

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Islam merupakan agama terakhir yang diturunkan oleh Allah SWT kepada umat manusia lewat Nabi terakhir yaitu Muhammad SAW. sebagai agama terakhir. Islam memiliki berbagai aturan dan tata laksana yang harus dilakukan oleh umatnya, salah satu ajaran tersebut adalah ibadah zakat, infaq, shodaqah dan wakaf (ziswaf). Ziswaf mempunyai posisi yang penting dalam Islam.

Zakat bukanlah syariat baru yang terdapat pada syariat Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. akan tetapi zakat juga merupakan bagian dari syariat yang dibawa oleh Rasul terdahulu. Karena itu, dapat dikatakan bahwa zakat sebagai ibadah yang menyangkut harta benda yang berfungsi sosial yang telah dikenal dan diterapkan dalam agama samawi yang dibawa oleh Rasul terdahulu. Hal ini dapat dipahami dari beberapa ayat Al-qur'an, diantaranya:

وَجَعَلْنَاهُمْ أُمَّةً يَهْتَدُونَ بِأَمْرِنَا وَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِمْ فِعْلَ الْخَيْرَاتِ وَإِقَامَ
الصَّلَاةِ وَإِيتَاءَ الزَّكَاةِ وَكَانُوا لَنَا عَبِيدِينَ ۝٧٣

“Kami telah menjadikan mereka itu sebagai pemimpin-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah Kami dan telah Kami wahyukan kepada mereka mengerjakan kebajikan, mendirikan

sembahyang, menunaikan zakat, dan hanya kepada kamilah mereka selalu menyembah.”¹

Perkembangan pengelolaan zakat dalam satu dasawarsa ini telah menunjukkan hal yang sangat menggembirakan. Pengelolaan zakat yang dulunya dilaksanakan secara tradisional dengan zakat fitrah sebagai sumber utamanya, kini telah mengalami perubahan yang signifikan. Sumber-sumber zakat dalam perekonomian modern dewasa ini semakin bervariasi. Pengelolaan zakat pun menuntut profesionalisme dan tanggung jawab lebih.

Hal lain yang menonjol, yang dikemukakan dalam buku fiqih zakat tersebut adalah bahwa zakat harus dikelola oleh amil (lembaga) yang profesional, amanah, bertanggung jawab, memiliki pengetahuan yang memadai tentang zakat, dan memiliki waktu yang cukup untuk mengelolanya (misalnya untuk melakukan sosialisasi, pendataan muzakki dan mustahiq, dan penyaluran yang tepat sasaran, serta pelaporan yang transparan).²

Indonesia merupakan Negara yang memiliki penduduk besar yang sebagian besar penduduknya menganut agama Islam, dimana dalam ajaran Islam terdapat perintah yang harus dijalankan dan larangan yang harus dihindari. Diantara perintah-perintah tersebut adalah saling berbagi sesama yaitu bagi orang yang mampu kepada orang yang membutuhkan.

Organisasi pengelolaan zakat, infaq, shodaqah, dan wakaf di Indonesia ada dua, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ).

¹ QS. Al-Anbiya':73

² Didin Hafidhudin, Dkk. *The Power Of Zakat Study Perbandingan Pengelolaan Zakat Asia Tenggara*. (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 97

Badan Amil Zakat (BAZ) adalah institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan pengumpulan, pendistribusian, dan pemberdayagunaan zakat sesuai ketentuan agama Islam. Sedangkan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk oleh masyarakat dan dikukuhkan oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan pengumpulan, pendistribusian, dan pemberdayagunaan zakat sesuai ketentuan agama Islam.³

Setelah diundangkannya UU RI No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat sebagai revisi dari UU RI No. 38 tahun 1999. kedudukan BAZ adalah sebagai organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah yang pembentukannya harus sesuai dengan mekanisme sebagaimana telah diatur dalam keputusan Dirjen Bimas Islam dan Urusan Haji No.D/291 Tahun 2001. Sedangkan LAZ adalah Organisasi Pengelola Zakat yang dibentuk sepenuhnya atas prakarsa masyarakat dan merupakan badan hukum tersendiri, serta dikukuhkan oleh pemerintah.

