ini dibahas mengenai analisa dan hasil penelitian dengan lebih terperinci.

Bab kelima adalah simpulan dan saran bab ini merupakan bagian penutup yang berisi mengenai kesimpulan umum yang diperoleh dalam penelitian. Disamping itu diajukan saran berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat.

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