

**STRATEGI PEMASARAN PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ
DAN SHODAQOH PADA BADAN AMIL ZAKAT
(Studi Kasus Badan Amil Zakat Kabupaten Wonosobo)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)
Jurusan Manajemen Dakwah (MD)



JAMIL

071311011

**FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) WALISONGO
SEMARANG
2012**



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185 Telp. (024) 7606405

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 5 (lima) eksemplar

Hal : **Persetujuan Naskah Skripsi**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

IAIN Walisongo

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : JAMIL

NIM : 071311011

Fak./Jur : DAKWAH / MD

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PENGHIMPUNAN DANA
ZAKAT, INFAQ DAN SHODAQOH PADA BADAN AMIL
ZAKAT (Studi Kasus Badan Amil Zakat Kabupaten
Wonosobo).**

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian,
atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 Juni 2012

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tatatulis

Ariana Suryorini, SE, M.MSI.

NIP. 19770930 200501 2 002

Bidang Substansi Materi

Drs. H. M. Mudhofi, M.Ag

NIP. 19690830 199803 1 001

PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ
DAN SHODAQOH PADA BADAN AMIL ZAKAT
(Studi Kasus Badan Amil Zakat Kabupaten Wonosobo)**

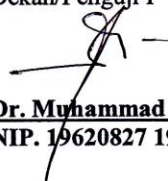
Disusun oleh

JAMIL
071311011

Telah dipertahankan di Dewan Penguji
pada tanggal 21 Juni 2012
dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

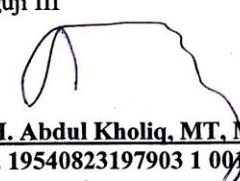
Ketua Dewan Penguji
Dekan/Penguji I


Dr. Muhammad Sulthon, M. Ag
NIP. 19620827 199203 1 001

Penguji II

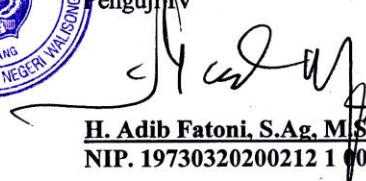

Drs. H. Anasom, M. Hum
NIP. 19661225 199403 1 004

Penguji III


Dr. H. Abdul Kholiq, MT, M. Ag.
NIP. 19540823197903 1 004



Penguji IV


H. Adib Fatoni, S. Ag, M. Si.
NIP. 19730320200212 1 002

...

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang peroleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 21 Juni 2012

JAMIL
NIM: 071311011

MOTTO

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا فَلِنَفْسِهِ ۖ وَمَنْ أَسَاءَ فَعَلَيْهَا ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُمْ تُرْجَعُونَ ﴿١٥﴾

*Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, Maka itu adalah untuk dirinya sendiri, dan
Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan, Maka itu akan menimpa dirinya sendiri,
kemudian kepada Tuhanmulah kamu dikembalikan (QS. AL-Jaatsiyah : 15).*

ABSTRAK

Lahirnya UU No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat dan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 373 Tahun 2003 sebagai petunjuk pelaksanaannya, sebagai langkah awal bagi Islam untuk mendirikan amil zakat. Penulis melihat bahwa di Kabupaten Wonosobo, telah berdiri amil zakat yang dikenal dengan Badan Amil Zakat (BAZ) Kabupaten Wonosobo, lembaga ini dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Wonosobo dan Kementerian Agama Kabupaten Wonosobo, walaupun BAZDA Kabupaten Wonosobo telah beroperasi kurang lebih selama 11 tahun, namun dalam menerapkan strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* masih kurang maksimal. Adapun pokok permasalahan dalam penelitian ini antara lain: Bagaimana strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* yang dilakukan oleh BAZDA Kabupaten Wonosobo? Apa faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* yang dilakukan oleh BAZDA Kabupaten Wonosobo?

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yaitu peneliti melihat sudut kualitas/mutu dari obyek peneliti ini. Adapun pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan pemasaran. Pengumpulan data penelitian, peneliti telah melaksanakan wawancara, observasi maupun pengumpulan dokumentasi sebagai pelengkap dalam penelitian ini. Isi pokok pembahasan penelitian ini adalah strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* pada badan amil zakat Kabupaten Wonosobo dari segi pengumpulan. Setidaknya dengan dilakukannya penelitian tersebut, dapat menjadi upaya untuk mendidik bagaimana menjadi seorang yang Dermawan akan kepeduliannya terhadap saudara-saudara yang kurang mampu atau di bawah garis kemiskinan. Disamping itu, penelitian tersebut juga dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat khususnya Kabupaten Wonosobo untuk menyalurkan dana zakat, *infaq* dan *shodaqohnya* melalui BAZDA Kabupaten Wonosobo.

