

**STRATEGI SOSIALISASI BAZNAS KABUPATEN SEMARANG
DALAM UPAYA PENINGKATKAN MOTIVASI BERZAKAT
PARA MUZAKKI**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S. Sos.)

Jurusan Manajemen Dakwah

Oleh:

Hanna Ni'matul Izzah

1601036135

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2020

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah (MD)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Hanna Ni'matul Izzah
NIM : 1601036135
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : **Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang dalam Meningkatkan Motivasi Para Muzakki**

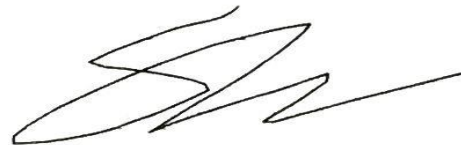
Telah kami setuju dan oleh karenanya kami mohon untuk segera diujikan.

Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr.Wb

Semarang, 3 Juni 2020

Pembimbing



Dedy Susanto, S. Sos. I., M.S.I.

NIP. 19810514 200710 2 008

PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI SOSIALISASI BAZNAS KABUPATEN SEMARANG DALAM
UPAYA PENINGKATAN MOTIVASI BERZAKAT PARA MUZAKKI

Disusun Oleh:

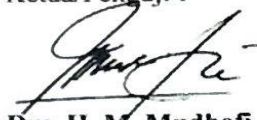
Hanna Ni'matul Izzah

1601036135

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Juni 2020 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



Drs. H. M. Mudhofi, M.Ag
NIP. 19690830 199803 1 001

Sekretaris/Penguji II



Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I
NIP. 19810514 200710 2 008

Penguji III



Saerozi, S.Ag., M.Pd
NIP. 19700605 199803 1 004


Penguji IV



Dr. Agus Riyadi, S.Sos.I., M.S.I
NIP. 19800816 200710 1 003

Mengetahui

Pembimbing



Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I
NIP. 19810514 200710 2 008

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal, 19 Juni 2020



Dr. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini 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 diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, Juni 2020

Penulis,



Hanna Ni'matul Izzah

NIM. 1601036135

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayahNya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam tidak lupa Penulis haturkan kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membantu umat manusia keluar dari jalan jahilliyah menuju jalan terang yang diridloi oleh Allah SWT.

Skripsi yang berjudul: **Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang dalam Upaya Peningkatkan Motivasi Para *Muzakki*** ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Penulis tidak mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa bantuan dari pihak-pihak yang telah Allah kirimkan untuk Penulis. Penulis menyadari bahwa Penulis memiliki banyak kekurangan. Semoga apa yang telah mereka korbakan dibalas oleh Allah SWT. Amin. Ucapan terima kasih Penulis tujukan kepada:

1. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, Bapak Dr. H. Muhammad Arja Imroni M.Ag. dan Wakil Dekan serta staf yang telah memberikan pelayanan terbaik untuk mahasiswa.
2. Dedy Susanto, S. Sos. I., M.S.I selaku pembimbing, terima kasih atas koreksi, arahan, masukan, kritik dan saran selama Penulis melaksanakan proses bimbingan.
3. Ketua Jurusan Manajemen Dakwah yaitu Dra. Siti Prihatiningtyas, M Pd beserta pengurus yang telah memberikan pelayanan terbaik untuk mahasiswa.

4. Bapak dan Ibu tercinta yaitu Bapak Marno dan Ibu Lasmini yang telah berkorban segenap jiwa dan raga demi melihat Penulis berjuang menggapai cita-cita, yang telah menumpahkan keseluruhan air mata demi melihat Penulis bahagia.
5. Kakak Perempuan dan Kakak Laki-laki Penulis yaitu Fitriana Hadyi Nur Ummah dan Muhammad Yasir Musa yang telah membantu Penulis dalam proses pembuatan skripsi dan selalu memberi semangat dalam menggapai cita.
6. Adik laki-laki Penulis yaitu Muhammad Mu'tasim Billah dan Muhammad Ali Fikri yang telah membuat Penulis semangat dalam menggapai cita-cita, yang selalu mengingatkan Penulis untuk selalu bersyukur atas kehidupan yang telah diberikan oleh Allah SWT.
7. Keluarga besar Penulis yang senantiasa mendoakan yang terbaik untuk Penulis.
8. Gus Su'udud Tashdiq dan Ibu Hidayah selaku pengasuh PMPI (Pesantren Mahasiswa Pemuda Islam) Semarang, terima kasih atas segalanya.
9. Keluarga besar PMPI (Pesantren Mahasiswa Pemuda Islam) Semarang yang telah membimbing dan menyadarkan Penulis untuk memiliki pribadi yang lebih baik.
10. Mentor PMPI (Pesantren Mahasiswa Pemuda Islam) Semarang yang selama ini telah memberikan arahan untuk kami supaya menjadi lebih baik.
11. Keluarga besar KKN Posko 36 Desa Mendongan Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.
12. Teman satu kelas Manajemen dakwah-D angkatan 2016.
13. Keluarga besar IMAGIRI (Ikatan Mahasiswa Wonogiri) Walisongo Semarang yang selalu memberi semangat Penulis dalam proses penyusunan skripsi.

14. Semua pihak yang telah memberikan motivasi kepada Penulis untuk senantiasa selalu berjuang dalam meniti kehidupan.

Semarang, Mei 2020

Penulis,

Hanna Ni'matul Izzah

1601036135

PERSEMBAHAN

Skripsi ini, Penulis persembahkan kepada orang-orang yang selalu mendukung gerak langkah Penulis untuk mewujudkan cita-cita. Untuk kedua orang tua Penulis yaitu Bapak Marno dan Ibu Lasmini yang telah bekerja keras baik melalui doa maupun usaha untuk membantu Penulis tertatih-tatih dalam mewujudkan cita. Kemudian untuk kakak saya yaitu Fitriana Hadyi Nur Ummah, Muhammad yasir Musa, adik saya yaitu Muhammad Mu'tasim Billah dan Muhammad Ali fikri yang telah menyadarkan Penulis untuk terus berusaha semaksimal mungkin supaya mampu mewujudkan apa yang Penulis citakan. Kemudian untuk keluarga besar Penulis yang senantiasa mendoakan dan mendukung Penulis sehingga Penulis mampu mencapai titik ini.

Selain itu, Penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada Pengasuh PMPI yaitu Gus Su'udud Tashdiq dan Ibu Hidayah yang telah membantu Penulis dalam segala hal. Semoga kebaikan Panjenengan dibalas oleh Allah dengan hal yang lebih baik. Kemudian, Penulis persembahkan skripsi ini kepada mentor, guru dan dosen yang telah lelah memberikan sumbangsih ilmunya kepada Penulis. Serta, Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada UIN Walisongo Semarang dan kepada teman-teman seperjuangan yang sedang berusaha mencapai kesuksesan.

MOTTO

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ؕ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ؕ إِنَّ اللَّهَ
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh Allah maha kuasa atas segala sesuatu”. (QS. Al-Baqarah ayat 148)

ABSTRAK

Penelitian ini ditulis oleh saudari Hanna Ni'matul Izzah (601036135) dengan judul "STRATEGI SOSIALISASI BAZNAS KABUPATEN SEMARANG DALAM UPAYA PENINGKATAN MOTIVASI PARA MUZAKKI". Sosialisasi merupakan salah satu program kegiatan yang ada di Lembaga zakat. Dengan Sosialisasi lembaga zakat dapat memaksimalkan jumlah dana zakat di Kabupaten Semarang yang mayoritas penduduknya adalah seorang muslim. Membayar zakat merupakan hal yang wajib di lakukan oleh seorang muslim.

Penelitian ini akan membahas bagaimana Lembaga zakat BAZNAS Kabupaten Semarang menerapkan program kegiatan startegi sosialisasi dalam meningkatkan motivasi para muzakki untuk membayar zakat. Dengan hal itu, supaya pemerolehan dana zakatnya dapat maksimal.

Menurut pemaparan diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada permasalahan strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang Dalam Upaya Peningkatan Motivasi Para Muzakki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi sosialisasi yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Semarang dalam meningkatkan motivasi muzakki, serta Potensi dana zakat yang ada di Kabupaten Semarang.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode penelitian lapangan (field research). Adapun dalam metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Setelah data-data terkumpul maka penulis menganalisis dengan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan yaitu, pertama, Selama ini strategi sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Semarang yaitu, melalui media, memanfaatkan media cetak, sosialisasi melalui media sosial, sosialisasi melalui media massa, melalui televisi dan radio. Strategi dengan melakukan ceramah dan khutbah. Selain itu juga melakukan sosialisasi secara langsung ke instansi, BUMN, BUMD dan lembaga vertikal.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Metode Penelitian	6
1. Jenis Penelitian	13
2. Sumber Data.....	13
3. Teknik Pengumpulan Data	14
4. Uji Keabsahan Data	15
5. Teknik Analisis Data	16

6. Sistematika Penulisan	17
--------------------------------	----

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen	19
1. Pengertian Manajemen.....	19
2. Fungsi Manajemen	20
B. Strategi	24
3. Pengertian Strategi	24
4. Jenis-Jenis Strategi	25
C. Sosialisasi.....	20
1. Pengertian Sosialisasi.....	26
2. Tujuan Sosialisasi	27
3. Fungsi Sosialisasi	29
4. Bentuk Sosialisasi	29
5. Tioe Sosialisasi	30
6. Pola Sosialisasi.....	30
7. Proses Sosialisasi	31
D. Strategi Sosialisasi	27
1. Pengertian Strategi Sosialisasi	31
E. Zakat	35
1. Pengertian Zakat	35
2. Macam-macam Zakat	36
3. Dasar Hukum Zakat	38
4. Rukun dan Syarat Zakat	40

5. Tujuan dan Hikmah Zakat	40
6. Besaran Zakat	41
7. Urgensi Pengelolaan Zakat	44

BAB III : GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Badan Amil Zakat Nasional	47
B. Visi Misi BAZNAS Kabupaten Semarang.....	50
C. Semangat Pengelola BAZNAS Kabupaten Semarang	51
D. Struktur Organisasi BAZNAS	51
E. Tugas Pokok dan Fungsi	53
F. Program Pemberdayaan BAZNAS Kabupaten Semarang	56
G. Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang	57
H. Potensi Zakat Kabupaten Semarang.....	67

BAB IV : ANALISIS

A. Analisis Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang dalam Upaya Peningkatan Motivasi Para <i>Muzakki</i>	73
B. Analisis Potensi Zakat di Kabupaten Semarang.....	75

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Rekomendasi	80

C. Penutup 80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIODATA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat menurut istilah fiqh berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak (Qardawi, 2006: 34). Zakat merupakan manifestasi gotong royong antara orang kaya dengan orang miskin. Melalui pemberdayaannya, zakat dapat memberikan perlindungan kepada masyarakat dari bencana sosial, yaitu jeratan hutang, kemiskinan, ketidakberdayaan secara ekonomi dan kelemahan baik fisik maupun mental (Tarmizi, 2016: 3).

Zakat juga merupakan rukun Islam yang ketiga, kedudukannya sebagai salah satu dari pilar bangunan Islam sangat penting. Sebagai salah satu syariat Islam, zakat memiliki hubungan erat seseorang dengan masyarakat. Sebab, zakat dapat membantu meringankan beban kehidupan orang yang membutuhkan. Zakat bisa mensejahterakan umat Islam, bahkan dapat mengentaskan kemiskinan seluruh warga Indonesia.

Kemiskinan merupakan permasalahan yang krusial. Masalah yang sampai sekarang masih menjadi masalah besar bagi Indonesia. Masalah tersebut juga dialami oleh sebagian masyarakat Kabupaten Semarang bagian Selatan. Menurut hasil statistik kesejahteraan rakyat kabupaten Semarang pada tahun 2019 masih ada 11,16 persen yang masih memerlukan program bantuan sosial. bahkan masih ada sekitar 0,28 persen penduduk dengan usia 7-24 tahun yang tidak/ belum pernah bersekolah dan perlu mendapatkan perhatian. Sementara itu, penduduk berumur 15 tahun ke atas yang tidak memiliki ijazah SD sebanyak 17,83 persen (Iriana. 2019: 67)

Dari data tersebut berarti, masih sekitar 17.000 Keluarga yang masih memerlukan program bantuan sosial, sekitar 50 anak yang tidak bersekolah dan sekitar 852 anak berumur 15 tahun yang tidak memiliki ijazah SD. Bukan jumlah sedikit yang masih memerlukan bantuan. Padahal banyak dari masyarakat di sana yang berpenghasilan cukup untuk membantu tetangga yang masih kekurangan.

Sebagaimana fenomena yang umum terjadi di beberapa bagian negara Indonesia. Tingkat kemiskinan di Indonesia tergolong tinggi. Padahal, mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam. Ajaran Islam mencakup segala aspek kehidupan. Islam mempunyai pilar perekonomian, sebagai pemakmur kehidupan umat muslim. Namun, di Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim justru berperekonomian menengah kebawah. Dengan zakat perekonomian umat dapat stabil dan seimbang. Sebagaimana fungsi zakat sebagai sarana yang baik untuk menghubungkan antara orang-orang kaya dan orang-orang yang berhak menerima zakat.