Adapun yang menjadi perbedaan antara undang-undang No. 38 tahun 1999 dengan undang-undang No. 23 tahun 2011 antara lain adalah: dalam undang-undang sebelumnya dijelaskan bahwa dalam melakukan pengelolaan zakat masyarakat dibebaskan untuk mengelola zakat. Akan tetapi dengan adanya refisian undang-undang No. 23 tahun 2011, dijelaskan bahwa yang boleh melakukan pengelolaan zakat hanya yang diberi izin saja yang boleh mengelola zakat. Selain itu juga dalam undang-undang No. 23 tahun 2011

³ Fachruddin, *Fiqh Dan Manajemen Zakat di Indonesia*. (Malang, UIN-Malang Press, 2008), 381

dijelaskan bahwa posisi pemerintah dan atau badan zakat pemerintah (BAZNAS) lebih tinggi dari masyarakat, jika sebelumnya pada undang-undang No. 38 tahun 1999 dijelaskankan bahwa posisi pemerintah dan masyarakat sejajar dalam pengelolaan zakat.⁴

Kalau diperhatikan banyak sekali lembaga zakat yang melakukan promosi produk dalam iklan melalui media masa, sehingga dalam penyampaian pesannya dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis yang harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.⁵

LMI (lembaga Manajemen Infaq) merupakan salah satu lembaga yang menangani masalah zakat. LMI adalah LAZDA (Lembaga Amil Zakat Daerah) Jawa Timur yang berpusat di Surabaya. Sebagai organisasi nirlaba yang berdiri sejak 1995 LMI telah mengendalikan 21 kantor cabang dengan berbagai layanan dan program. Seluruh dana donatur (*muzaki*) untuk *dhuafa* (*mustahiq*) yang dihimpun LMI melalui ZISWAF (zakat, infaq, shodaqah, dan wakaf) diperiksa oleh akuntan publik.

⁴ Asep Saepullah. (<http://www.facebook.com/saefullah30>). Diakses pada tanggal 03 Oktober 2015.

⁵ Onong Uchjana Effendi. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 23

Lembaga Manajemen Infaq (LMI) adalah salah satu Lembaga Amil Zakat yang bertugas mengumpulkan, mengolah, dan mendistribusikan zakat, infaq, dan shodaqah yang diperoleh dari donatur (muzakki) dan diserahkan kepada mustahiq yang berhak menerimanya.

Lembaga Manajemen Infaq (LMI) berdiri sebagai sebuah Yayasan Sosial yang tercatat dengan Akta Notaris Abdurachim, S.H., No. 11, tanggal 4 April 1995 dengan nama Yayasan Lembaga Manajemen Infaq Ukhuwah Islamiyah. Dan kini dengan SK Gubernur No 451/1701/032/2005. Lembaga Manajemen Infaq (LMI) disahkan sebagai LAZ propinsi Jawa Timur

Pada dasarnya sebuah organisasi, lembaga, maupun perusahaan yang dapat bertahan hidup karena adanya konsumen maupun pelanggan, mencari atau memperoleh konsumen atau pelanggan merupakan sesuatu yang sangat sulit. Oleh karena itu, ketika perusahaan telah mendapatkan konsumen kemudian perusahaan tersebut melupakan konsumen, maka berarti perusahaan tidak berusaha menjaga konsumen yang telah diraihnya.

Adapun salah satu yang dapat mengajak dan menjaga konsumen yang telah diraih oleh sebuah perusahaan adalah sarana komunikasi antara perusahaan dengan konsumen tersebut. Dimana peran komunikasi dapat membujuk konsumen yang saat ini dimiliki dan juga konsumen potensial untuk melakukan pembelian. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi bersifat persuasif, yaitu bagaimana membujuk konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.

Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri sendiri strategi komunikasi sangat diperhatikan karena dengan menggunakan komunikasi yang baik terhadap calon donatur atau para donatur maka akan menimbulkan efek yang positif. Adapun hal yang baik tersebut diantara para donatur yang telah mendonasikan dananya kepada pihak LMI, mereka akan merasa tenang. Selain itu dengan adanya hubungan komunikasi dengan para donatur, maka akan mengetahui keluhan yang dirasakan oleh para donatur atau pihak donatur akan leluasa memberikan kritikan terhadap pihak LMI itu sendiri. Sehingga Pihak Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kediri akan berusaha memperbaiki kekurangan tersebut.