Adapun hasil temuan BAZDA Kabupaten Wonosobo bahwa BAZDA merupakan salah satu lembaga amil zakat yang sangat potensial untuk mensejahterakan masyarakat Wonosobo. Sebab BAZDA Kabupaten Wonosobo sudah mempunyai donatur atau *muzakki* yang jelas yaitu dari golongan PNS. Sayangnya selama ini BAZDA Kabupaten Wonosobo belum secara maksimal dalam menerapkan strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh*. Ada beberapa strategi pemasaran dalam menghimpun dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* yang sudah dilakukan BAZDA Kabupaten Wonosobo yaitu: Pertama, program gerakan sadar zakat, gerakan sadar zakat ini dilaksanakan terbatas pada saat pemerintah Kabupaten Wonosobo melakukan acara. Kedua, BAZDA Kabupaten Wonosobo lebih memprioritaskan penghimpunan dana zakat, *infaq* dan *shodaqoh* melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang ada di kecamatan. Namun, upaya ini juga masih belum maksimal. Hal ini dapat di lihat dari lima belas UPZ kecamatan, baru tiga UPZ yang mampu menghimpun dana ZIS dengan nominal yang cukup besar. Tiga UPZ tersebut adalah Kecamatan Wonosobo dengan dana ZIS Rp. 15.830.050, Kecamatan Garung dengan dana ZIS Rp. 10.952.445 dan Kecamatan Kalibawang dengan dana ZIS Rp 11.698.00

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, ketenangan, dan kesehatan serta melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan skripsi ini berjudul **‘STRATEGI PEMASARAN PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ DAN SHODAQOH PADA BADAN AMIL ZAKAT (Studi Kasus Badan Amil Zakat Kabupaten Wonosobo)’** tanpa suatu halangan apapun.

Sholawat serta salam penulis limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan kita.

Penulis menyadari bahwa sekripsi ini mungkin belum memadai. Penulis telah berusaha dengan segala daya dan kemampuan. Semoga di masa yang akan datang penulis dapat lebih baik. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Muhammad Sulton, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Drs. H. Muhamad Mudhofi, M. Ag, selaku pembimbing I dan Ibu Ariana Suryorini, SE, M.MSI, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sejak awal penulisan hingga menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
3. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc. M.Ag. selaku dosen wali studi.
4. Para Dosen dan staf-stafnya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan.
5. Keluarga besar Surat Kabar Mahasiswa (SKM) AMANAT (Mas Farih, Cak Her, Mas Amien Fauzi, Mas Musafak, Khoirul Muzakki, Hamidun Nafis, Abdul Arif, Ipang, Odi Gagap, Nazil, Mbak Eni, Afi, Rohman, Aufal, Mhamhe dan semua kru SKM AMANAT) yang telah menghibur, memotivasi, memberikan banyak ilmu dan nasehat penulis, semoga bermanfaat dan Semoga selalu dalam lindungan-Nya.

6. Sahabat-sahabat keluarga besar MD (Manajemen Dakwah) 2007 yang telah menghibur penulis & selalu memotifasi penulis. Semoga perjuangan kita akan memberikan kesuksesan.

Dengan segala kerendahan hati dan juga puji syukur kepada Allah yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, semoga amal Bapak dan Ibu beserta para staf-stafnya dan juga semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu diterima semua amal shalehnya di sisi Allah SWT, Amin.

Akhirnya, skripsi ini dapat selesai, meskipun sangat sederhana dan masih banyak kekurangan mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi semua orang dan khususnya bagi penulis sendiri.