Ada dua jenis zakat yang biasa ditunaikan oleh umat Muslim. pertama zakat fitrah, yang biasa ditunaikan oleh umat Islam sebelum melaksanakan hari raya *Idul fitri*. Kedua zakat mal dan zakat profesi. Ada banyak jenis zakat yang wajib ditunaikan oleh umat Muslim. Dengan begitu, sudah lebih dari cukup apabila dana-dana ini digunakan untuk menyeimbangkan perekonomian masyarakat Kabupaten Semarang

Peluang terkumpulnya dana zakat di Kabupaten Semarang tergolong tinggi. Data pemerolehan dana zakat pertahunnya selalu mengalami peningkatan. Jumlah dana zakat yang terkumpul di BAZNAS Semarang meningkat yaitu pada tahun 2017 sebanyak 1.054.228.413, tahun 2018 sebanyak 1.312.495.268 dan pada tahun 2019 sebanyak 1.418.474.880. (Rozak, wawancara, 17 Februari 2020). Banyak dari masyarakat Kabupaten Semarang yang berpenghasilan tinggi. Apabila peluang tersebut dapat dikelola

sebagaimana mestinya, tentu dapat meringankan keluarga lain yang masih ber perekonomiam menengah kebawah. Salah satu hal penting adalah pengetahuan masyarakat Kabupaten Semarang mengenai zakat.

Maka dari itu perlu adanya Sosialisasi mengenai zakat agar masyarakat Semarang mengetahui betapa pentingnya zakat untuk mengentaskan kemiskinan tetangganya dan motivasi supaya semangat berzakat masyarakat Kabupaten Semarang semakin meningkat. Selain itu, harus adanya strategi sosialisasi secara langsung dan startegi melalui media, baik media massa, cetak, maupun media sosial. Salah satu lembaga pengelolaan zakat yang ada di Kabupaten Semarang yaitu BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional). Lembaga ini telah lama berdiri, tepatnya pada hari Selasa, 1 November 1988. Lembaga tersebut didirikan guna menyeimbangkan perekonomian masyarakat Kabupaten Semarang (Munashir. 2017: 1)

BAZNAS Kabupaten Semarang pada tahun 2019 sudah meraih predikat Wajar Tanpa Pengecualin (WTP). Artinya, BAZNAS Kabupaten Semarang sudah berkomitmen untuk transparansi dan keterbukaan dalam laporan keuangan. Predikat WTP diperoleh dari hasil pemeriksaan laporan keuangan yang disusun berdasarkan standar akuntansi dan diaudit menggunakan norma pemeriksaan akuntansi zakat oleh kantor akuntan publik Sodikin dan Harijanto. (Tobari. infopublik.id/kategori/nusantara/208634/dana-zakat-kabupaten-semarang-bisa-percepat-pengentasan-kemiskinan., diakses 10 Februari 2020).

Selain diaudit oleh akuntan publik, BAZNAS Kabupaten Semarang juga diaudit oleh Kantor Kementrian Agama Provinsi Jawa Tengah untuk menilai kelayakan teknis atas program kerja yang dilaksanakan. Namun, hingga saat ini, permasalahan kemiskinan masih ada. Setelah ditinjau kembali, salah satu faktor penghambat meningkatnya dana zakat yang diperoleh di

BAZNAS Kabupaten Semarang yaitu kurangnya strategi sosialisasi mengenai zakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian ini yaitu mengulas tentang bagaimana strategi sosialisasi di BAZNAS Semarang guna meningkatkan semangat berzakat. Fokus penelitian ini juga dilatar belakangi salah satu misi dari BAZNAS Kabupaten Semarang tersebut yaitu, meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menyalurkan Zakat Infaq dan Shadaqah lewat BAZNAS. Maka, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang Dalam Upaya Peningkatan Motivasi Berzakat Para Muzakki**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang dalam upaya peningkatan motivasi berzakat para *muzakki* ?
2. Bagaimana potensi zakat di Kabupaten Semarang ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang dalam upaya peningkatan motivasi berzakat para *muzakki*.
2. Untuk mengetahui potensi zakat di Kabupaten Semarang

Manfaat Penelitian

1. Sebagai tambahan keilmuan bagi para lembaga yang berdiri dalam mensosialisasikan pembayaran zakat.
2. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi landasan pembelajaran mengenai sosialisasi zakat bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi para pengurus zakat mengenai strategi sosialisasi zakat yang tepat bagi lembaga zakat.

3. Secara paktis bagi peneliti, mampu membuka wacana dan menambah khasanah pengetahuan dan keilmuan mengenai sosialisasi zakat. Bagi BAZNAS Kab Semarang dapat memberikan pengetahuan mengenai strategi sosialisasi zakat yang lebih efektif, efisien dan berpegaruh besar bagi para *muzakki*. Serta bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi penelitian ini mampu memberikan sumbangsih pemikiran dan kemajuan pembelajaran dan proses perkuliahan di kelas, utamanya bagi mahasiswa Manajemen Dakwah.

D. Tinjauan Pustaka

Sepanjang penelusuran penulis, telah ada penelitian sebelumnya yang membahas mengenai strategi sosialisasi lembaga zakat dalam meningkatkan semangat berzakat. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Ummunikatun Abada, mahasiswa Fakultas Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, dengan judul “Strategi Sosialisasi Rumah Zakat Cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Kesadaran Membayar Zakat Masyarakat Menurut Tinjauan Ekonomi Islam”. Pada tahun 2013. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh besarnya potensi zakat di Indonesia yang dapat diserap dari masyarakat. Badan dan Lembaga Amil Zakat sangat diharapkan dalam hal pemungutan dan pengelolaan dana zakat, Tetapi, dilapangan dalam pengumpulan dana zakat tersebut sering ditemui hambatan oleh Lembaga Amil Zakat, salah satunya yaitu pemahaman masyarakat akan kewajiban masyarakat masih kurang. Oleh karena itu, perlunya sosialisasi yang mendalam ditengah-tengah masyarakat perlu dilakukan sebagai bentuk penyadaran masyarakat akan kewajiban zakat. Rumusan masalah yang diteliti adalah bagaimana strategi sosialisasi yang dilakukan Rumah Zakat Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan kesadaran membayar zakat masyarakat, dan juga bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Rumah Zakat Cabang

Pekanbaru dalam meningkatkan kesadaran membayar zakat masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi sosialisasi Rumah Zakat Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan kesadaran membayar zakat masyarakat dan untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Rumah Zakat Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan kesadaran membayar zakat masyarakat. Penelitian ini dilakukan pada Rumah Zakat Cabang Pekanbaru yang beralamat di Jl. Tuanku Tambusai No 34 D, Kel. Jadirejo, Kec. Sukajadi Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 orang yang terdiri dari pimpinan dan karyawan funding Rumah Zakat Cabang Pekanbaru, dikarenakan jumlahnya sedikit penulis menggunakan metode total sampling, yaitu dimana keseluruhan populasi dijadikan sampel. Sumber data yang dipakai yaitu data primer dan data sekunder dan analisa datanya adalah deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklasifikasi data-data berdasarkan kategori kategori atas dasar persamaan jenis data tersebut, kemudian diuraikan sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan buku-buku pustaka. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, strategi sosialisai Rumah Zakat Cabang Pekanbaru yaitu dengan *Zakat Authorized Agency (ZAA)*, *talk show* di radio, promosi melalui media, publikasi laporan keuangan dan kemudahan berdonasi. Strategi tersebut dirasa cukup efektif dikarenakan dapat mempengaruhi peningkatan donasi yang diterima setiap tahunnya. Tinjauan ekonomi Islam mengenai Strategi Sosialisasi Rumah Zakat Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan kesadaran membayar zakat masyarakat sudah sesuai dengan syariat Islam, dan Rumah Zakat juga telah melaksanakan prinsip-prinsip yang seharusnya dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat yaitu amanah, transparan dan profesionalisme.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu tidak membahas tentang strategi BAZNAS Kabupaten untuk meningkatkan semangat berzakat, karena penelitian terdahulu berfokus kepada strategi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat menurut tinjauan ekonomi Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Mariana Manurung, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, dengan judul “Sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bengkulu untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Berzakat” pada tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bengkulu untuk menarik minat masyarakat dalam membayar zakat, Dan untuk mengetahui kendala dalam melaksanakan sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bengkulu untuk menarik minat masyarakat dalam berzakat. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, penulis menggunakan metode kualitatif yang bermanfaat untuk memberikan informasi, fakta, dan data mengenai sosialisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) untuk menarik minat masyarakat dalam berzakat, kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Cara sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Bengkulu untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berzakat adalah: mengadakan sosialisasi pada Dinas, Instansi, Pemerintahan dan Swasta, Sekolah, dan menggunakan media cetak, seperti koran, brosur, dan memasang baliho, serta media elektronik, seperti TV. Kendala yang di alami oleh BAZNAS Kota Bengkulu untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berzakat adalah: SDM kurang, Fasilitas kantor maupun lainnya juga kurang, Masyarakatnya acuh tak acuh, Kurangnya kesadaran masyarakat untuk memahami tentang zakat,

Ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga BAZNAS, Besarnya Souzhon terhadap Lembaga BAZNAS, Kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS, dan Ketidak profesionalannya anggota Amil mengelola dana zakat

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu tidak membahas tentang strategi BAZNAS Kabupaten untuk meningkatkan semangat berzakat, karena penelitian terdahulu berfokus kepada strategi BAZNAS Kota dalam meningkatkan minat masyarakat untuk berzakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Menthari Rahayu dengan judul “Strategi Komunikasi Baitul Mal Banda Aceh dalam Mengoptimalkan Pengumpulan Zakat” pada tahun 2018. Penelitian ini membahas mengenai Baitul Mal yang merupakan suatu lembaga amil zakat dibentuk oleh pemerintahan, berkewajiban untuk mengumpulkan dan menyalurkan zakat kepada pihak yang telah ditetapkan dalam Syariat Islam. Namun di balik semua itu masalah yang sering dihadapi dalam pengumpulan zakat adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat dalam menunaikan zakat. Oleh karena itu sosialisasi menjadi kunci utama agar masyarakat memahami tata cara pembayarannya, maka Baitul Mal Banda Aceh menggunakan Straregi komunikasi dalam memberi pemahaman kepada masyarakat. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi komunikasi Baitul Mal Banda Aceh dalam mengoptimalkan pengumpulan zakat dan apa saja kendala-kendala yang dihadapi Baitul Mal Banda Aceh dalam menerapkan strategi komunikasi. Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Baitul Mal Banda Aceh dalam mengoptimalkan pengumpulan zakat dan mengetahui kendala-kendala yang dihadapi Baitul Mal Banda Aceh dalam

menerapkan strategi komunikasi. Di dalam membahas penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan mewawancarai kepala beserta Staf karyawan Baitul Mal Kota Banda Aceh. Dari penelitian yang dilakukan, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa Baitul Mal Kota Banda Aceh dalam melakukan sosialisasi menggunakan berbagai pendekatan, baik kalangan dari Pemerintahan maupun Swasta, serta para pedagang yang ada di Kota Banda Aceh. Strategi awal yang dilakukan Baitul Mal Kota Banda Aceh adalah mengenali sasaran komunikasi, kemudian menyebarkan informasi melalui media, serta dengan menggunakan metode informatif, edukatif, dan persuasif, agar masyarakat dapat mengetahui bagaimana melakukan pembayaran zakat pada lembaga Baitul Mal Banda Aceh, kendala yang dihadapi dalam melaksanakan sosialisasi adalah Kurangnya kesadaran masyarakat, tidak semua masyarakat dapat disosialisasi, regulasinya belum kongkrit dan koordinasi antara Baitul Mal provinsi dengan Baitul Mal Kota belum optimal artinya masih ada tumpang tindih antara kedua lembaga ini. Kesimpulannya adalah pelaksanaan sosialisasi wajib zakat oleh Lembaga Baitul Mal sudah diupayakan namun belum maksimal dalam pelaksanaannya dikarenakan ada faktor internal dan eksternal Lembaga Baitul Mal Banda Aceh.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu tidak membahas tentang strategi sosialisasi BAZNAS Kabupaten untuk meningkatkan semangat berzakat, karena penelitian terdahulu berfokus kepada strategi komunikasi Baitul Mal dalam mengoptimalkan pengumpulan zakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Atika Mudhofaroh dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Jumlah Wajib Zakat di LAZIS Jateng Cabang Temanggung” pada tahun 2015. Penelitian ini