Oleh karena itu untuk menambah serta mempertahankan donatur dibutuhkan strategi komunikasi untuk mengkomunikasikan atau mensosialisasikan ide, gagasan, nilai atau produk tertentu kepada masyarakat. Bagi organisasi nirlaba seperti lembaga amil zakat, dibutuhkan lagi usaha yang lebih keras mengingat bahwa organisasi ini tidak menawarkan “sesuatu manfaat” bagi konstituen. Tidak ada yang lebih berharga bagi lembaga nirlaba selain mendapatkan strategi untuk mengkomunikasikan nilai dan pesan-pesan mereka kepada publik.

Dengan semakin meningkatnya kualitas di berbagai aspek, maka LMI dinobatkan sebagai *Best Of The Best* Lembaga Amil Zakat Daerah (LAZDA) pada tahun 2010, dalam *The Award Nite* 2010 yang diadakan oleh Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), *Karim Busines Consulting*, dan forum

zakat (FOZ). Hal tersebut membuktikan bahwa LMI sebagai LAZDA terbaik dibandingkan dengan LAZDA yang lainnya.

Adapun Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri sendiri pernah mendapatkan piagam penghargaan dari Radar Kediri atas peran serta dalam kegiatan spirit Ramadhan tahun 2014 lalu. Selain itu, LMI Kediri juga pernah mendapat penghargaan atas kerja sama LMI Kediri dengan Jawa Pos Kediri dalam acara santunan anak yatim pada tanggal 13 Juni 2014. Dengan adanya kerja sama tersebut diharapkan bahwa pihak LMI akan dikenal oleh banyak masyarakat serta akan mendapat nilai positif dari masyarakat khususnya akan semakin dipercaya oleh donatur, sehingga donatur akan menunjukkan loyalnya kepada LMI. Bentuk loyal tersebut adalah bahwa donatur setia dengan LMI dan akan selalu mendonasikan dananya kepada LMI Kota Kediri. Selain itu, kantor sekarang yang terletak di Jl. Ronggo Warsito No. 28 Kediri itu hasil pemberian dari para donatur.

Adapun kaitannya dengan donatur, LMI Kota Kediri dalam Mencari donatur baik itu dalam melaksanakan kegiatannya, menawarkan program kepada masyarakat, dapat dikatakan mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan jumlah donatur yang setiap tahun meningkat dari tahun 2011 jumlah donatur rutin 924, tahun 2012 jumlah donatur 1185, tahun 2013 jumlah donatur 1305, dan pada tahun 2014 jumlah donatur mencapai 1554. Dengan semakin bertambahnya jumlah donatur LMI setiap tahunnya dapat dikatakan bahwa LMI Kota Kediri dalam pelaksanaannya diterima oleh masyarakat.

Alasan tersebut yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian atas pengkajian tentang “*Penerapan Strategi Komunikasi Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Donatur*”. Sehingga strategi yang telah terkonsep dapat menjadi stimulus tercapainya tujuan organisasi serta motivasi donatur dalam mendonasikan dananya pada lembaga amil zakat sehingga akan diketahui apakah strategi serta penerapannya sesuai dengan motivasi muzakki. Adapun penelitian ini kami lakukan di kantor cabang kota Kediri di Jl. Ronggo Warsito No. 28 Kediri.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang melatar belakangi diatas, disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri dalam Upaya Meningkatkan loyalitas Donatur?
2. Apa Faktor Pendukung Dan Penghambat Pada Penerapan Strategi Komunikasi Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Donatur?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri dalam Upaya Meningkatkan loyalitas Donatur.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pada penerapan strategi komunikasi efektif Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Kota Kediri dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Donatur.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoristis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Lembaga Amil Zakat, yaitu bagaimana suatu Lembaga Amil Zakat tersebut dapat dipercaya oleh masyarakat dengan melaksanakan tugasnya sebagaimana mestinya, serta bagaimana suatu Lembaga Amil Zakat dapat meningkatkan loyalitas donatur (yang mengeluarkan zakat).

2. kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

dari penelitian ini, penulis berharap dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah, serta sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh selama perkuliahan

dengan prakteknya dilapangan. Selain itu untuk menambah wawasan keilmuan dan daya analisis penulis yang kelak akan dijadikan bekal bila terjun dalam masyarakat.