

PENDAHULUAN

Zakat merupakan ibadah utama dalam Islam. Karena zakat termasuk dalam rukun Islam yang ketiga. Zakat juga merupakan ibadah *maaliyyah itjtima'iyah* yang memiliki posisi sangat penting, strategis dan menentukan, baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat. Jika dibandingkan dengan ibadah yang lain seperti sholat dan puasa, maka kesadaran pelaksanaan zakat masih belum diikuti dengan tingkat pemahaman tentang zakat. Misalnya, tentang jenis harta yang wajib zakat maupun tata cara pembayaran yang dituntunkan oleh syariat Islam menyebabkan pelaksanaan ibadah ini tergantung pada pemahaman masing-masing individu. Jadi, semakin individu tidak memahami tentang zakat, semakin tidak peduli juga dengan pentingnya zakat. Maka dari itu individu yang belum memahami tentang pentingnya zakat seharusnya perlu diberikan kajian tentang pentingnya ibadah zakat.

Untuk mewujudkan hal tersebut, perlu adanya suatu lembaga atau organisasi yang peduli dengan masyarakat yang masih belum memahami tentang ibadah zakat. Di Indonesia sudah banyak muncul lembaga pemerintah yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian zakat, yaitu Badan Amil Zakat tingkat nasional (BAZNAS) hingga tingkat daerah (BAZDA) ataupun lembaga non pemerintah yang biasa disebut Lembaga Amil Zakat (LAZNAS/ LAZDA) yang tentunya dapat membantu perorangan atau non- perorangan dalam memberi pemahaman tentang pentingnya zakat, serta menghimpun dan mengelola zakat agar penyalurannya dapat dilakukan secara cepat dan tepat sehingga fungsi zakat dapat dirasakan secara optimal. Namun sebenarnya tidak hanya soal menghimpun, mengelola serta menyalurkan dana, tetapi tentang bagaimana menerapkan strategi agar Lembaga Amil Zakat dapat terus menerus memiliki potensi yang besar untuk selalu meningkatkan kualitas dari lembaga tersebut.

Strategi komunikasi berarti cara atau rancangan rencana yang digunakan demi mencapai suatu tujuan dengan lebih efektif dan tepat guna agar tujuan organisasi dapat tercapai. Dalam penelitian ini, berfokus pada strategi komunikasi yang ada pada Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) di Kota Kendal dengan mengambil dua rumusan masalah, yakni bagaimana strategi komunikasi yang digunakan LAZISMU Kendal dan apa saja kendala dari LAZISMU dalam melakukan strategi komunikasi. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah 1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tinjauan pustaka, 2. Secara praktis, dapat digunakan bagi pembaca agar dapat memahami strategi komunikasi Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) yang ada di Kota Kendal.

Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi lembaga amil zakat kususyna dalam mendapatkan sumbangan tentunya sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, diantaranya : R. Sumantri Raharjo, “Strategi Komunikasi Lembaga Kemanusiaan dalam Menggalang Dana Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Dompot Dhuafa Yogyakarta dalam Penggalangan Dana)”, Okta Nugraini, “Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Sadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Dalam Mendapatkan Muzakki (Studi Kasus Lazismu Kota Yogyakarta)”, Rama Wijaya Kesuma Wardani, “ Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulan Zakat Maal”, Naddiyah Ratna Yuniar, “Analisis Pengumpulan, Pendistribusian, Pendayagunaan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqoh di Lazis Muhammadiyah Yogyakarta”, Tarsani, “Strategi Komunikasi Pemasaran Dompot Dhuafa dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzakki”, Adi Cahyono, “Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri Zakat Center dalam Upaya Penghimpunan Dana Ummat di Kalimantan Tengah”, Rahmi Hidayah, “Strategi Komunikasi LAZ Swadaya Ummah dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki di Pekanbaru”, Danang Budi Utomo,

“Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompet Dhuafa dalam Menjaga Loyalitas Donatur”, Nurdin, “Respon Muzakki terhadap Strategi Komunikasi Amil dalam Penggalangan Zakat Profesi di Lembaga Amil Zakat PT. PLN (Persero) Penyaluran dan Pusat Pengatur Beban (P3B) Jawa Bali Kelurahan Krukut- Kota Depok”, Nadia Anggraeni, “Strategi Komunikasi Rumah Zakat Indonesia dalam Pemberdayaan Lingkungan Masyarakat pada Program Senyum Lestari di Kelurahan Bintaro”. Adapun beberapa persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi komunikasi dan perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya.

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan yakni jenis penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan utama dalam menggunakan metode deskriptif adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variable dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian kualitatif dituntut mampu mengorganisasikan semua teori yang dibaca.