membahas mengenai Pemasaran lembaga zakat dalam memaksimalkan jumlah wajib zakat yang ada di Kabupaten Temanggung dengan mayoritas penduduknya adalah seorang muslim. Menunaikan zakat adalah kegiatan untuk melaksanakan kewajiban muslim. Dalam UU no 23 tahun 2011 ada dua organisasi yang melakukan pengelolaan zakat yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Kedua organisasi ini memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengeola dana zakat dan dana sosial lainnya secara maksimal. Agar kedua lembaga tersebut mampu bertahan dalam waktu yang lama, maka sangatlah diperlukan strategi pemasaran dalam memasarkan BAZ maupun LAZ. Dari pemaparan diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada permasalahan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah wajib zakat di LAZIS JATENG cabang Temanggung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh LAZIS JATENG cabang Temanggung dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di Kabupaten Temanggung, serta faktor yang mendukung dan menghambat LAZIS JATENG cabang Temanggung dalam upaya meningkatkan jumlah wajib zakat di Kabupaten Temanggung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Untuk mendapatkan data yang valid, penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi dan observasi. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Setelah data-data terkumpul maka penulis menganalisis dengan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, dalam pelaksanaan strategi pemasaran peningkatan jumlah wajib zakat masih dikatakan belum maksimal. Selama ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh LAZIS JATENG cabang Temanggung yaitu, promosi melalui baliho, media massa, koran, majalah pemda dan radio. Dalam penghimpunan dananya LAZIS JATENG cabang Temanggung menghimpun

dana dari pengusaha, pedagang, pegawai negeri dan petani. Strategi untuk meningkatkan jumlah *muzakki* di LAZIS JATENG cabang Temanggung.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu tidak membahas tentang strategi BAZNAS Kabupaten untuk meningkatkan semangat berzakat, karena penelitian terdahulu berfokus kepada strategi pemasaran dalam peningkatan jumlah wajib zakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Nurulaini dengan judul “Peran Lembaga Amil Zakat dalam Peningkatan Jumlah *Muzakki* (Studi Kasus [Pos Keadilan Peduli Umat] Cabang Jawa Tengah)” pada tahun 2009. Penelitian ini Pengelolaan zakat menjadi sebuah persoalan yang urgen, institusi zakat dikatakan berhasil atau mundur terletak pada mekanisme dalam mengelola dana zakat. Tentang pelaksanaan zakat di masyarakat, disamping masih memerlukan bimbingan dari segi syari'ah maupun perkembangan zakat, ada juga sikap kurang percaya terhadap penyelenggaraan zakat karena kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh lembaga zakat tersebut. Seperti kejadian pembagian zakat yang terjadi di Pasuruan Jawa Timur pada bulan September 2008 yang mengakibatkan banyak korban jiwa. Hal tersebut terjadi karena sikap kurang percaya atau karena kurang puasnya masyarakat kepada lembaga amil zakat sehingga masyarakat membagikan sendiri zakatnya kepada orang-orang yang membutuhkan. Sikap kurang percaya tersebut akan dapat dikurangi, jika diciptakan organisasi yang baik terutama sistem administrasinya, pengawasan yang ketat dan sempurna. Bahwa dalam penelitian ini penulis membahas tentang sejauh mana peran PKPU Cabang Jawa Tengah sebagai LAZ dalam mengimplementasikan UU No. 38 tahun 1999 serta sejauh mana peran amil zakat di PKPU Cabang Jawa Tengah dalam peningkatan jumlah muzakki. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *Field Research* (penelitian lapangan).

Sedangkan metode untuk mengumpulkan data atau bahan dalam penelitian lapangan ini terdiri dari dokumentasi, *interview* (wawancara) dan observasi (pengamatan). Setelah data-data dikumpulkan dan diperoleh dari sumber primer dan sekunder kemudian dianalisis. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode Deskriptif Analisis, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, menganalisa dan menginterpretasikan suatu kejadian pada saat itu. Bahwa cara yang ditempuh oleh PKPU Cabang Jawa Tengah dalam mensosialisasikan kewajiban membayar zakat dan meniadakan para muzakki untuk menyalurkan zakatnya melalui lembaga amil zakat khususnya di PKPU Cabang Jawa Tengah yaitu dengan melalui khutbah jum'at, majelis ta'lim, surat kabar, majalah, tayangan TV, brosur-brosur yang sifatnya praktis yang berisikan tentang harta yang wajib di zakati dan cara penghitungannya serta melihat secara langsung kegiatan pendistribusian dan pendayagunaan zakat di PKPU Cabang Jawa Tengah bisa dikatakan cukup bagus karena sebagian besar *muzakki* yang ada, mengetahui tentang adanya PKPU Cabang Jawa Tengah melalui media media sosialisasi yang diberikan PKPU Cabang Jawa Tengah kepada masyarakat. Bahwa sosialisasi yang dilakukan PKPU Cabang Jawa Tengah dalam meningkatkan jumlah muzakki sudah cukup bagus, karena jumlah *muzakki* yang menyalurkan zakatnya melalui PKPU Cabang Jawa Tengah dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat kepada PKPU Cabang Jawa Tengah semakin besar.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu tidak membahas tentang strategi BAZNAS Kabupaten untuk meningkatkan semangat berzakat, karena penelitian terdahulu berfokus kepada peran Amil Zakat dalam peningkatan jumlah *muzakki*.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan (Sudaryono, 2017: 69)

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai fakta atau informasi yang dapat diperoleh dari aktor, aktivis dan tempat yang menjadi subjek penelitian. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian *naturalistic*, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alami (Sugiyono, 2013: 8). Di sini penulis akan mencari fakta melalui informasi langsung di tempat subjek penelitian atau lapangan penelitian.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau pertama di lapangan. (Bungin, 2013: 128). Data ini akan diperoleh secara langsung dengan cara wawancara dan observasi melalui program-program yang dilakukan oleh BAZNAS Kab Semarang. Di sini penulis akan melakukan wawancara dengan manajer dan karyawan yang ada di BAZNAS Kabupaten Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder ini diperoleh dari tabel, catatan, notulen, rapat, foto, dan video yang terdapat di BAZNAS Kab Semarang.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) pemberi jawaban atas pertanyaan yang diajukan. (Meleong, 1998: 135)

Dalam hal ini penulis mengadakan wawancara dengan pihak yang dianggap dapat memberikan penjelasan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti yaitu dengan amil yang bekerja di BAZNAS Kab Semarang. Data wawancara ini penulis dapatkan dari wawancara langsung dengan amil yang bekerja di BAZNAS Kab Semarang.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra seperti telinga, mata, hidung, kulit dan mulut. (Bungin, 2007: 118). Menurut Sutrisno Hadi (1986) yang dikutip dalam buku (Sugiyono, 2017: 145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang terlindung dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan.

Metode ini dilakukan untuk mengamati fasilitas atau sarana serta mengamati proses pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat yang dilakukan oleh BAZNAS.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaan. maksud mengumpulkan dokumen adalah untuk memperoleh kejadian nyata tentang situasi sosial dan arti berbagai faktor di sekitar subjek penelitian. (Meleong, 1998: 161).

Metode dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data berupa tulisan-tulisan dan foto yang berhubungan dengan objek penelitian, serta untuk mengumpulkan data tentang gambaran umum BAZNAS Kab. Semarang.

4. Uji keabsahan data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Maleong, 2004: 330).

Denzim (dalam Maleong, 2004: 330), membedakan empat macam triangulasi diantaranya triangulasi sumber, metode, pemeriksaan dan teori namun peneliti hanya menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi metode artinya membandingkan dan mengecek hasil dari wawancara dan observasi untuk melihat temuan yang sama, jika kesimpulan dari masing-masing metode sama maka validitas ditegakkan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. (Meleong, 1998: 332) Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, dan setelah selesai di lapangan.

Pada penelitian skripsi ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif. Pada analisis ini, data yang tepat untuk digunakan adalah data yang berasal dari wawancara dan dokumentasi dengan mencari keterangan dari para pihak yang terkait skripsi ini. Sebagaimana dikatakan Miles Matthew B. dan A. Michael Huberman, analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, di antaranya: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi (Matthew, 1992:16).

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, dan menulis memo jika diperlukan). Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi (Matthew,1992:16).

Penerapan pada skripsi ini dimulai dari mengumpulkan keterangan tentang strategi sosialisasi yang dilakukan oleh

BAZNAS Kabupaten Semarang serta dokumen terkait. Kemudian, dianalisis hingga menjadi bentuk yang padu.

b. Penyajian Data

Alur penting yang kedua dari kegiatan pengolahan data adalah penyajian data. Dalam penyajian data perlu pembatasan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Matthew, 1992:17).

Sebagaimana diungkapkan oleh Miles Matthew B. dan A. Michael Huberman bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid (Matthew, 1992:18).

c. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan sebenarnya sudah mulai dilakukan sejak pengumpulan, reduksi, dan penyajian data. Namun, masih dalam bentuk terbuka, skeptis, dan belum jelas. Kemudian, meningkat menjadi lebih rinci dan mencapai kesimpulan yang final (Matthew, 1992:19).

Dalam skripsi ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang ada, kemudian disajikan secara komprehensif, sehingga mendapatkan hasil akhir yang sempurna.

6. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan skripsi merupakan hal yang paling penting karena mempunyai fungsi untuk menyatakan garis-garis besar dari masing-masing bab yang saling berkaitan dan berurutan. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunannya.

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, penulis membagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Bab kedua ini terdiri dari landasan teori yang mendeskripsikan tentang pengertian zakat, pengertian sosialisasi dan strategi sosialisasi untuk meningkatkan semangat berzakat.

BAB III : Bab ketiga berisi tentang profil BAZNAS Kabupaten Semarang, strategi sosialisasi zakat di BAZNAS Kabupaten Semarang untuk meningkatkan semangat untuk membayar zakat dan potensi dana zakat di Kabupaten Semarang

BAB IV : Pada bab keempat ini berisi uraian yang logis dari temuan data, teori yang sesuai dengan temuan data, dan interpretasi pemaknaan/penjelasan. Pembahasannya meliputi analisis strategi sosialisasi zakat di BAZNAS Kabupaten Semarang dan analisis potensi dana zakat di Kabupaten Semarang.

BAB V : Penutup, berisi saran atau rekomendasi peneliti berdasarkan pada temuan hasil penelitian. Terdiri dari pernyataan singkat dan rangkuman dari temuan hasil penelitian dan hasil uji hipotesis, keterkaitan antar teori yang digunakan serta temuan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Manajemen mempunyai arti yang *universal*, manajemen dapat diterima secara umum. Manajemen mempunyai arti yang sangat luas dan tidak terbatas dalam kehidupan manusia (Abd. Rohman, 2018: 8). Sejauh ini belum ada pengertian manajemen yang baku, manajemen masih berkembang dan berusaha mencari pendekatan-pendekatan dengan mengikuti perkembangan zaman dan kemajuan ilmu pengetahuan dengan berbagai pendekatan dan penelitian (Effendi, 1993: 2).

George R, Terry (1977) berpendapat “*Management is a distinct process consisting of planning organizing, actuating, and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources*”. bahwa manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*) yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya yang lain. Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen adalah suatu kegiatan, pelaksanaannya adalah “*managing*” Pengelolaan, sedang pelaksanaannya disebut manager atau pengelola (Terry, 2014: 1).

Andre F. Sikula manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi sehingga dihasilkan produk atau jasa secara efisien.

Sondang P. Siagian (1993) memberi penjelasan bahwa manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh hasil dalam rangka mencapai tujuan yang telah di rencanakan melalui kegiatan orang lain. Definisi ini menekankan keahlian yang harus di miliki (Effendi, 1993: 3).

James A.F. Stoner (1995) memberikan penjelasan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi agar tercapainya tujuan yang telah di tetapkan (Effendi, 1993: 4).

T. Hani Handoko pengertian yang dikemukakan hampir sama dengan yang di kemukakan oleh stoner yang menyangkut perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarhanan dan pengawasan dimana anggota organisasi bekerja sama dan saling membantu demi terwujudnya tujuan organisasi (Effendi, 1993: 5).

a. Fungsi Manajemen

Sampai saat ini belum ada kesepakatan antara praktisi maupun para teoritikus, sehingga menimbulkan berbagai pendapat berbagai penulis mengenai fungsi manajemen (Effendi,1993. 18). Adapun fungsi-fungsi manajemen menurut GR Terry (2003: 17) terdiri dari:

perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organising*), penggerakan (*Actuating*), pengawasan (*Controlling*) sebagai berikut:

1) Perencanaan (*planning*)

Planning atau perencanaan ialah suatu penentuan tujuan-tujuan yang akan di capai selama satu masa yang akan datang dan menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh anggota kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan digariskan. *Planning* mencakup peran dalam pengambilan keputusan, pemilihan alternatif-alternatif keputusan (Terry,2003: 17). Penyusunan suatu rencana dapat pula menggunakan pendekatan melalui cara mengenali, memahami dan memenuhi rencana-rencana perencanaan yang baik. Dengan bertolak bahwa rencana yang disusun benar-benar berdasarkan kenyataan, perhitungan yang matang, dan memerhatikan faktor efektifitas dan efisiensi. Maka suatu rencana dapat di katakan sebagai rencana yang baik apabila memenuhi kriteria seperti berikut:

- a) Rencana harus mempermudah tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.
- b) Perencanaan sungguh-sungguh memahami hakikat tujuan yang akan dicapai.
- c) Pemenuhan persyaratan keahlian teknis.
- d) Rencana harus disertai rincian yang cermat.
- e) Keterkaitan rencana dengan pelaksanaan.
- f) Kesederhanaan
- g) Fleksibilitas
- h) Rencana memberikan tempat pengambilan keputusan atau resiko

- i) Rencana yang pragmatik
- j) Rencana sebagai instrumen peramalan masa depan (Siagian, 2007: 47-50).

