BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki masyarakat dengan tingkat kemiskinan yang cukup tinggi. Upaya pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut juga sudah dilakukan dengan berbagai program/instrumen. Salah satu instrumen perekonomiaan yang dapat digunakan untuk mengentas kemiskinan, pemerataan pendapatan serta mengurangi kesenjangan antara masyarakat miskin dan masyarakat kaya dalam sebuah negara adalah dengan zakat. Selain zakat, ada juga sumber dana yang dikumpulkan dalam rangka mengentas kemiskinan, yaitu infaq, shodaqoh, hibah, serta sejenisnya.

Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga serta merupakan suatu ibadah pokok yang sangat penting dalam ajaran agama Islam. Dengan mayoritas penduduk yang ada di Indonesia memeluk agama Islam, secara tidak langsung mereka juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan sebagian hartanya untuk membantu orang yang kurang mampu. Kewajiban menunaikan zakat merupakan sesuatu yang demikian tegas dan mutlaq. Karena di dalam ajaran Islam, hal ini terkandung hikmah dan manfaat yang demikian besar dan mulia, baik yang berkaitan dengan *muzakki, mustahiq,* harta benda yang dikeluarkan zakatnya, maupun bagi masyarakat

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

keseluruhan. Hal ini didasarkan atas banyaknya ayat dalam Al-Qur'an yang membahas mengenai hikmah dan kewajiban umat Islam mengeluarkan zakat salah satunya terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 43 sebagai berikut :

وَأَقِيمُوا۟ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتُوا۟ ٱلزَّكَوٰةَ وَٱرْكَعُوا۟ مَعَ ٱلرَّٰكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Artinya : "Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'."[1]

Dengan turunnya ayat tersebut, maka wajib hukumnya bagi umat Islam untuk mengeluarkan zakat, infaq, dan shodaqoh kepada mereka yang berhak untuk menerima. Zakat di Indonesia memiliki potensi 217 triliun setiap tahunnya, saat ini realisasi pengumpulan zakat masih belum maksimal dan penghimpunannya masih berjumlah sekitar 15 persen dari potensi zakat tersebut. [2] Besarnya potensi zakat tersebut yang masih bisa dihimpun, maka organisasi pengelola zakat memiliki peluang untuk menarik minat masyarakat melakukan zakat.

Di Indonesia zakat dikelola oleh organisasi pengelola zakat yang terdiri dari Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh organisasi masyarakat dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang merupakan lembaga pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah. Sebagai organisasi resmi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah non struktural sesuai dengan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001, BAZNAS memiliki tugas

---

[1]Departemen Agama, *Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara atau Penerjemah Al-Qur'an, 1971), 16.

[2] Aprianis, "Ketum BAZNAS: Potensi Zakat Indonesia Rp 200 Triliun", dalam http://www.antaranews.com/berita/509484/ketum-baznas-potensi-zakat-indonesia-rp200-triliun, diakses pada 03 Oktober 2015.

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

dan fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan shodaqoh pada tingkat nasional.[3] BAZNAS selain dibentuk oleh pemerintah pusat, dapat juga dibentuk pada tiap provinsi dan kabupaten/kota untuk melakukan pengelolaan zakat, infaq, dan shodaqoh pada wilayahnya masing-masing. Undang-undang No. 23 Tahun 2011 pasal 15 menyatakan "Dalam rangka pelaksanaan pengelolaan zakat pada tingkat provinsi dan kabupaten/kota dibentuk BAZNAS Provinsi dan BAZNAS kabupaten/kota".[4] Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an :

خُذْ مِنْ أَمْوَٰلِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِم بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۖ إِنَّ صَلَوٰتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ ۗ وَٱللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya : ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui. (Q.S : At-Taubah 9 : 103) [5]

Kota Mojokerto adalah salah satu daerah yang sudah menjalankan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001, dengan membentuk BAZNAS Kota Mojokerto. Dalam pengelolaan zakat, infaq, dan shodaqoh BAZNAS Kota Mojokerto memiliki berbagai macam program baik untuk menghimpun donasi dari para *muzakki* maupun dalam mendistribusikan zakat, infaq, dan shodaqoh kepada *mustahiq*. Program-program penghimpun donasi dari para *muzakki* maupun program pendistribusian zakat, infaq, dan shodaqoh kepada *mustahiq* tersebut, selalu diinformasikan kepada khalayak umum untuk

[3] Undang-Undang Republik Indonesia No 23 Tahun 2011, Tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 5, 5.
[4] Ibid, Pasal 15 ayat 1, 8.
[5] Departemen Agama, *Al-Qur'an Terjemah*, 297.