Semarang, 21 Juni 2012

Penulis,

JAMIL
071311011

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN NOTA PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN ABSTRAKSI | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL DAN LAMPIRAN | xii |

BAB I : PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.3.1. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.3.2. Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4. Tinjauan Pustaka | 10 |
| 1.5. Kerangka Teoritik | 12 |
| 1.6. Metode Penelitian | 20 |
| 1.6.1 Jenis Penelitian | 21 |
| 1.6.2 Teknik Pengumpulan Data | 22 |
| 1.6.3 Teknik Analisis Data | 25 |
| 1.7. Sistematika Penulisan | 26 |

BAB II : KERANGKA TEORITIK

| | |
|---|----|
| 2.1 Pengertian Zakat, Infaq dan Shodaqoh | 28 |
| 2.2 Dasar Hukum Zakat, Infaq dan Shodaqoh | 31 |
| 2.3 Syarat dan Rukun Zakat | 34 |
| 2.3.1. Orang Yang Wajib Berzakat..... | 34 |
| 2.3.2. Harta Yang Wajib Dizakati | 34 |

| | | |
|--------|---|----|
| 2.3.3. | Syarat Sahnya Zakat | 37 |
| 2.3.4. | Rukun Zakat | 38 |
| 2.4 | Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shodaqoh | 38 |
| 2.5 | Strategi Pemasaran | 42 |
| 2.5.1. | Pasar Target | 44 |
| 2.5.2. | Bauran Pemasaran | 47 |
| 2.6 | Pengertian Amil | 52 |
| 2.7 | Tugas dan Wewenang Badan Amil Zakat | 58 |

BAB III : PROFIL DAN PROGRAM BADAN AMIL ZAKAT (BAZ)

KABUPATEN WONOSOBO

| | | |
|--------|---|----|
| 3.1. | Latar Belakang Berdinya BAZ Kabupaten Wonosobo | 63 |
| 3.2. | Arah Kebijakan Umum BAZ Kabupaten Wonosobo | 67 |
| 3.3. | Susunan Organisasi BAZ Kabupaten Wonosobo | 70 |
| 3.4. | Fungsi dan Tugas Pengurus BAZ Kabupaten Wonosobo .. | 73 |
| 3.4.1. | Dewan Pertimbangan | 73 |
| 3.4.2. | Komisi Pengawas | 73 |
| 3.4.3. | Badan Pelaksana | 74 |
| 3.4.4. | Struktur Organisasi BAZ Kabupaten Wonosobo ... | 76 |
| 3.5. | Visi dan Misi BAZ Kabupaten Wonosobo | 77 |
| 3.6. | Tujuan dan Sasaran BAZ Kabupaten Wonosobo | 77 |
| 3.7. | Kebijakan BAZ Kabupaten Wonosobo..... | 78 |
| 3.8. | Program Umum BAZ Kabupaten Wonosobo..... | 79 |
| 3.9. | Strategi Penghimpunan Zakat, Infaq dan Shodaqoh BAZ Kabupaten Wonosobo | 83 |

BAB IV : ANALISIS TENTANG STRATEGI PEMASARAN PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT, INFAQ DAN SHODAQOH PADA BAZDA KABUPATEN WONOSOBO.

| | | |
|------|---|----|
| 4.1. | Strategi Pemasaran Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Shodaqoh Pada BAZDA Kabupaten Wonosobo | 96 |
|------|---|----|

| | |
|---|-----|
| 4.2. Hambatan-Hambatan yang dihadapi dalam Strategi Pemasaran Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Shodaqoh di BAZDA Kabupaten Wonosobo. | 105 |
|---|-----|

BAB V : PENUTUP

| | |
|------------------------|-----|
| 5.1. Kesimpulan | 112 |
| 5.2. Saran-saran | 115 |
| 5.3. Penutup | 116 |

DAFTAR TABEL DAN LAMPIRAN

| Daftar Tabel | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 1 Daftar Perolehan dana zakat, <i>infaq</i> dan <i>shodaqoh</i> BAZ Kabupaten Wonosobo Tahun 2003-2011. | 66 |
| Tabel 2 Struktur BAZ Kabupaten Wonosobo tahun 2009-2012 | 76 |
| Tabel 3 Daftar Para Muzakki BAZ Kabupaten Wonosobo di Kecamatan | 85 |
| Tabel 4 Daftar para muzakki di Instansi pemerintah dan Swasta | 87 |

LAMPIRAN

- Lampiran 1. Slip Setoran Muzakki BAZDA Kabupaten Wonosobo.
- Lampiran 2. Rekapitulasi Daftar Penerimaan Zakat.
- Lampiran 3. Surat Pengantar Daftar Penerimaan Zakat.
- Lampiran 4. Lembar Disposisi.
- Lampiran 5. Bulletin BAZDA Kabupaten Wonosobo.
- Lampiran 6. Foto-foto.