Kegiatan sangat memerlukan perencanaan, apabila tidak ada suatu perencanaan, maka suatu kegiatan tidak memiliki arah dan tujuan yang jelas, karena perencanaan adalah langkah awal dalam mengambil keputusan dan menentukan arah tujuan. Perencanaan memiliki empat tujuan penting yaitu: *pertama* mengimbangi dan mengurangi ketidakpastian dan perubahan-perubahan di waktu yang akan datang. *Kedua* memusatkan perhatian kepada sasaran. *Ketiga* menjamin proses tercapainya tujuan. *Keempat* memudahkan pengawasan (Kadarman,1994: 470).

Semua fungsi lainnya sangat bergantung dengan fungsi perencanaan, dimana semua fungsi tidak akan berhasil tanpa perencanaan dan pembuatan keputusan dengan tepat dan cermat. Tapi sebaliknya perencanaan yang baik tergantung dari pelaksanaan efektif pada tiap-tiap fungsi.

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian (*Organizing*) adalah mengelompokkan berbagai kegiatan dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan itu. *Organizing* mencakup beberapa aspek meliputi: a) membagi komponen-komponen kegiatan dalam mencapai tujuan dalam kelompok-kelompok. b) membagi tugas kepada seorang manajer untuk mengadakan pengelompokan. c) menentukan wewenang diantara kelompok atau unit-unit organisasi (Siagian, 2007: 60).

Pengorganisasian merupakan proses keseluruhan pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas serta wewenang sedemikian rupa di dalam organisasi sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat di gerakan sebagai kesatuan yang utuh dan bulat dalam rangka mencapai tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya (Fadli, 2002: 30).

Pengorganisasian atau pengelompokan sangat berperan penting dalam kegiatan manajemen. Tanpa pengelompokan kegiatan manajemen tidak akan berjalan lancar karena kegiatan tidak akan jelas arah dan tidak mempunyai tujuan karena tidak jelas siapa mengerjakan apa, siapa bertanggung jawab apa, dan sebagainya.

3) Pelaksanaan (*Actuating*)

Actuating atau pelaksanaan sering juga di sebut penggerakan atau bisa juga di sebut gerakan aksi mencakup kegiatan yang dilakukan oleh manajer untuk mengawali atau melanjutkan yang telah di tetapkan oleh unsur perencanaan (*Planning*) dan pengorganisasian (*Organizing*) supaya dapat mencapai tujuan. Fungsi *Actuating* atau penggerakan sangat penting dalam manajerial karena bersangkutan langsung dengan manusia atau seorang manajer dengan segala jenis dan kebuuthanya. Pentingnya unsur manusia sangat terlihat jelas terlihat dalam proses manajerial dan administrasi (Siagian, 2007: 128).

Tujuan organisasi yang telah di tetapkan untuk dicapai tentu sangat membutuhkan seorang manajer dalam rangka meningkatkan mutu manusia. Untuk itu sangat di butuhkan seorang manajer, yang mempunyai keterampilan komunikasi yang

baik dan efektif, karena sangat berpengaruh dalam proses pemberian motivasi yang kuat dalam diri anggota untuk bisa bekerja dengan lebih bersungguh-sungguh secara giat dan tekun (Choliq, 2011: 257).

4) Pengawasan/Pengendalian (*Controlling*)

Controlling (pengawasan/pengendalian) merupakan pengukuran pelaksanaan dengan tujuan-tujuan dan menentukan sebab-sebab penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan-tindakan korektif yang diperlukan (Terry, 2003: 17). Pengawasan bertujuan untuk melihat apakah organisasi berjalan sesuai dengan rencana atau tidak. Manajer harus selalu memonitor anggota untuk kemajuan organisasi. Fungsi pengendalian meliputi empat aspek: a) menentukan standar prestasi. b) mengukur capaian prestasi yang telah diraih selama ini. c) membandingkan capaian prestasi dengan standar prestasi. d) melakukan perbaikan jika terjadi penyimpangan dari standar prestasi yang telah ditentukan dan kemudian kembali lagi ke fungsi perencanaan untuk periode berikutnya (Hanfih, 1997: 13).

2. Strategi

a. Pengertian Startegi

Pengertian strategi menurut Chandler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter (1985) strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. (Husein Umar, 2010: 16). Menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan

jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai. (Husein Umar, 2010: 16-17).

Menurut Hamel dan Prahalad (1995) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang terjadi, bukan dimulai dari apa yang diharapkan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*) (Husein Umar, 2010: 16-17).

Anwar Arifin dalam bukunya Strategi Komunikasi menyatakan bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jenis-jenis Strategi

b. Jenis-jenis Strategi

Adapun penetapan strategi dapat dibagi dalam 3 (tiga) strategi dasar, yaitu: Afri Erisman & Andi Azhar (2019: 3)

- 1) Strategi jangka panjang. Strategi ini bersifat filosofis dengan penetapan visi, misi dan tujuan organisasi/perusahaan dengan capaian minimal 10 tahun.
- 2) Strategi jangka pendek. Strategi ini merupakan strategi yang berupa revisi atas visi, misi dan tujuan perusahaan/organisasi yang telah ditetapkan dalam strategi jangka panjang sebelumnya.
- 3) Strategi taktis. Strategi ini adalah strategi yang dipakai dalam penguasaan pasar untuk memenangkan persaingan. Dengan orientasi pada tingkat keuntungan dan berdasar kepada perubahan-perubahan lingkungan dengan selalu mengacu pada penetapan visi, misi, tujuan dan sasaran organisasi/perusahaan.

3. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Menurut Chorlote Buchler, Pengertian Sosialisasi adalah proses yang membantu individu belajar dan menyesuaikan diri bagaimana cara hidup dan berfikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya. Menurut Peter Burger, Sosialisasi merupakan sebuah proses seorang anak menjadi seorang anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat. (Khaerani Kurniawati, 2018: 8)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Sosialisasi yakni usaha untuk mengubah milik perorangan menjadi milik umum. proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya. Upaya mengisyaratkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat. (Ebta Setiawan, <http://kbbi.web.id/sosialisasi>. Diakses pada tanggal 6 Februari 2020)

Sosialisasi mengisyaratkan suatu makna di mana setiap individu berupaya menyelaraskan hidupnya di tengah-tengah masyarakat. Dalam sosialisasi, seseorang akan mengenal dan melakukan penyesuaian dengan keadaan tempat dia bersosialisasi. Lewat proses sosialisasi, individu-individu masyarakat belajar mengetahui dan memahami tingkah laku pekerti apakah yang harus dilakukan, dan tingkah laku pekerti apakah yang harus tidak dilakukan. Hal seperti itu, dikemukakan oleh Abdul Syani, bahwa sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan oleh individu untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat disekitarnya. (Anwar, 2018:3)

Menurut Soejono Dirjosisworo, sebagaimana dikutip oleh Abdul Syani, bahwa sosialisasi terdiri atas aktivitas, yaitu:

- 1) Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah impuls-impuls dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakat.
- 2) Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola nilai-nilai dan tingkah laku di dalam masyarakat dimana ia hidup.
- 3) Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya (Anwar, 2018: 4).

b. Tujuan Sosialisasi

Khaerani Kurniawati (2018: 9-10) Sosialisasi bertujuan untuk membentuk kepribadian. Kepribadian terbentuk melalui proses mempelajari pola-pola kebudayaan. Kebudayaan yang dipelajari meliputi nilai-nilai, norma-norma dan sanksi yang akan diterima bila terjadi penyimpangan. Setelah kepribadian terbentuk, manusia siap menjalankan perannya di dalam kehidupan sehari-hari.

Utamanya tujuan sosialisasi ada lima yakni:

- 1) Agar setiap orang dapat hidup dengan baik di tengah-tengah masyarakatnya. Masyarakat dapat hidup dengan baik di masyarakat apabila menghayati nilai dan norma dalam kehidupannya.
- 2) Agar setiap orang dapat menyesuaikan tingkah lakunya dengan harapan-harapan masyarakat. Setiap masyarakat memiliki budaya masing-masing. Budaya itu bersifat mengikat para warganya. Oleh karena itu, seorang individu hendaknya dapat menyesuaikan diri dengan budaya itu.
- 3) Agar setiap orang dapat menyadari keberadaannya dalam masyarakat. Warga masyarakat yang menyadari keberadaannya

senantiasa mampu berperan aktif dan positif dalam kehidupan sehari-hari.

- 4) Agar setiap orang mampu menjadi anggota masyarakat yang baik. ciri anggota masyarakat yang baik adalah bahwa dirinya berguna bagi masyarakat. Dengan demikian, keberadaannya dimasyarakat tidak menjadi beban atau pengganggu.
- 5) Agar masyarakat tetap utuh. Keutuhan masyarakat dapat terjadi bila diantara warganya saling berinteraksi dengan baik. interaksi itu didasari peran masing-masing tanpa menyimpang dari nilai dan norma umum yang berlaku.

Dalam tingkat yang lebih umum, sosialisasi juga memiliki tujuan-tujuan yang lebih luas yakni:

- 1) Memberi keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk kelangsungan kehidupan seseorang kelak ditengah-tengah masyarakat tempat dia menjadi salah satu anggotanya.
- 2) Menambah kemampuan berkomunikasi secara afektif dan efisien serta mengembangkan kemampuannya untuk membaca, menulis dan bercerita.
- 3) Membantu pengendalian fungsi organik yang dipelajari melalui latihan mawas diri yang tepat.
- 4) Membiasakan individu dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada masyarakat.
- 5) Untuk mengetahui lingkungan alam sekitar.
- 6) Untuk mengetahui lingkungan sosial, tempat individu bertempat tinggal termasuk lingkungan sosial yang baru.
- 7) Untuk mengetahui nilai-nilai dan norma-norma dalam masyarakat.

c. Fungsi Sosialisasi

Khaerani Kurniawati (2018: 9-11) Fungsi sosialisasi dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu sudut pandang individu dan kepentingan masyarakat.

1) Individu

Dari sisi ini, sosialisasi sebagai sarana pengenalan, pengakuan dan penyesuaian diri terhadap nilai-nilai, norma-norma dan struktur sosial. dengan cara begitu, seorang menjadi warga masyarakat yang baik. pengertian warga masyarakat yang baik adalah warga yang memenuhi harapan umum warga masyarakat lainnya. Dengan kata lain, dia mampu memenuhi segala kewajiban dan menerima semua haknya sebagai warga masyarakat.

2) Masyarakat.

Dari sisi ini, sosialisasi berfungsi sebagai sarana pelestarian, penyebarluasan dan pewarisan nilai-nilai serta norma-norma sosial. Dengan demikian, nilai dan dan norma tetap terpelihara dari generasi ke generasi dalam masyarakat yang bersangkutan.

d. Bentuk Sosialisasi

Khaerani Kurniawati (2018: 9-12) Terdapat dua bentuk sosialisasi, yaitu:

1) Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer merupakan sosialisasi pertama yang dijalani seseorang dimasa kecil, dimana dia menjadi anggota masyarakat lingkup keluarga. Sosialisasi primer berlangsung saat seseorang berusia 105 tahun atau seorang anak belum masuk ke sekolah. Pada fase ini, seorang manusia mulai mengenal anggota keluarga dan lingkungan keluarga. Secara betahap dia mulai

mampu membedakan dirinya dengan orang lain di sekitar keluarganya. Seorang anak akan dibangun melalui interaksinya dengan anggota keluarga terdekatnya.

2) Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi. Dalam proses sosialisasi, seseorang diberi suatu identitas diri yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi, seseorang mengalami pencabutan identitas diri yang lama.

e. Tipe Sosialisasi

Khaerani Kurniawati (2018: 9-15) Ada dua tipe sosialisasi yakni:

1) Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti, pendidikan di sekolah dan pendidikan militer.

2) Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat.

f. Pola Sosialisasi

Sosialisasi dapat dibagi menjadi dua pola yakni sosialisasi represif dan sosialisasi partisipatoris.

1) Sosialisasi Represif

Sosialisasi ini menekankan pada penggunaan hukuman terhadap kesalahan. Dalam sosialisasi jenis ini, kepatuhan anak dan orang tua menjadi sesuatu yang penting. Komunikasi antara orang tua dan anak bersifat satu arah, nonverbal dan berisi perintah. Penekanan sosialisasi represif terletak pada orang tua dan

2) Sosialisasi Partisipatoris

Merupakan pola dimana anak diberi imbalan ketika berperilaku baik. Selain itu, hukuman dan imbalan bersifat simbolik. Dalam proses sosialisasi ini anak diberi kebebasan. Penekanan diletakkan pada interaksi dan komunikasi bersifat lisan yang menjadi pusat sosialisasi adalah anak dan keperluan anak. Keluarga menjadi *generalization other*.

g. Proses Sosialisasi

Proses Sosialisasi yang dilalui seseorang atau individu, dapat dibedakan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1) Tahap persiapan (*Preparatory Stage*)

Tahap ini dialami sejak manusia dilahirkan, saat seorang anak mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosialnya, termasuk untuk memperoleh pemahaman tentang diri. Pada tahap ini juga anak-anak mulai melakukan kegiatan meniru meski tidak sempurna. Contoh: kata “makan” yang diajarkan ibu kepada anaknya yang masih balita diucapkan “mam”. Maka kata tersebut juga belum dipahami secara tepat makna kata makan tersebut dengan kenyataan yang dialaminya.