2. Subjek dan Objek

Pengambilan informan yang peneliti tuju untuk melengkapi dan mencari data-data penelitian yaitu narasumber, yang termasuk dari narasumber adalah informan utama untuk mendapatkan data seperti; manajer LAZISMU (Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah), serta fundraising. Subjek penelitian adalah Strategi Komunikasi dan objek penelitian adalah LAZISMU Kendal.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data antara lain,

observasi, wawancara dan dokumentasi.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mendapatkan data-data atau informasi yang berkaitan tentang strategi komunikasi LAZISMU dalam mendapatkan sumbangan dari muzakki di kota Kendal tahun 2018. Lembaga awal yang didirikan oleh Pimpinan Cabang Kendal adalah Bapelurzam (Badan Pelaksana Urusan Zakat Muhammadiyah), yaitu sebagai lembaga amil zakat yang saat itu digunakan sebagai payung hukum. Namun, pada tahun 2016 pengurus daerah Muhammadiyah berinisiatif untuk mengganti dengan bendera Lazismu sebagai lembaga yang sudah diakui oleh Kementerian Agama sebagai Lembaga Amil Zakat yang sah dan sesuai dengan UU No.11 tahun 2011 tentang lembaga amil zakat yang boleh beroperasi. Lembaga zakat, infaq dan sadaqah Muhammadiyah (Lazismu) merupakan lembaga zakat tingkat nasional yang berfokus dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawaan lainnya secara produktif baik dari perseorangan, perusahaan, instansi dan lembaga lainnya.

Susunan pelaksana pada Lazismu Kendal yaitu Bapak Sofwan Saputra S.Pd.I sebagai direktur utama pada lembaga tersebut. Beliau juga merupakan narasumber untuk peneliti. Adapun visi dari Lazismu Kendal yaitu menjadi Lembaga Amil Zakat terpercaya serta misi dari Lazismu Kendal yaitu optimalisasi pengelolaan ZIS yang amanah,

professional dan transparan, optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif serta optimalisasi pelayanan donatur. Sasaran dalam lazismu Kendal adalah Muzakki (masyarakat yang mengikuti pengajian, instansi ataupun lembaga), Mustahiq (8 asnaf zakat). Pengumpulan Zakat Infaq Shodaqoh dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu ZIS dijemput oleh petugas lazismu lalu diserahkan ke kantor, atau bias juga ZIS ditransfer melalui rekening bank lazismu, dan yang terakhir ZIS dapat dimasukkan kekaleng infaq dan shodaqoh (KIS), dimana KIS merupakan salah satu sarana yang digunakan oleh Lazismu Kendal agar menarik minat dan memudahkan muzakki dalam memberikan ZIS.

Pendistribusian Zakat Infaq Shodaqoh yang sudah terkumpul akan didistribusikan oleh Lazismu Kendal ke wilayah Kendal melalui empat program, antara lain, pendidikan yaitu dengan melakukan gerakan *save our school*. Dimana gerakan tersebut merupakan gerakan penyelamatan dan pembangunan sekolah-sekolah pinggiran. Kemudian pendistribusian program ekonomi yaitu pemberdayaan bersama dengan Majlis Ekonomi dan Kewirausahaan.

Selain itu adapula pendistribusian melalui program sosial, yaitu gerakan orang tua asuh, dimana gerakan ini terarah pada kepedulian sosial untuk menjamin keberlangsungan pendidikan anak-anak yatim dan anak dari keluarga dhuafa melalui sistim bea studi pengasuhan. Serta pendistribusian yang terakhir adalah melalui dakwah yang dilakukan di Masjid Mujahiddin Kendal.

Pencapaian pendistribusian program-program di atas, pastinya memerlukan strategi komunikasi pada Lazismu Kendal untuk mencapai tujuan dari lembaga tersebut. Strategi komunikasi Lazismu Kendal dilakukan dengan cara menawarkan program melalui fundraiser. Maksudnya pihak fundraiser atau pihak lazismu mendatangi calon muzakki lalu menawarkan

program dengan berbagai macam media yang dimiliki. Macam – macam program yang ada di lazismu kendal seperti, program beasiswa, bedah rumah, zakat produktif, zakat konsumtif, donasi kebencanaan serta pengajian rutin. Program beasiswa adalah program yang termasuk dalam program pendidikan. Program dilakukan dengan cara mencari data atau memperoleh data dari ranting-ranting kemudian mengklasifikasi murid yang berprestasi namun memiliki kekurangan dalam hal ekonomi. Program yang kedua adalah program bedah rumah , program ini termasuk dalam program sosial. Program ini dilakukan dengan cara mencari data atau memperoleh laporan pengajuan data dari ranting –ranting kemudian melakukan survey pada rumah dan pekerjaan orang yang rumahnya akan dibedah. Apabila pihak yang rumahnya akan dibedah tidak memiliki pekerjaan, maka dapat ditambahkan juga ke program zakat produktif atau (pendampingan UKM). Program zakat produktif sendiri juga termasuk dalam program sosial. Program ini adalah program pendampingan usaha kecil menengah. Program ini tidak dilakukan dengan cara memberi langsung modal berbentuk uang cash, namun pihak lazismu memberikan apa saja perangkat pekerjaan yang diperlukan serta mendampingi dalam usahanya. adapun program donasi kebencanaan missal, akhir-akhir ini di negeri kita sedang dirundung bencana alam seperti gempa di Palu dan Lombok. Jadi pihak lazismu langsung bergerak misal membuat pamlet, brosur ataupun memasukan bahasan tentang bencana alam dalam pengajian rutin yang membuat jamaahnya ingin memberikan bantuan. Kendala yang masih sering dihadapi oleh Lazismu kendal yaitu, banyak orang yang masih berstigma bahwa lazismu adalah milik muhammadiyah jadi selain warga muhammadiyah tidak berhak mengakses atau memberikan sumbangan kepada lazismu Padahal pihak lazismu berusaha mencari muzakki dan membantu menghimpun dana muzakki yang tidak hanya berasal dari warga muhammadiyah.