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

menunjukkan eksistensi BAZNAS itu sendiri dan menimbulkan kepercayaan pada masyarakat Kota Mojokerto. Kegiatan menghimpun donasi dilakukan untuk meningkatkan minat *muzakki* melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan penghimpunan zakat, infaq, dan shodaqoh.

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau gairah atau keinginan.[6] Dalam kegiatan penghimpunan, organisasi pengelola zakat harus bisa mempengaruhi masyarakat serta meningkatkan minat untuk menunaikan zakat , infaq, dan shodaqoh dengan memberitahukan kepada *muzakki* tentang seluk-beluk keberadaan BAZNAS Kota Mojokerto, mengingatkan dan menyadarkan *muzakki* akan pentingnya melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh, mendorong *muzakki* untuk menyerahkan sumbangan dana baik berupa zakat, infaq, atau shodaqoh, membujuk para donatur/*muzakki* untuk bertransaksi, memberikan gambaran tentang bagaimana proses kerja, program dan kegiatan sehingga menyentuh dasar-dasar nurani seseorang yang diharapkan bisa mempengaruhi *muzakki* sehingga mereka bersedia memberikan sebagian dana yang dimilikinya sebagai sumbangan dana zakat, infaq, maupun shodaqoh serta memaksa *muzakki* untuk melakukan zakat, infaq, atau shodaqoh jika diperkenankan.[7]

Minat *muzakki* secara jelas sangat bermanfaat untuk membangun hubungan, walaupun pihak lembaga amil zakat tidak mudah untuk

---

[6] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 744.
[7] April Purwanto, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat* (Yogyakarta: Sukses, 2009), 12-17.

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

meraihnya dan memerlukan usaha bersama, keyakinan *muzakki* terhadap pengelolaan lembaga amil zakat, adanya ruang privasi dan unsur etika pada lembaga amil zakat, sehingga dapat memberikan nilai lebih. Maka dari itu untuk menumbuhkan minat *muzakki* melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh dibutuhkan *shared value* (nilai lebih), terutama dalam melakukan kegiatan penghimpunan kepada *muzakki*.

Salah satu kegiatan penghimpunan dalam rangka meningkatkan minat *muzakki* untuk melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh yang dilakukan BAZNAS Kota Mojokerto adalah melaporkan seluruh kegiatan dari program-program distribusi dalam publisitas kegiatan distribusi kepada masyarakat. Publisitas merupakan penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan lewat media tertentu untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran tertentu pada media.[8] Publisitas dalam sebuah organisasi sosial seperti BAZNAS, sangat berperan penting dalam hal membentuk opini masyarakat secara cepat, sehingga sebagai usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan suatu produk atau jasa.

Pengukuran publisitas kegiatan program distribusi merupakan elemen penting untuk mengetahui peranan publisitas tersebut dalam meningkatkan minat zakat, infaq, dan shodaqoh. Kegiatan publisitas dikatakan sangat berperan ketika publisitas tersebut dinilai dari : kreativitas, keberagaman media publisitas, kuantitas untuk menyampaikan pesan secara berulang-ulang pada publik, visibilitas

[8] Yosal Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), 190.

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

(mudah dilihat) materi publisitas, legibilitas (kejelasan) publisitas, kemudahan untuk dipahami. [9]

Dalam kaitannya dengan publisitas program distribusi, BAZNAS Kota Mojokerto telah memiliki beberapa program distribusi yang sudah dilakukan, diantaranya adalah bantuan beasiswa, bantuan kesehatan, bantuan biaya hidup, bantuan perbaikan rumah, hibah modal, program pembiayaan usaha syariah (Pusyar) dan masih banyak lagi program distribusi yang dilakukan BAZNAS Kota Mojokerto.

Sedangkan, publisitas yang telah dilaksanakan oleh BAZNAS Kota Mojokerto sejauh ini sudah melalui beberapa media yang dijadikan sebagai perantaranya, yaitu sebagai berikut:

1. Melalui media massa

   Hal ini dilakukan pada media cetak Radar Mojokerto, Jawa Pos, dan Palapa. Selain media cetak, BAZNAS Kota Mojokerto juga bekerjasama dengan radio RFM dan Satria FM dalam publisitas program-program distribusinya.

2. Melalui buletin Al-Ashnaf

   Merupakan buletin yang diterbitkan oleh BAZNAS Kota Mojokerto dalam waktu tiga bulan sekali, dalam rangka memberikan edukasi zakat dan publisitas program-program distribusinya.

3. Laporan triwulan dan tahunan

   Hal ini dilakukan untuk menjaga akuntabilitas BAZNAS Kota Mojokerto dengan memberikan laporan triwulan dan tahunan. Laporan

[9] Ibid. , 196.