2) Tahap Meniru (*Play Stage*)

Tahap ini ditandai dengan semakin sempurnanya seorang anak menirukan peran-peran yang dilakukan oleh

orang dewasa. Pada tahap ini mulai terbentuk kesadaran tentang nama diri dan siapa nama orang tua, kakek, dan sebagainya. Anak mulai menyadari tentang apa yang dilakukan seorang ibu dari anak. Dengan kata lain, kemampuan untuk menempatkan diri pada posisi orang lain juga mulai terbentuk di tahap ini.

3) Tahap Siap Bertindak (*Game Stage*)

Peniruan yang dilakukan sudah mulai berkurang dan digantikan oleh peran yang secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesadaran. Kemampuan menempatkan diri pada posisi orang lain juga meningkat. Sehingga, memungkinkan adanya kemampuan bermain secara bersama-sama.

4) Tahap Penerimaan Norma Kolektif (*Generalized Stage*)

Pada tahapan ini seseorang telah dianggap dewasa. Seseorang sudah menempatkan dirinya pada posisi masyarakat secara luas. Dengan kata lain, dia dapat bertenggang rasa tidak hanya dengan orang yang berinteraksi dengannya, tapi juga dengan masyarakat luas. Manusia dewasa menyadari pentingnya peraturan, kemampuan bekerja sama bahkan dengan orang lain. Manusia dengan perkembangan diri pada tahap ini telah menjadi warga masyarakat dalam arti sepenuhnya. (Khaerani Kurniawati, 2018: 21-23).

4. Strategi Sosialisasi

Salah satu proses komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi/lembaga adalah strategi sosialisasi kepada masyarakat sebagai sistem semi tertutup atau terbuka yang sebagian besar interaksinya adalah antara individu-individu yang berada dalam sekelompok tersebut. Masyarakat memiliki peranan penting dalam keberlangsungan proses sosialisasi untuk dapat mencapai tujuan

organisasi/lembaga. Aktivitas ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai strategi sosialisasi supaya masyarakat mulai mengetahui, kemudian memahami hingga akhirnya para masyarakat dapat mulai untuk menerapkan strategi-strategi tersebut dalam aktivitas mereka sehari-hari.

Seperti yang telah diutarakan oleh Robbins (dalam Effendy, 2005:35) sosialisasi merupakan salah satu fungsi dari komunikasi di samping sebagai produksi dan pengenalan, dalam hal ini komunikasi bertindak untuk mengendalikan perilaku anggota masyarakat agar tetap sesuai dengan apa yang menjadi perilaku kelompoknya. Di dalam proses ini, pihak yang melakukan sosialisasi juga memiliki peran penting dalam keberhasilan sosialisasi. (Hartono & Sulistyningtyas, 2013: 10)

Dalam proses sosialisasi, J.L Thompson (dalam Oliver, 2006: 2) menyatakan dibutuhkan adanya strategi sebagai pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan sosialisasi tersebut. Strategi ini merupakan cara untuk mencapai hasil akhir. Begitupula yang dipahami oleh tim *operations communication* bahwa untuk dapat menjangkau target sasaran yang sangat besar dan beragam mereka membutuhkan adanya strategi sosialisasi yang tepat dan sesuai dengan masing-masing target sasarnya.

Strategi ini didapatkan melalui identifikasi komponen dasar dari sebuah strategi sosialisasi yang merupakan konsep komunikasi yang telah diutarakan oleh Laswell (dalam Mulyana, 2009:133) yakni pertama komunikator, *Operations Communication* sebagai pihak yang mewakili manajemen dalam melakukan aktivitas komunikasi. Kedua adalah pesan yang akan dinyatakan, “5 Key Strategies Operations 2013-2015”. Ketiga, media komunikasi yang akan digunakan adalah media-media internal yang sesuai dengan target sasaran sosialisasi yakni karyawan fungsi

Operations. Keempat, pihak yang menjadi komunikan atau target sasaran sosialisasi adalah seluruh karyawan fungsi *Operations*, khususnya adalah karyawan lapangan yang merupakan mayoritas populasi, dan kelima efek atau dampak yang harus diharapkan adalah adanya kesadaran dan juga pengetahuan karyawan mengenai strategi-strategi baru, kemudian karyawan memahaminya, dan setelah itu karyawan dapat menerapkan dalam pekerjaannya sehingga apa yang menjadi target perusahaan dapat tercapai.

Untuk dapat menetapkan konsep sosialisasi yang tepat untuk digunakan ada beberapa langkah yang harus dilakukan, Quinn (dalam Arifin, 1984:10) menyatakan ada beberapa langkah:

1. Mengidentifikasi kondisi khalayak. Nicolas (Oliver, 2006:6) menyatakan bahwa. pengetahuan terhadap khalayak sasaran menjadi poin yang penting dalam merancang pesan seperti apa, kepada siapa, dan siapa yang cocok untuk menyampaikannya. Tim *Operations Communication* memulai mengidentifikasikan target sasaran, karyawan lapangan melalui proses *Focus Group Discussion* dan juga melalui pengamatan lapangan. Hal ini dilakukan oleh tim untuk memperoleh gambaran mengenai keadaan yang ada pada target sasaran, peluang apa yang dapat mereka manfaatkan untuk melakukan proses sosialisasi. Faktor-faktor ini menjadi kerangka referensi dalam melakukan penyusunan pesan.
2. Pemilihan Metode dan Media Komunikasi. Pada pembahasan sebelumnya, Effendy telah mengutarakan bahwa untuk komunikasi informatif, komunikasi dapat dilakukan melalui media. Selain itu dengan menggunakan media komunikasi pesan tersebut dapat disampaikan kepada seluruh karyawan secara serentak. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau

gabungan dari beberapa media, tergantung tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan sebab masing-masing memiliki kelebihan dan juga kekurangan. Sosialisasi ini perlu dilakukan secara bersamaan kepada seluruh target sasaran melalui media komunikasi. Tim mengintegrasikan atau memadukan berbagai macam media komunikasi yang ada untuk saling melengkapi satu sama lain dan juga dukungan dari komunikasi tatap muka.

3. Penyusunan pesan. Seperti yang telah dijelaskan oleh Nicolas (dalam Oliver 2006: 6) bahwa pengetahuan pada target sasaran menjadi poin yang penting dalam merancang pesan, dan menentukan strategi yang tepat untuk digunakan. Tim melakukan interpretasi pada pesan-pesan yang ada melalui tematik, sehingga pesan dapat lebih mudah diingat dan pesan ini diolah menjadi pesan konkret menyesuaikan dengan pekerjaan karyawan lapangan.
4. Merancang program sosialisasi. Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah merancang program yang saling terintegrasi. Masing-masing media telah diturunkan dalam program-program yang sesuai dan juga saling terintegrasi. Integrasi program juga ditunjukkan dengan ide untuk memvisualisasikan pesan yang didengar oleh karyawan melalui Radio Sampoerna, lagu-lagu *Operations*, ataupun dalam acara Ludruk dapat dilihat oleh karyawan juga di media cetak seperti: Lentera, Bolo dan *wall and door branding*. (Hartono & Sulistyaningtyas, 2013: 11)

4. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat dari segi etimologi berarti antara lain mengembangkan dan pensucian. Dari segi terminologi zakat adalah bagian tertentu dari harta benda yang diwajibkan Allah untuk sejumlah orang yang berhak menerimanya. Zakat sebagai ibadah yang berkaitan dengan harta

benda. Seseorang yang telah memenuhi syarat-syarat dituntut untuk melaksanakannya. Karena agama menetapkan *amylin* atau petugas-petugas khusus yang mengelolanya, disamping menetapkan sanksi-sanksi kepada yang enggan demi terlaksanakannya zakat sesuai dengan petunjuk Ilahi. (Zuhri, 2002: 1)

Zakat adalah suatu kewajiban bagi umat Islam yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an, Sunnah Nabi dan *Ijma'* para 'Ulama. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang selalu disebutkan sejajar dengan sholat. Inilah yang menunjukkan betapa pentingnya zakat sebagai salah satu rukun Islam. Bagi mereka yang mengingkari kewajiban zakat maka telah kafir, begitu juga mereka yang melarang adanya zakat secara paksa. Jika ada yang menentang adanya zakat, harus dibunuh hingga mau melaksanakannya.

Tentang ancaman bagi yang menentang adanya zakat Allah SWT. Berfirman, Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya sebagian besar dari orang alim Yahudi dan Rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan uang yang batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih. (QS Al-Taubah 9:34 (Mahmud, 2006: 1)

b. Macam-macam Zakat

Adapun macam-macam zakat sebagaimana telah diketahui oleh umat Islam, adalah sebagai berikut:

- 1) Zakat fitrah, yakni yang dimaksud untuk membersihkan dosa-dosa kecil yang mungkin ada ketika seseorang melaksanakan puasa ramadhan, agar orang itu benar-benar kembali ke fitrah seperti ketika dilahirkan dari rahimnya.

- 2) Zakat maal (harta) yakni bagian dari harta kekayaan seseorang yang wajib dikeluarkan untuk golongan orang-orang tertentu setelah dimiliki dalam jangka waktu tertentu. Menurut Ahmad Rofiq, harta yang paling dulu harus dikeluarkan adalah harta perniagaan dan harta yang diperoleh dari kegiatan jasa yang sering disebut dengan zakat profesi.

Dalam kitab-kitab fiqh disebutkan bahwa harta kekayaan yang wajib dizakati atau dikeluarkan zakatnya dapat digolongkan menjadi beberapa kategori, yakni:

- 1) Emas, perak dan uang simpanan
- 2) Barang yang diperdagangkan
- 3) Hasil Peternakan
- 4) Hasil bumi
- 5) Hasil tambang dan barang temuan

Kemudian Wahbah Al-Zuhaily juga mengemukakan bahwa zakat harta yang wajib dikeluarkan yaitu, nuqut (emas perak dan uang), barang tambang dan barang temuan, harta perdagangan, tanaman dan buah-buahan dan binatang ternak (unta, sapi dan kambing).

Dalam Undang-undang No 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat menyebutkan bahwa harta yang dikenai zakat adalah sebagai berikut:

- 1) Emas dan perak
- 2) Perdagangan dan perusahaan
- 3) Hasil pertanian, perkebunan dan perikanan.
- 4) Hasil tambang
- 5) Hasil peternakan

- 6) Hasil pendapatan dan jasa
- 7) Rikaz

Bahkan Didin Hafifuddin menambahkan bahwa kewajiban zakat yang wajib dizakati dalam perekonomian modern dapat dikelompokkan menjadi 10 bagian, yaitu: zakat profesi, zakat perusahaan, zakat surat-surat berharga, zakat perdagangan, zakat mata uang, zakat ternak yang diperdagangkan, zakat madu dan produk hewani, zakat infestasi property, zakat asuransi syari'ah dan zakat rumah tangga modern. Hal tersebut supaya jangan sampai harta yang berpotensi dikembangkan terlepas begitu saja dari kewajiban membayar zakat. (Sulaiman, 2010: 16-17).

c. Dasar Hukum Zakat

Hukum Zakat adalah wajib 'aini dalam arti kewajiban yang ditetapkan untuk diri pribadi dan tidak mungkin dibebankan kepada orang lain; walaupun dalam pelaksanaannya dapat diwakilkan kepada orang lain. Hi zakat itu dapat dilihat dari beberapa segi: (Syarifuddin, 2003: 37).

Pertama: banyak sekali perintah Allah untuk membayarkan zakat dan hampir keseluruhan perintah mendirikan sholat seperti firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

“Dan dirikanlah sholat dan bayarkanlah zakat dan ruku'lah kamu beserta orang-orang yang ruku'”.

Perintah Allah untuk berzakat itu disamping menggunakan kata زَكِي juga menggunakan kata lain, yaitu:

- 1) Lafadz انفق seperti dalam surat Al-Baqarah ayat 267:

كَسَبْتُمْ مَا طَيِّبَاتٍ مِنْ أَنْفُسِكُمْ

2) Lafadz صدق seperti dalam surat Al-Taubah ayat 60:

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ

3) Lafadz اتواحقه seperti dalam surat al-A'nam ayat 141:

وَأْتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ

Ketiga lafadz tersebut, di atas mengandung arti zakat.

Kedua: dari segi banyak pujian dan janji baik yang diberikan Allah kepada orang yang berzakat, diantaranya seperti dalam surat Al-Mukminun ayat 1-4: (Syarifuddin, 2003: 38).

أَمْؤُلٌ لِّحِفَاقٍ مُّؤِنِّينَ

Sungguh beruntung orang-orang yang beriman

الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خَاشِعُونَ

(Yaitu) orang yang berkhusyuk dalam shalatnya

وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ

Dan orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tidak berguna

وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ

Dan orang yang menunaikan zakat.

d. Rukun dan Syarat Zakat

Maksud dari rukun zakat adalah unsur-unsur yang terdapat dalam zakat, yaitu orang yang berzakat, harta yang dizakatkan dan orang yang menerima zakat. Tentang syarat-syarat yang melekat dalam setiap rukun tersebut adalah ketentuan yang mesti terpenuhi dalam setiap unsur tersebut untuk diwajibkan kepadanya zakat.

