

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Waktu terus berjalan dan tidak akan pernah berhenti, begitupun dengan jaman yang sering berubah-ubah yang searah dengan berjalannya waktu. Sekarang jaman globalisasi, semakin lama semakin ketat persaingan, apalagi pada lembaga yang mengelola zakat, infaq dan shodaqoh karena merupakan lembaga sosial pasti sangat sulit untuk mencari konsumen atau donatur. Dan lembaga zakat merupakan lembaga yang berlabel Islam maka pada jaman sekarang ini sistem Ekonomi Islam tidak akan terlepas dari peran penting zakat sebagai salah satu komponen atau pendapatan dari Sistem Ekonomi Islam itu sendiri. Berdasarkan pasal 1 ayat 2 UU Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat dijelaskan :

“Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam”

Zakat mengandung beberapa arti seperti membersihkan, bertumbuh dan berkah. Digunakan kata “zaka” dengan arti membersihkan , untuk ibadah pokok rukun Islam dan hikmahnya untuk membersihkan jiwa dan harta orang yang berzakat. Dalam terminologi hukum (Syara’) zakat diartikan “pemberian tertentu dari harta tertentu kepada orang tertentu menurut syarat-syarat yang ditentukan”Sebagai salah satu bentuk pendapatan dari sistem ekonomi islam,

zakat seharusnya dapat dioptimalkan sebagai salah satu ujung tombak pembangunan ekonomi di Indonesia. Indonesia yang secara demografis merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di dunia yang memiliki potensi zakat yang sangat besar yaitu mencapai 2,5 T atau 24,46%¹. Indonesia senantiasa melaksanakan pembangunan yang bersifat fisik materiil dan mental spiritual, antara lain melalui pembangunan di bidang agama yang penuh dengan keimanan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, meningkatkan akhlak mulia, terwujudnya kerukunan hidup umat beragama yang dinamis sebagai landasan persatuan dan kesatuan bangsa, dan meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan nasional.²

Islam sebagai agama universal berisi ajaran mengenai hubungan manusia dengan Tuhannya yang berupa ibadah dan mengatur suatu hubungan manusia dengan manusia yang disebut mu'amalah. Mu'amalah merupakan kegiatan manusia yang berperan sebagai khalifah di muka bumi, yang bertugas menghidupkan dan memakmurkan bumi dengan cara interaksi dengan umat manusia misalnya melalui kegiatan ekonomi. Untuk menjamin keselamatan, kemakmuran dan kesejahteraan hidup di dunia maupun akhirat, Islam mengatur mu'amalah tersebut dalam sistem ekonomi syari'ah. Ekonomi syari'ah dapat diartikan sebagai ilmu pengetahuan sosial yang

¹www.republika.co.id/berita/dunia-Islam/wakaf/14/01/22/mzscm3-baznaspotensi-zaka, 12 maret 2015.

²Elsi Kartika sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf* (Jakarta: PT Grasindo, 2007) , 1.

mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang di ilhami oleh nilai-nilai islam.³

Dalam ekonomi syari'ah terdapat beberapa macam kegiatan yang di antaranya yaitu mu'amalah dan ibadah, dimana mu'amalah itu hubungan antara manusia dengan manusia sedangkan ibadah disini berarti hubungan antara manusia dengan Allah. Hubungan manusia dengan Allah itu dapat dilakukan dengan beberapa hal seperti sholat, puasa, membayar zakat, infak, sedekah dan wakaf.

Dalam Islam kita kenal adanya konsep zakat, infak, sedekah, wakaf. Zakat merupakan kewajiban untuk mengeluarkan sebagian pendapatan atau harta seseorang yang telah memenuhi syarat syariah islam guna diberikan kepada berbagai unsur masyarakat yang telah ditetapkan dalam syariat Islam. Sementara infak, sedekah, wakaf merupakan pengeluaran sukarela yang juga sangat dianjurkan dalam islam.

Masyarakat semakin menyadari betapa pentingnya nilai zakat, infak, sedekah, wakaf itu terhadap kehidupan untuk di akhirat nanti. Maka dengan kesadaran masyarakat tersebut Pemerintah Indonesia mendirikan Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil zakat.