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

triwulan biasanya disertakan pada beberapa halaman buletin Al-Ashnaf yan terbit tiga bulan sekali, sedangkan laporan tahunan dikirimkan secara langsung kepada lembaga, instansi pemerintah, BUMN/BUMD di wilayah Kota Mojokerto.

Publisitas program-program distribusi tersebut yang disampaikan kepada masyarakat maupun *muzakki* diharapkan dapat menyadarkan *muzakki* dalam kewajibannya membayar zakat serta memberi kepercayaan kepada *muzakki* tentang bagaimana pengelolaan zakat, infaq, dan shodaqoh di BAZNAS Kota Mojokerto melalui berbagai program-program distribusinya. Sehingga dengan kesadaran serta kepercayaan dari *muzakki* inilah dapat berdampak terhadap peningkatan minat *muzakki* melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh dalam rangka menhimpun zakat, infaq, dan shodaqoh.

Selain publisitas yang baik, kredibilitas dari sebuah lembaga sosial seperti BAZNAS Kota Mojokerto juga perlu diperhatikan untuk mendapatkan kepercayaan dari *muzakki* bahwa BAZNAS Kota Mojokerto memiliki kemampuan dalam mengelola zakat, infaq, dan shodaqoh. Dalam sebuah lembaga pengelola zakat, infaq, dan shodaqoh, kepercayaan muzakki menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam rangka menarik *muzakki* untuk mempercayakan donasinya kepada lembaga amil zakat ini. Selain kepercayaan, kemampuan lembaga amil zakat dalam mengelola zakat, infaq, dan shodaqoh juga lebih penting, karena dengan kemampuan yang baik dalam mengelola zakat, infaq, dan shodaqoh, maka

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

dengan sendirinya dana yang dihimpun itu terkelola dengan baik dan sesuai dengan sasaran dalam melakukan distribusi.

Kredibilitas merupakan seberapa jauh konsumen/*muzakki* percaya bahwa suatu lembaga bisa merancang dan menghadirkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan/*muzakki*. [10] Dalam hal ini, berarti kredibilitas lembaga merupakan sejauh mana *muzakki* meyakini keterpercayaan dan kemampuan lembaga amil zakat dalam mengelola zakat, infaq, dan shodaqoh. Kredibilitas lembaga merupakan bagian dari citra sebagai lembaga amil zakat yang baik. Kredibilitas lembaga ditimbulkan oleh kesan baik yang muncul dari pikiran konsumen/*muzakki*.

Publisitas program-program distribusi dan kredibilitas lembaga yang baik dapat dinilai penting dalam sebuah organisasi pengelola zakat, infaq, dan shodaqoh untuk mengetahui seberapa pengaruh terhadap peningkatan minat *muzakki* melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh agar keberhasilan dalam menghimpun zakat, infaq, dan shodaqoh tercapai. Sehingga, dalam penelitian ini diangkatlah judul *"Pengaruh Publisitas Program-program Distribusi dan Kredibilitas Lembaga terhadap Peningkatan Minat Zakat, Infaq, dan Shodaqoh di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Mojokerto"*.

[10] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Marketing Management* (New Jersey: Prentice Hall, 2012), 203.

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. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh publisitas program-program distribusi dan kredibilitas lembaga secara simultan terhadap peningkatan minat zakat, infaq, dan shodaqoh di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Mojokerto?
2. Bagaimana pengaruh publisitas program-program distribusi dan kredibilitas lembaga secara parsial terhadap peningkatan minat zakat, infaq, dan shodaqoh di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis dan membuktikan bahwa publisitas program-program distribusi dan kredibilitas lembaga berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan minat zakat, infaq, dan shodaqoh di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Mojokerto.
2. Menganalisis dan membuktikan bahwa publisitas program-program distribusi dan kredibilitas lembaga berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan minat zakat, infaq, dan shodaqoh di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Mojokerto.

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. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian dapat dibedakan menjadi dua aspek:

a. Aspek Teoritis:

Dari aspek teoritis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan terhadap pengetahuan manajemen pemasaran. Khususnya dalam hal sistem manajemen promosi dan perilaku organisasi dalam menjaga kredibilitas lembaga, serta kinerja lembaga amil zakat dalam meningkatkan minat *muzakki* melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh di Badan Amil Zakat yang ada di seluruh Indonesia.

b. Aspek Praktis :

Dari aspek praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Mojokerto, dalam hal pengevaluasian, peningkatan, dan pengembangan inovasi promosi dan kredibilitas lembaga dalam peningkatan minat zakat, infaq, dan shodaqoh.

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