Perbedaan Lazismu Kendal dengan Lazis lainnya, terletak pada penggunaan Kaleng Infaq Shodaqoh (KIS), walaupun ada beberapa media lain yang digunakan seperti, media

internet yang berbentuk web (www.lazismukendal.org), facebook (lazismukendal), instagram (@lazismukendal), twitter (lazismukendal), kemudian media cetak seperti brosur , pamphlet dan baliho. Kaleng Infaq Shodaqoh (KIS) sendiri merupakan media andalan yang digunakan Lazismu Kendal yang diberikan kepada muzakki ataupun instansi yang bekerjasama dengan lazismu. Kaleng infaq shodaqoh juga diberikan saat pengajian rutin yang diadakan oleh lazismu yang bekerja sama dengan majelis tabligh yang dilakukan pada hari Ahad pagi. Selain itu, Lazismu Kendal juga bekerjasama dengan sekolah, Lazismu Kendal memberikan kaleng KIS kepada pihak sekolah dan mensosialisasikan lewat guru pada sekolah tersebut. Saat kaleng KIS sudah terkumpul pihak sekolah mengembalikan kaleng tersebut untuk dihimpun dan didistribusikan. Kemudian jika peralatan sekolah ada yang sudah tidak layak pakai , pihak sekolah mislakan meminta bantuan pada pihak lazismu tentunya jika dirasa memang perlu pasti akan dibantu. Kemudian bekerja sama dengan rumah sakit. Pihak rumah sakit diberikan kaleng KIS entah untuk dokter ataupun perawat. Adapun cara fundraiser menarik minat dengan cara menawarkan program, lalu pihak fundraiser memberikan satu buah kupon yang berisi dua kuota kemudaian muzakki diajak mengikuti pengajian rutin yang nantinya bisa memberikan zakat infaq shodaqohnya kepada siapa yang ingin diberi, biasanya muzakki memberikan sumbangan kepada tentangga dekat atau kerabat yang membutuhkan. Akan tetapi tetap akan melalui seleksi pihak lazismu agar sumbangan yang diberikan tepat pada sasaran yang benar-benar membutuhkan. Muzakki juga bisa memberikan zakat infaq shodaqohnya dalam bentuk apapun entah sumbangan berupa uang ataupun kebutuhan pokok.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi LAZISMU (Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah) dalam Mendapatkan Sumbangan dari Muzakki di Kabupaten Kendal diantaranya :

- a. Strategi yang digunakan Lazismu dengan cara menawarkan program melalui fundraiser dengan menggunakan media. Media yang meningkatkan jumlah penghimpunan serta menambah jumlah muzakki adalah media kaleng KIS karena lebih mudah dan nyaman.
- b. Faktor pendukung Lazismu dalam mendapatkan sumbangan dari muzakki adalah faktor daerah dan faktor bekerja sama dengan lembaga atau instansi. Misalnya bekerjasama dengan jalur pendidikan seperti sekolah dan perguruan tinggi, jalur sosial seperti rumah sakit, panti, organisasi sosial masyarakat sekitar serta amal usaha Muhammadiyah. Kemudian masjid atau majelis tabligh yang masuk dalam jalur dakwah.
- c. Faktor penghambat Lazismu dalam mendapatkan sumbangan dari muzakki adalah banyaknya masyarakat yang masih berstigma bahwa Lazismu adalah milik Muhammadiyah jadi selain warga Muhammadiyah tidak berhak mengakses atau memberikan sumbangan kepada Lazismu. Ada beberapa pihak yang ingin memiliki andil banyak yang justru memperlambat proses penghimpunan dan pendistribusian. Kemudian proses pembuatan kaleng yang memerlukan waktu dan pendataan kaleng KIS yang tersebar belum valid.

Saran

Strategi komunikasi lazismu perlu dikembangkan misalnya dengan memperluas pengajian ke berbagai masjid agar masyarakat semakin banyak yang mengikuti pengajian serta memberikan sumbangan. Semakin banyak masyarakat yang mendatangi masjid membuat warga sekitar yang bukan dari warga Muhammadiyahpun tertarik. Atau sesekali mengundang ustaz yang cukup terkenal agar menarik minat masyarakat dalam mengikuti

pengajian. Pada dasarnya setiap lembaga apapun selalu ada pihak yang ingin terlihat luar biasa dengan mengambil banyak tugas, maksudnya memang baik akan tetapi untuk memperefektif waktu akan lebih baik dikerjakan secara bersama-sama. Untuk permasalahan pada pembuatan kaleng KIS akan lebih baik jika dipersiapkan jauh-jauh hari stok kalengnya sebelum ada pengajian atau pembagian kaleng kepada muzakki.