Badan Amil Zakat merupakan institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat sesuai ketentuan agama Islam. Sedangkan Lembaga Amil Zakat merupakan pengelolaan zakat

³Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 15.

yang sepenuhnya dibentuk oleh masyarakat dan dikukuhkan oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat sesuai ketentuan agama Islam.⁴

Dengan kesadaran masyarakat tersebut maka suatu lembaga amil zakat itu sangatlah penting yaitu untuk mempermudah para Muzakki dalam memberikan zakat, infak, sedekah, dan wakaf itu kepada masyarakat yang membutuhkannya. Berkaitan dengan permasalahan yang mempengaruhi seseorang dalam bersedekah tidak lepas dari perilaku para donatur dan donasi. Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dalam mengambil keputusan yang digunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menentukan produk dan service, terhadap organisasi yang menawarkan produk dan jasa.

Bukan jamannya lagi, apabila sebuah lembaga hanya memperkirakan berapa banyak program yang bisa dilakukan. Apalagi lembaga yang bergerak di bidang jasa yang rawan dengan kepercayaan para konsumen. Oleh sebab itu sangat penting melakukan sebuah pemasaran, sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh lembaga tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya. Dunia pemasaran tidak pernah lepas dengan apa yang dinamakan dengan kemampuan komunikasi. Komunikasi juga memegang peranan penting dalam dunia pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Dari sisi konsumen, komunikasi sangat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian, karena informasi mampu

⁴Fachruddin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 381.

membantu pelanggan untuk membeli. Salah satu teknik pemasaran yang digunakan di dunia bisnis adalah *word of mouth*. *Word of mouth* merupakan salah satu ciri khusus dalam bisnis jasa, perusahaan sering kali menggunakan metode komunikasi dari mulut ke mulut ini karena mampu memberikan keuntungan pada perusahaan. Selain hal tersebut *word of mouth* juga sangat berdampak besar dalam peningkatan jumlah pelanggan. Dan dengan adanya peningkatan jumlah pada pelanggan secara otomatis para pelanggan juga akan menceritakan pengalamannya itu kepada orang lain atau merekomendasikan lembaga yang di ikutinya selama ini kepada orang lain. karena komunikasi ini langsung disampaikan sendiri oleh orang-orang terdekat, sehingga tidak ada unsur kebohongan dalam menyampaikan suatu informasi.

Dalam mempertahankan serta memperluas pelanggan maka diperlukan suatu metode, disini metode yang paling efektif adalah komunikasi dari mulut ke mulut karena komunikasi dari mulut ke mulut memegang peran penting dalam dunia pemasaran untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Saluran komunikasi personal yang berupa ucapan atau perkataan dari mulut ke mulut atau *word of mouth* dapat menjadi metode yang efektif apabila dibandingkan dengan metode-metode lainnya.

Di kota Kediri banyak lembaga amal zakat yang tercatat sebagai lembaga yang melakukan kegiatan menghimpun dana ZISWAF serta mentasarufkan kepada yang berhak menerima. Di antaranya adalah LAZ Yatim Mandiri cabang Kediri yang bertempat di perumahan persada sayang Jl. Mira Blok A N0.5 Mojoroto Kediri. Lembaga ini berdiri pada tahun 2007

atau sekitar 7 tahunan lembaga ini eksis dalam bidang sosial, jumlah donatur Yatim Mandiri sekarang untuk wilayah kediri mencapai kurang lebih 5030 donatur.⁵

Lembaga Yatim Mandiri merupakan sebuah lembaga sosial masyarakat yang memfokuskan pada penghimpunan dan pengelolaan dana ZISWAF (zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf) serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan atau lembaga umat Islam dan menyalurkannya secara lebih profesional dengan menitikberatkan program untuk kemandirian anak yatim sebagai penyaluran program unggulan.

Yatim Mandiri sebagai salah satu lembaga nirlaba yang mengemban visi dan misi untuk memandirikan anak yatim telah mampu melakukan berbagai langkah dan strategi, mulai dari kegiatan penghimpunan dana ZISWAF (*Fundarising*), serta penyaluran (*landing*) yang dikemas dalam berbagai macam program dalam rangka memandirikan dan pemberdayaan anak yatim. Yatim Mandiri mendapat rekor muri sebagai pemberi beasiswa terbanyak, dan dengan beasiswa tersebut di kediri bisa meluluskan anak yatim sebanyak 250 anak sampai tahun 2014, dengan estimasi 20-25 anak yatim perperiode. LAZ Yatim Mandiri Kediri merupakan lembaga non profit yang telah mampu mengumpulkan dana dengan jumlah nominal yang cukup

⁵Nur Hasan Musthofa, manajer LAZ Yatim Mandiri cabang Kediri, 31 Desember 2014.

besar, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut penerimaan dana ZIS tahun 2014.