Syarat dari orang yang berzakat atau *muzakki* ialah orang Islam yang telah baligh, berakal dan memiliki harta yang memenuhi syarat. Tidak wajib zakat atas orang-orang yang tidak memenuhi syarat tersebut.

Syarat harta yang dizakatkan adalah: , harta yang baik, milik yang sempurna dari yang berzakat, berjumlah satu *nisab* atau lebih dan telah tersimpan selama satu tahun *qamariyah* atau *haul*. Syarat ini bersifat umum untuk semua harta zakat. Disamping itu terdapat syarat khusus berlaku untuk harta zakat tertentu.

Syarat orang yang menerima zakat adalah jelas adanya, baik orang, badan/lembaga atau kegiatan. (Syarifuddin, 2003: 40)

e. Tujuan dan Hikmah Zakat

Tujuan disyari'atkannya zakat diantaranya adalah agar harta tersebut bukan hanya beredar di kalangan orang-orang kaya saja. Hal ini disebutkan Allah dalam surat Al-Hasyr ayat 7: (Syarifuddin, 2003: 39).

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

"Supaya harta itu jangan hanya beredar dinantara orang kaya saja diantara kamu".

Adapun hikmah dari diwajibkannya zakat itu diantaranya adalah untuk membersihkan jiwa orang yang berzakat dari sifat sombong dan kikir serta membersihkan hartanya dari campur baur dengan hak orang lain. Seperti dikatakan Allah dalam surta At-Taubah ayat 103: (Syarifuddin, 2003: 40)

تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلَّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ لَكُمْ سَكَنٌ، عَلِيمٌ سَمِيعٌ وَاللَّهُ
تُخَذُ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً

”Ambillah dari harta mereka shadaqah (zakat) dengan cara itu kamu membersihkan dan mensucikannya”.

f. Besaran Zakat

Perhitungan zakat mal masing-masing ulama terkadang ada yang berbeda dalam menentukan batas minimal (*nishab*) harta yang wajib dikeluarkan zakatnya, disertai dengan *haul* dan prosentasenya (Sulaiman, 2010: 18).

No	Jenis harta benda	Nisab	Zakat	Keterangan
1	Zakat Profesi	Analog dengan harga emas 85 gram (ada yang 92,6 dan ada yang 96 gram emas)	2,5 % X Rp. 29.750.000,- = Rp 743.750	Harga emas batang 1 gr= Rp 350.000 Jadi 85 X Rp 35.000= Rp 29.750.000
2	Ternak unta	5-9 ekor	1 kambing	Usia 2 tahun
		10-14 ekor	2 kambing	2 tahun (dst)
	Ternak Kerbau	30-39 ekor	1 kerbau	2 tahun

	Ternak kambing	40-59 ekor 60-69 ekor 40-120 ekor 120-200 ekor 210-399 ekor	1 kerbau 2 kerbau 1 kambing betina 2 kambing betina 3 kambing betina	2 tahun
3	Emas	20 mitsqal	2,5% = 0,5 mitsqal	20 mitsqal = 93,6 gram
	Perak	200 dirham	2,5% = 5 dirham	200 mitsqal = 624 gram
	Perhiasan lebih (simpanan)	20 mitsqal	2,5% = 5 dirham	
4	Makanan pokok	Lebih dari 5 wasaq = 200 dirham	1/10 irigasi alam 1/20 irigasi biaya	Setiap panen 1 wasaq = 40 dirham
5	Buah-buahan (segala macam)	Lebih dari 5 wasaq = 200 dirham	1/10 irigasi alam 1/20 irigasi biaya	Setiap panen 1 wasaq = 40 dirham
6	Perniagaan	Analog dengan emas 85,92 atau 96 gram	2,5% = Rp 720.000.	1 tahun dari awal perhitungan

Zakat yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengelolaan zakat harus segera disalurkan kepada mustahiq sebagaimana tergambar

dalam al-Qur'an surat at-Taubah ayat 60, yakni: fakir, miskin, amil, muallaf, *riqab*, *gharim*, *fi sabilillah* dan *ibnu sabil*. Penyebutan delapan kelompok penerima zakat dalam ayat tersebut di atas yang dalam istilah Islam "*Ashnaf Tsamaniyah*" atau kelompok delapan. Penjabaran kedelapan kelompok tersebut adalah sebagai berikut:

1) Fakir (*al fuqaha*)

Kelompok pertama orang yang menerima zakat adalah al-fuqara, yakni orang yang tidak memiliki harta benda dan pekerjaan serta tidak mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Yusuf Qardhawy mengatakan bahwa fakir adalah mereka yang mempunyai harta atau penghasilan yang layak, seperti: sandang, pangan, tempat tinggal dan segala keperluan lainnya, baim untuk sendiri ataupun bagi mereka yang menjadi tanggungannya.

2) Miskin

Kelompok kedua yang menerima zakat adalah miskin, yakni orang yang mempunyai mata pencaharian/penghasilan tetap, tetapi penghasilannya belum mencukupi standar bagi diri dan keluarganya. Kelompok miskin ini termasuk sebagai sasaran utama pendistribusian atau pembagian zakat. Mengingat dalam kenyataannya bahwa orang miskin perlu dibantu dengan zakat guna memenuhi kebutuhannya.

3) Amil zakat

Kelompok ketiga yang menerima zakat adalah amil zakat, yakni orang atau lembaga yang bekerja mengumpulkan, mengelola dan mendistribusikan zakat. Menurut Wahbah bagian yang diberikan kepada amil atau panitia zakat dikategorikan sebagai upah atas kerja yang dilakukannya.

4) Muallaf

Kelompok keempat yang menerima zakat adalah muallaf, yakni mereka yang berasal dari agama lain kemudian memeluk agama Islam. Karena itu, kelompok ini dianggap masih lemah imannya, karena baru masuk Islam. Yusuf Qardhawy berpendapat bahwa muallaf adalah mereka yang diharapkan kecenderungannya atau keyakinannya dapat bertambah kuat terhadap Islam atau terhalang niat jahat terhadap kaum muslimin.

5) Al-Riqab

Kelompok kelima yang menerima zakat adalah riqab (budak), yakni orang yang benar-benar dengan tuannya untuk dimerdekakan dan tidak memiliki uang untuk membayar tebusan atas diri mereka. Oleh karena itu, zakat itu antara lain harus dipergunakan untuk membebaskan budak belian dan menghilangkan segala bentuk perbudakan.

6) Al-Gharim

Kelompok keenam yang menerima zakat adalah al-gharim, yakni orang yang mempunyai hutang, yang sama sekali tidak melunasinya. Menurut Wahbah Al-gharim adalah orang mempunyai hutang baik hutang untuk dirinya maupun bukan, baik hutang itu dipergunakan untuk hal-hal yang baik atau tidak melakukan maksiat. Jika hutang itu dipergunakan untuk dirinya, maka dia tidak berhak atas bagian zakat kecuali dianggap fakir. Jika hutang itu untuk kepentingan orang banyak yang berada dibawah tanggung jawabnya maka diperbolehkan memberikan bagian zakat.

7) *Fi Sabilillah*

Kelompok ketujuh yang menerima zakat adalah *sabilillah*, yakni orang yang berjuang di jalan Allah. Orang

yang termasuk dalam kelompok ini adalah mereka yang berperang di jalan Allah dan tidak digaji oleh markas komando karena mereka hanyalah berperang. Tetapi berdasarkan lafadz dari *sabilillah* di jalan Allah sebagian ulama membolehkan memberi zakat tersebut untuk membangun masjid, lembaga pendidikan, perpustakaan, pelatihan para da'i menerbitkan buku, majalah, brosur dan sebagainya.

8) Ibnu Sabil

Kelompok kedelapan yang menerima zakat adalah Ibnu Sabil, yakni orang yang sedang dalam perjalanan. Orang yang sedang melakukan perjalanan adalah orang-orang yang sedang bepergian (musafir) untuk melaksanakan suatu hal yang baik (*tha'ah*) tidak termasuk maksiat. Dia diperirakan tidak mencapai maksud dan tujuannya jika tidak dibantu. (Sulaiman, 2010: 18-2020).

f. Urgensi Pengelolaan zakat

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang bersifat normatif, menarik untuk dikaji dalam dua hal, pertama dari aspek yuridisnya yang menyangkut konsep hukum zakat dan kedua mengenai bagaimana pengelolaan dan pendaayagunaannya yang tetap berdasarkan undang-undangan di Indonesia tepatnya sesuai dengan Undang-undang No.23 tahun 2011. (Basyirah Mustarin, 2017: 85).

Pengelolaan zakat sangat penting dilakukan secara profesional agar menjadi sumber dana yang dapat dimanfaatkan bagi perekonomian masyarakat, terutama untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan, menghilangkan kesenjangan sosial dan dapat dipertanggungjawabkan kepada *muzakki* dan pemerintah. Dalam hal ini pemerintah berkewajiban memberikan perlindungan, pembinaan dan pelayanan kepada *muzakki*, *mustahik*, dan pengelola zakat. Untuk

itu, maka dalam pengelolaan zakat harus berdasarkan iman dan takwa agar dapat mewujudkan keadilan sosial, kemashlahatan, keterbukaan, dan kepastian hukum. Adapun tujuan pengelolaan zakat meliputi: (Basyirah Mustarin, 2017: 94).

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menunaikan dan dalam pelayanan ibadah zakat sesuai dengan tuntunan agama.
2. Meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan perekonomian masyarakat dan keadilan sosial.
3. Meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Badan Amil Zakat Nasional

Pada hari Selasa, tanggal 1 November 1988 beberapa tokoh agama dan pemerintah Kabupaten Semarang yang diantaranya adalah Drs. Hartomo, Drs. H. Mochammad Amin Hambali, K.H. Dimiyati, Drs, Supono, Drs. Sriyanto, Drs. Abdul Kholik Rifa’I, Bapak Djoko Sardjono dan Bapak Sukaimi sepakat untuk mendirikan “Yayasan Amil Zakat Infaq dan Shadaqah” (YAZIS) yang dituangkan dalam akta pendirian Nomor 1 dikantor notaris Achmad Dimiyati S.H., yang berkedudukan di Ambarawa, Kabupaten Semarang pada hari Sabtu, tanggal 12 November 1988, dengan nomor registrasi: 4. 1. 03/ AN/ XI/ 1988. Untuk pertama kalinya, pengurus yayasan YAZIS adalah sebagai berikut: Ketua Umum: Drs. Hartomo (Bupati Kabupaten Semarang), Ketua I: Drs. H. Mochammad Amin Hambali, Ketua II: K.H. Dimiyati, Ketua III: Drs. Supono, Sekertaris I: Drs. Sriyanto, Sekertaris II: Drs. Abdul Kholik Rifa’I, Bendahara I: Djoko Sardjono, Bendahara II: Sukaimi, Anggota Biro Perencanaan: Drs. Bintoro, Ir. Bambang Prijatmoko, Mochammad Sumadil, SH, Biro Pengumpulan: dr. H. Samrudin Yusuf, Mochammad Amin Syamsuri, BA, H. Marsyod Hidayat, Biro Pendayagunaan: Drs. Kartono, kyai Mubasyir , H. Makin Basri, BA. (Munashir. 2017: 1-2)

Selanjutnya, agar pengelolaan YAZIS lebih berdaya dan berhasil guna bagi terwujudnya kesejahteraan umat Islam di wilayah Kabupaten Semarang. Maka YAZIS bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Semarang yang ditetapkan dalam keputusan bersama anantara Bupati Semarang dan YAZIS Nomor 450/ 62/ 1992 dan 22/ infaq dan shadaqah umat Islam pada tanggal 20 Januari 1992. (Munashir. 2017: 2)

Menindaklanjuti keputusan bersama tersebut di atas dan guna menjamin kelancaran dan ketertiban pengumpulan dan pendayagunaan amal, zakat, infaq dan shadaqah umat Islam di Kabupaten Semarang, nomor: 24/YAZIS/ II/ 1992 tentang Pengumpulan dan Pendayagunaan Amal, Zakat, Infaq dan Shadaqah, yang ditandatangani pada hari Selasa Pon tanggal 04 Februari 1992 oleh Ketua 1 dan Sekertaris 1 YAZIS Kabupaten Semarang dan disetujui oleh Bupati Semarang, Drs. Hartomo. (Munashir. 2017: 2)

YAZIS melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Menghimpun amal dari umat Islam
2. Menyalurkan amal kepada yang berhak menerima
3. Mengadakan sarasehan Ulama dan Umaro' setiap 35 hari sekali/selapan

Dana amal yang terhimpun disalurkan untuk melaksanakan dan atau membantu kegiatan umat Islam dalam bidang: Pendidikan, Tempat Ibadah, Dakwah, Penerbitan, Penelitian, Kesehatan/Rumah Sakit, Panti Sosial Santunan Fakir Miskin Dan Usaha-usaha Produktif. YAZIS sudah berjalan selama 20 tahun, kemudian pada tahun 2008 diterbitkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 04 tahun 2008 tentang Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shadaqah. Dasar diterbitkannya Peraturan Daerah tersebut diatas adalah Undang-undang No 38 tahun 1999 Tentang pengelolaan Zakat. (Munashir. 2017: 2)