6

Dana Zakat : Rp 19.981.000

Dana Infaq dan Shodaqah : Rp 218.949.000

Dengan jumlah dana yang cukup besar tersebut, tentunya lembaga ini mempunyai suatu sistem laporan tentang pengelolaan dana ZIS, dan tentunya lembaga ini perlu memiliki metode yang baik untuk dapat meningkatkan jumlah donatur, serta seluruh masyarakat yang ada.

Selain alasan diatas pendapat penulis bahwa mencari solusi tentang jumlah donatur atau masyarakat tidak harus pada lembaga amil zakat yang memiliki sedikit donatur, akan tetapi kita dapat meneliti pada lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri yang telah berhasil mengelola ZISWAF secara profesional yang dipercaya masyarakat. Serta ZISWAF yang disalurkan dari Lembaga Yatim Mandiri ini di khususkan hanya kepada keluarga yatim dan Lembaga ini sudah berdiri sekitar 20 tahun serta sudah banyak cabang yang sudah didirikan diberbagai daerah hampir seluruh Indonesia.

Alasan tersebut yang melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian tentang **Peran Donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur Melalui Penerapan Word Of Mouth**, serta bagaimana penerapan *word of mouth* tersebut diterapkan oleh donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri dalam pelaksanaan sehari-

⁶Dokumentasi bagian keuangan yatim mandiri, 10 Desember 2014.

hari dilapangan, sehingga metode yang diterapkan dapat menjadikan tercapainya tujuan organisasi.

B. FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka permasalahan pokok yang menjadi fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah donatur melalui penerapan *word of mouth* ?
2. Bagaimana kendala donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah donatur melalui penerapan *word of mouth*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah donatur melalui penerapan *word of mouth*.
2. Untuk mengetahui kendala donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah donatur melalui penerapan *word of mouth*.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan. Seperti kegunaan secara teoritis dan secara praktis.

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, khazanah ilmu khususnya bagi Prodi Ekonomi Syari'ah. Umumnya untuk siapa saja yang tertarik dengan permasalahan lembaga zakat.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Bagi penulis sendiri diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang penulisan karya ilmiah, serta dapat mengetahui peran donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri dalam meningkatkan jumlah donatur melalui penerapan *word of mouth*.

b. Bagi lembaga

Bagi lembaga diharapkan dapat meningkatkan jumlah donatur serta lebih meningkatkan penerapannya dalam meningkatkan jumlah donatur.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan bisa menjadi bahan untuk mendirikan lembaga amil zakat, serta dapat pengetahuan ilmu baru dari penelitian ini.

d. Bagi Akademi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dokumentasi dan koleksi bagi para pembaca khususnya serta

dijadikannya sebagai sarana referensi yang mampu memberikan kontribusi pemikiran yang bermanfaat.

E. TELAAH PUSTAKA

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan, buku-buku atau tulisan-tulisan yang ada terkait dengan topik atau masalah yang akan diteliti. Dalam hal ini menurut penulis belum ada yang menulis tentang strategi lembaga yatim mandiri Cabang Kediri dalam meningkatkan loyalitas donatur (analisis penerapan strategi *word of mouth*), namun juga ada banyak yang menggunakan *word of mouth*, diantaranya.

Purno Ujjianto UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya yaitu Strategi *Word Of Mouth* Communication dalam Meningkatkan Minat Menonton Kesenian Banyumasan. Dalam penelaahan ini dengan penelitian yang akan dilakukan walaupun sama menggunakan Strategi *word of mouth* namun obyek yang diteliti berbeda yaitu penelitian ini digunakan untuk Meningkatkan Minat menonton Kesenian Banyumasan.

Risa Fadhila Universitas Diponegoro dalam skripsinya yaitu Analisis Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen. Dalam penelitian ini sangat berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan, karena disini untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen

sedangkan penelitian yang akan dilakukan untuk mengetahui strateginya untuk meningkatkan loyalitas.

Mitha Rana Paraghita Universitas Brawijaya Malang dalam skripsinya yaitu Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Mengajukan Kredit Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Nganjuk. Dalam penelitian ini *word of mouth* digunakan untuk mengetahui minat mengajukan Kredit.

Atika Listiani Universitas Mercubuana Jakarta dalam skripsinya yaitu Strategi Menciptakan *Word Of Mouth* dalam Strawberry Cafe. Dalam penelitian ini sangat berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan walaupun sama menggunakan *word of mouth* dalam penelitiannya, dalam penelitian ini yaitu menggunakan strategi menciptakan *word of mouth* dan obyek yang akan diteliti pun juga berbeda.