Selanjutnya diterbitkan Peraturan Bupati Semarang yang mengatur teknis pelaksanaan peraturan daerah tersebut diatas. Adapun peraturan Bupati Tersebut adalah sebagai berikut;

1. Peraturan Bupati Semarang No 66 tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tugas Pokok Fungsi Serta Uraian Tugas BAZIS.
2. Peraturan Bupati Semarang No 67 Tahun 2008 Tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan BAZIS Kabupaten Semarang
3. Peraturan Bupati Semarang No 68 Tahun 2008 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pengumpulan Dan Pendayagunaan Zakat, Infaq Dan Shadaqah BAZIS Kabupaten Semarang

Disamping mengelola zakat, infaq, shadaqah, wakaf dan kifarot, BAZIS juga mengelola dana sosial yang dititipkan oleh warga masyarakat non muslim untuk dikelola dan diberikan kepada warga non muslim juga. Keputusan Bupati Semarang No.451.12/0471/2008 tentang pembentukan pengurus Badan Amil Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (BAZIS) tingkat Kabupaten Semarang periode 2008-2011. (Munashir. 2017: 3)

Pengurus BAZIS tingkat Kabupaten Semarang periode 2008-2011 terdiri dari dewan pertimbangan, Komisi Pengawas, Badan Pelaksana, Seksi Pengumpulan, Seksi Pendistribusian, Seksi Pendayagunaan. Kemudian periode selanjutnya berdasarkan Surat Keputusan Bupati Semarang No. 451/0353/2013 tentang pembentukan pengurus Badan Amil Zakat, Infaq Dan Shodaqoh (BAZIS) tingkat Kabupaten Semarang periode 2013-2016 mempunyai tugas, wewenang dan tanggung jawab adalah sebagai berikut: (Munashir, 2017: 4)

- a. Dewan Pertimbangan bertugas memberikan pertimbangan kepada Badan Pelaksana baik diminta maupun tidak dalam pelaksanaan tugas organisasi.
- b. Komisi Pengawas bertugas melaksanakan pengawas dan pengendalian terhadap pelaksanaan tugas Badan Pelaksana serta menunjuk akuntan *public* untuk melakukan audit pengelolaan keuangan zakat, infaq dan shodaqoh.

c. Badan Pelaksanaan bertugas:

- 1) Menyelenggarakan tugas administrasi dan teknis pengelolaan zakat, infaq dan shodaqoh.
- 2) Mengumpulkan dan mengolah data yang diperlukan untuk menyusun rencana pengelolaan zakat, infaq dan shodaqoh.
- 3) Menyelenggarakan tugas penelitian, pengembangan, komunikasi, informasi, sosialisasi dan edukasi pengelolaan zakat, infaq dan shodaqoh.
- 4) Membentuk dan mengukuhkan Unit Pengumpulan Zakat Infaq dan Shodaqoh (UPZIS) sesuai wilayah operasionalnya.

Di Kabupaten Semarang telah berdiri YAZIS pada tahun 1988 kemudian berubah menjadi BAZIS tahun 2008 maka setelah dikeluarkan PP RI No 14 tahun 2014 menunjang pelaksanaan UU No 23 tahun 2011 BAZIS berubah nama menjadi BAZNAS sesuai dengan SK di atas No. D. J 11/568 tahun 2014 tanggal 5 Juni 2014 dikeluarkan pembentukannya sebagai BAZNAS Kabupaten. (Munashir, 2017: 7).

B. Visi Misi BAZNAS Kabupaten Semarang

1. Visi : Menjadi pengelola zakat infaq dan shodaqoh yang amanah optimal dan profesional
2. Misi :
 - a) Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menyalurkan zakat infaq dan shodaqoh lewat BAZNAS.
 - b) Meningkatkan pengelolaan zakat infaq dan shodaqoh yang amanah, optimal dan profesional.
 - c) Meningkatkan manajemen keuangan yang baik dan pelayanan berbasis SIMBA.
 - d) Meningkatkan peran dan hasil guna zakat, infaq dan shodaqoh.
 - e) Merubah *mustahiq* menjadi *muzakki*

- f) Mengkoordinasikan UPZIS kecamatan dan mencapai target Kabupaten. (Munashir, 2017: 7)

C. Semangat Pengelola BAZNAS Kabupaten Semarang

Dalam mengelola BAZNAS tingkat Kabupaten punya semangat nilai “TAQWA”

- 1) *Ta’awun* : Bekerjasama dan saling membantu dalam melaksanakan tugas pekerjaan pelayanan dan pengelolaan ZIS secara prima
- 2) *Amanah*: Melaksanakan pengelolaan zakat, infaq dan shodaqoh dapat dipercaya, jujur, mempunyai loyalitas tinggi dan bertanggung jawab.
- 3) *Qowiyyun*: Kuat menghadapi kritik, saran, cobaan, gangguan, dalam pengelolaan zakat, infaq dan shodaqoh baik dari internal maupun eksternal.
- 4) *Wira’I*; berhati-hati dalam ucapan, perbuatan, pengelolaan, pelayanan yang berhubungan dengan hukum Agama dan Hukum Negara.
- 5) *Arif*: Bijaksana dalam mengambil keputusan, menyelesaikan masalah tanpa menimbulkan masalah.

D. Struktur Organisasi BAZNAS

Pengurus BAZNAS kabupaten Semarang Periode 2017-2022

- Ketua : Drs. H. Munasir, MM
 Wakil Ketua I : Ir. H. Arif Sunandar
 Wakil Ketua II : Drs. H. Abdul Khalik Rifa’i
 Wakil Ketua III : Imamul Huda, S.Pd.I, M.Pd.I
 Wakil Ketua IV : Drs. H. Saliminudin, MM

Karyawan kantor BAZNAS Kabupaten Semarang

Staff pengumpulan:

1. Marhani, S.Sos.
2. Muhammad Asrofik

3. Muhammad Muntaha, S.Pd.I
4. Muhammad Syarful Anam, S.Ag

Staff Pendistribusian dan Pendayagunaan

1. Sodri Said, S.Pd.I
2. Muhammad Machsunudin

Staff Perencanaan. Keuangan dan Pelaporan

1. Bambang Setiabudi, SH
2. Choirur Rozak, S.Pd.I

Staff Administrasi, SDM dan Umum

1. Imam Nur Ikhsan, S.Mn
2. Nur Kholid Ghulam Ahmad
3. Muhammad Imam Khanafi
4. Slamet Muhtarom

E. TUPOKSI (Tugas Pokok dan Fungsi)

Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi BAZNAS adalah 4M:

- 1) Merencanakan dan memprogram pengumpulan dan pentasyarufan Zakat, Infaq dan Shodaqoh.
- 2) Melaksanakan pengumpulan dan pentasyarufan Zakat, Infaq dan Shodaqoh
- 3) Mengendalikan pengumpulan dan pentasyarufan Zakat, Infaq dan Shodaqoh
- 4) Melaporkan dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan pengelolaan Zakat, Infaq dan Shodaqoh. (Munashir. 2017: 9-10)

Pendistribusian dana

Pendistribusian dana zaka BAZNAS Kab Semarang. Proses pendistribusian dana zakat, amil sebelumnya perlu mengidentifikasi dan mengklasifikasi *mustahiq* yang ada. Hal ini dimaksudkan agar di dalam membagikan zakat ada skala prioritas, mana *mustahiq* yang harus didahulukan, pola apa yang digunakan serta apakah zakat diberikan dalam bentuk konsumtif atau produktif. Mengenai pendistribusian zakat di BAZNAS Kabupaten Semarang, dalam pembagian dana zakatnya lebih banyak diberikan kepada fakir dan miskin, karena jumlah fakir dan miskin yang ada masih sangat besar. Tetap BAZNAS juga tidak menutup kemungkinan pada kelompok yang lainnya. Hal ini sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Di bawah ini adalah pembagian 8 ashnaf dan kriterianya: (Munashir, 2017: 11)

Fakir dan miskin konsumtif: 20%

1. Fakir/miskin yang tidak mungkin lagi bekerja (missal jompo)
2. Fakir/miskin pasien rumah sakit kelas III
3. Sakit tidak punya biaya berobat
4. Fakir/miskin yang menunggu pasien di rumah sakit
5. Bedah rumah rutilahu (rumah tidak layak huni)
6. Gelandangan
7. Anak jalanan
8. Pengemis
9. Yatim piatu yang miskin (ortu/pengasuh)
10. Penderita cacat
11. Korban bencana
12. Pengangguran

Fakir dan miskin produktif = 40%

1. Pemberian bantuan pelatihan kerja (tukang kayu, tukang batu, kuliner, bengkel otomotif dan elektronik)
2. Ternak (ayam, kambing, bebek dan jangkrik)
3. Perikanan (lele, kerang dan kepiting)
4. Bertani (jamur)
5. Pemberian bimbingan (pendampingan)
6. Bantuan peralatan kerja
7. Pemberian stimulasi modal kerja
8. Pelatihan peningkatan usaha bagi pengusaha kecil
9. Pelatihan kewirausahaan
10. Pembangunan rehab/sarpras pelatihan kerja
11. Informasi (bursa kerja)
12. Pendidikan swadaya masyarakat (pendidikan kewirausahaan)
13. Peningkatan usaha kecil (bantuan modal usaha)
14. PHK
15. Anak putus Sekolah

Amil (operasional BAZNAS, UPZ, dan LAZ) = 12,5% untuk kegiatan seperti:

1. Gaji karyawan
2. Honorarium/ uang penghormatan pengurus/pimpinan
3. Pengadaan/ sewa kantor
4. Biaya rapat-rapat dan rapat kerja
5. Pengadaan atk dan kelengkapan kantor
6. Transportasi perjalanan dinas
7. Pemberian bantuan yang tidak termasuk 8 ashnaf
8. Penelitian/ halaqah/ diskusi/ studi banding tentang pengembangan dan efektivitas pengelolaan zakat
9. Penerbitan buku/ majalah/ jurnal tentang zakat
10. Penyelenggaraan zakat reward Kabupaten Semarang

11. Sosialisasi sadar zakat
12. Pelatihan amil internal/ eksternal
13. Peningkatan SDM amil
14. Peningkatan UPZIS

Mualaf untuk kegiatan seperti:

1. Pemberian bimbingan
2. Bimbingan keagamaan
3. Mencetak buku bimbingan
4. Pengajian rutin mualaf
5. Mualaf center
6. Modal usaha/ pengembangan ekonomi mualaf
7. Sarpras/ bimbingan ibadah

Gharim (tidak bisa bayar hutang yang dibenarkan syar'i) seperti:

1. Hutang perorangan yang tidak mampu melunasi
2. Hutang karena terkena bencana (*limashlahati nafsihi*)
3. Hutang panitia pembangunan tempat ibadah/ tempat pendidikan (*limashlahati ghairihi*)
4. Korban bencana tak mampu merehab sendiri
5. Beasiswa
6. Terlibat hutang rentenir

Sabilillah antara lain berupa:

1. Guru agama, guru TPQ, guru madin dan penyuluh agama non PNS
2. Beasiswa bagi siswa/ mahasiswa yang perlu dibantu
3. Pengadaan/ bantuan perpustakaan desa/ kelurahan
4. Da'I/ khotib yang tidak mendapatka honorarium cukup/ wajar
5. Pembimbing rohani Islam (rohis) di rumah sakit

6. Pembangunan/ rehab sekolah/ madrasah, pondok pesantren, masjid/ mushola, rumah sakit dan panti asuhan yatim piatu.
7. Krisis center KDRT
8. Konseling masalah keagamaan
9. Marbot/santri
10. Hafidz/ hafidzoh

Ibnu sabil, antara lain berupa:

1. Bantuan musafir yang yang dibenarkan syar'I yang kehabisan bekal (musafir terlantar)
2. Pencari kerja kehabisan bekal
3. Korban *trafficking* (perdagangan orang/ anak)
4. TKI terlantar

F. Program Pemberdayaan BAZNAS Kabupaten Semarang

1. Kabupaten Semarang TAQWA
 - a. Silaturahmi Ulama Umara dan masyarakat tingkat Kabupaten Semarang
 - b. Bantuan masjid/mushola
 - c. Bantuan pondok pesantren/lembaga pendidikan
 - d. Bantuan syiar agama/kegiatan tempat ibadah
 - e. Bantuan *da'I, mubaligh, khotib, muadzin* dan marbot
 - f. Bantuan persertifikatan wakaf dan IMB tempat ibadah
2. Kabupaten Semarang Cerdas
 - a. Beasiswa berprestasi
 - b. Beasiswa pesantren
 - c. Bantuan peralatan sekolah/pesantren
 - d. Bantuan Pusat Kajian Al-Qur'an Braile (PKAB)
 - e. Bantuan pelatihan kursus garmen, otomotif, computer dan pertukangan

- f. Bantuan ustadz/ustadzah
- 3. Kabupaten Semarang Sehat
 - a. Bantuan kesehatan: pengobatan/operasi
 - b. Bantuan alat bantu gerak dengar
 - c. Layanan ambulance gratis bagi dhuafa
 - d. Khitanan anak sholeh
 - e. Bantuan rehabilitas penyembuhan HIV dan narkoba
- 4. Kabupaten Semarang Makmur
 - a. Bina mitra mandiri
 - b. Bina kewirausahaan
 - c. Bantuan gaduh ternak, pertanian dan perikanan
- 5. Kabupaten Semarang Peduli
 - a. Bedah rumah sakinah
 - b. Peduli dhuafa
 - c. Tanggap darurat bencana
 - d. Bulan amal muharam
 - e. Bulan amal ramadhan (Munashir. 2017: 26).

G. Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang

strategi sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Semarang adalah promosi melalui seminar, pamflet, media massa dan media sosial. Strategi sosialisasi dalam meningkatkan motivasi para muzakki diantaranya bekerja sama dengan sejumlah media baik cetak maupun elektronik yang ada di Kabupaten Semarang.

Berdasarkan program BAZNAS Kab. Semarang maka, untuk merealisasi program tersebut, BAZNAS melakukan sosialisasi untuk meningkatkan motivasi berzakat para muzakki, menurut Muhammad Asrofik selaku Karyawan bagian staff pengumpulan yaitu dengan cara:

1. Menyebarkan brosur

Sosialisasi melalui penyebaran brosur ini dilakukan ketika BAZNAS Kabupaten Semarang melakukan sosialisasi ke lembaga-lembaga.

2. Menyampaikan ceramah/khutbah

Sosialisasi dengan ceramah di Masjid dan Mushola. Terdapat 1.647 masjid dan terdapat 3.342 mushola yang terdapat di Kab. Semarang. BAZNAS telah bekerjasama dengan DMI, MUI dan Kemenag dalam melakukan sosialisasi melalui khutbah dan ceramah yang dilakukan 2-4 kali setiap tahun.

3. Melalui media sosial dan media massa

- a) Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi antara satu dengan dengan yang lain, secara online tanpa harus bertatap muka secara langsung dan memungkinkan untuk saling berinteraksi tanpa ada batas ruang dan waktu. Media sosial yang digunakan yaitu:

- (1) Facebook

Facebook merupakan media sosial yang dari dulu sangat populer dan banyak di gemari oleh para masyarakat. facebook menjadi media yang digunakan BAZNAS Kabupaten Semarang dalam menyampaikan informasi mengenai zakat kepada masyarakat. Adapaun alamat facebook BAZNAS Kabupaten Semarang adalah @BAZNASKabSemarang. Berikut adalah gambar dari facebook BAZNAS Kabupaten Semarang. Facebook BAZNAS Kabupaten Semarang (diakses pada tanggal 3 Mei 2020).



Gambar 3.1

Akun Facebook BAZNAS Kabupaten Semarang

Dalam akun Facebook BAZNAS Kabupaten Semarang terdapat sosialisasi yang dilakukan dengan menyerahkan bantuan untuk kemashlahatan umat, bantuan kesehatan serta bantuan sosial keagamaan.



Gambar 3.2

BAZNAS Kabupaten Semarang melakukan sosialisasi melalui Facebook.

(2) Instagram

Instagram merupakan salah satu media yang paling digemari oleh banyak pihak. BAZNAS Kabupaten Semarang juga menggunakan instagram sebagai media dalam mensosialisasikan zakat. Melalui instagram, BAZNAS mensosialisasikan melalui kegiatan dan agenda supaya menarik masyarakat untuk berzakat. Seperti yang tertera, BAZNAS Kab. Semarang sedang melakukan penyerahan modal usaha kepada tiga mustahiq. Sebagai berikut gambarnya. Instagram

BAZNAS Kabupaten Semarang (diakses pada tanggal 3 Mei 2020).



Gambar 3.3

BAZNAS Kabupaten Semarang melakukan sosialisasi melalui Instagram.

(3) Twitter

Twitter merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh berbagai pihak. Twitter merupakan salah satu dari sepuluh situs internet yang sering dikunjungi. Sehingga, BAZNAS Kabupaten Semarang menggunakan twitter sebagai media

sosialisasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. berikut ini gambar Twitter BAZNAS Kabupaten Semarang. Twitter BAZNAS Kabupaten Semarang (diakses pada tanggal 3 Mei 2020).



Gambar 3.4

BAZNAS Kabuapten Semarang melakukan sosialisasi melalui akun Twitter.

(4) Web

Web merupakan akun resmi yang dimiliki BAZNAS Kabupaten Semarang. Web BAZNAS berfungsi untuk mengetahui cara bekerja lembaga dan mengetahui semua program program yang dilakukan BAZNAS. Selain itu pada web BAZNAS, juga menginformasikan kepada masyarakat

mengenai zakat. seperti menjelaskan waktu jatuh tempo zakat (nisab) bagi pedagang, petani dan peternak Kabupaten Semarang. Selain itu, juga menjelaskan jumlah potongan gaji pegawai PNS baik yang bekerja di lambaga pemerintah maupun swasta dan program-program yang ada di BAZNAS Kabupaten Semarang. Adapun alamat web BAZNAS Kabupaten Semarang adalah BAZNAS Kab Semarang. Sebagai berikut gambar web dan sosialisasi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Semarang dalam menyerahkan bantuan biaya pendidikan. Web BAZNAS Kabupaten Semarang (diakses pada tanggal 3 Mei 2020)



Gambar 3.5

BAZNAS Kabupaten Semarang melakukan sosialisasi melalui Web.

21:20 0,3KB/d

Anda berada dilaman yang menampilkan **Liputan**
Baznas
Liputan Kegiatan
 - Baznas Serahkan Bantuan Biaya Pendidikan

Baznas Serahkan Bantuan Biaya Pendidikan

Kategori Liputan : **Liputan Kegiatan**
 Baznas :
 Update : Rabu, 22 April 2020 - 13:23:23 WIB
 Di tulis oleh : Imam Nur Ikhsan



UNGERAN- Ketua Baznas Kabupaten Semarang Drs. H. Munashir, MM menyerahkan bantuan biaya pendidikan kepada para siswa di halaman kantor Disdikbudpora Kabupaten Semarang, Selasa (22/4/2020). Turut menyaksikan Kepala Disdikbudpora Kabupaten Semarang Sukatono Purtono. Bantuan yang disalurkan melalui UPZ Disdikbudpora tersebut diberikan kepada empat puluh siswa SD dengan nominal persiswa sebesar lima ratus ribu rupiah dan kepada lima belas siswa SMP dengan nominal bantuan persiswa sebesar tujuh ratus ribu rupiah.

Jangan Lewatkan Liputan Baznas Kami Lainnya

- Rakor Baznas dengan Pengurus UPZ Kecamatan
- Baznas Kab. Semarang Serahkan Bantuan

Gambar 3.6

BAZNAS Kabupaten Semarang melakukan penyerahan biaya pendidikan

b) Media Massa

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dengan menggunakan media elektronik seperti TV, Radio, surat kabar dan lain-lain.

(1) Televisi

Televisi merupakan alat elektronik yang banyak digunakan di zaman modern seperti sekarang ini. Televisi banyak dipakai oleh semua lapisan masyarakat dari lapisan masyarakat atas hingga lapisan masyarakat bawah. Maka dari itu, BAZNAS Kabupaten Semarang menggunakan Televisi sebagai media

untuk menyampaikan sosialisasi Stasiun Televisi yang digunakan adalah TVRI. mengenai zakat. Dengan hal ini, dari Ketua BAZNAS sendiri yang melakukan sosialisasi ke stasiun Televisi tersebut.

(2) Radio

BAZNAS Kabupaten Semarang menggunakan Radio sebagai alat untuk bersosialisasi kepada masyarakat, karena radio merupakan media elektronik yang jangkauannya luas hingga ke pelosok-pelosok desa. Adapun siaran radio yang digunakan adalah RSPD dan Rasika. Dalam siaran ini, dari BAZNAS kabupaten sudah bekerjasama dengan pihak radio untuk mensosialisasikan mengenai zakat zakat dan penyiaran tersebut dilakukan secara live sehingga dapat didengarkan oleh semua kalangan baik orang tua, pelajar maupun mahasiswa. Siaran radio ini dilakukan setiap satu bulan.

4. Sosialisasi menggunakan Pamflet. Pamflet merupakan media yang memungkinkan untuk dibaca oleh semua kalangan. Pamflet biasanya di pasang ketempat-tempat pelayanan umum seperti capil, kantor bupati, dinas perhubungan, perpustakaan daerah dan tempat tempat umum. Bertugas mengurus bagian sosialisasi melalui media cetak adalah bidang administrasi, SDM dan umum.



Gambar 3.7
Pamflet BAZNAS Kabupaten Semarang.

Menurut Marhani, S.Sos.I selaku staff karyawan bagian pengumpulan mengatakan bahwa terdapat 5 strategi sosialisasi yaitu:

1. Melakukan sosialisasi secara berkala setiap satu bulan ke dinas, instansi vertikal, BUMN dan BUMD. Sebelum melakukan sosialisasi, BAZNAS mengirim surat kepada instansi untuk penyesuaian jadwal.
2. Dari BAZNAS menyiapkan surat yang di kirim ke instansi. Di tingkat SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) dinas instansi, sebelum melakukan sosialisasi, dari BAZNAS minta waktu kepada instansi dengan cara mengirim surat kepada lembaga tersebut. Penjelasan dari Bapak Marhani S. Sos. I. contoh sosialisasi ke lembaga vertikal yaitu, BAZNAS mengirim surat kepada kantor kementerian agama. Kalau contoh dari SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), dinas arsip daerah dan perpustakaan juga dengan cara mengirimkan surat untuk meminta waktu, kemudian disetujui untuk di sosialisasi. Pihak instansi sudah mengumpulkan staff pekerja dan karyawan untuk di sosialisasi kepada BAZNAS yang akan menerangkan mengenai zakat, nisab dan perhitungan zakat. Biasanya, kalau dari instansi yang di kirim surat tidak ada balasan, berarti menyetujui waktu, tempat dan sosialisasi yang diajukan oleh BAZNAS. Tetapi, kalau ada balasan surat dari instansi tersebut, biasanya waktu yang telah di ajukan di undur atau ganti waktu pelaksanaan. Marhani (Hasil Wawancara pada tanggal 28 April 2020).
3. Laporan setiap bulan sebagai *feed back* dinas instansi. Dalam hal pelaporan, dari pihak BAZNAS memberikan laporan tentang pemerolehan dana zakat dan pentasyarufan yang sudah dilakukan. Staff Karyawan yang melakukan laporan setiap bulannya adalah bagian Staff Perencanaan. Keuangan dan Pelaporan

4. Pesan melalui media sosial ucapan terima kasih kepada muzakki setiap bulan. Bagian Staff Administrasi, SDM dan Umum yang melakukan pengiriman ucapan terima kasih kepada muzakki, yang telah menyalurkan zakatnya ke lembaga BAZNAS. Marhani (Wawancara pada tanggal 28 April 2020).

H. Potensi Zakat Kabupaten Semarang

Seperti yang telah di ketahui, masyarakat Indonesia mayoritas penduduknya Muslim. Begitu juga dengan masyarakat Kabupaten Semarang yang mayoritas penduduknya Muslim. Di bawah ini terdapat tabel-tabel kependudukan Kab Semarang

Tabel 1.1

Rekapitulasi data penduduk menurut Muslim dan Non Muslim di Kabupaten Semarang

No	Kecamatan	Desa	Penduduk Muslim	Penduduk Non Muslim
1	Getasan	13	37.024	13.600
2	Tengaran	15	65.002	2.027
3	Susukan	13	48.384	728
4	Suruh	17	60.331	262
5	Pabelan	17	41.619	1.078
6	Tuntang	16	63.450	4.451
7	Banyubiru	10	42.096	1.760
8	Jambu	10	35.723	1.945
9	Sumowono	16	30.627	2.228
10	Ambarawa	10	51.244	10.288
11	Bawen	9	49.118	4.853
12	Bringin	16	40.047	529

13	Bergas	13	68.331	3.080
14	Pringapus	9	50.731	744
15	Bancak	9	25.565	22
16	Kaliwungu	11	27.734	3.267
17	Ungaran Barat	11	80.624	7.509
18	Ungaran Timur	10	65.243	4.651
19	Bandungan	10	53.566	19.884
	JUMLAH	235	936.460	82.906

Menurut data di atas dapat disimpulkan bahwa, terdapat 19 kecamatan yang terdapat di Kabupaten Semarang dan banyak penduduk Muslim terdapat di Kecamatan Tuntang yang dalam satu kecamatan terdapat 17 desa. Paling sedikit penduduk Muslim terdapat di Kecamatan Bancak, yang dalam satu kecamatan hanya terdapat 9 desa. (Munashir. 2017: 13).

Tabel 1.2
Persentase penduduk Menurut kelompok Umur (10 Tahunan) dan Jenis Kelamin

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Laki-laki + Perempuan
	Laki-laki	Perempuan	
0-9	15,69	14,27	14,97
10-19	15,69	15,05	15,36
20-29	16,22	16,51	16,37
30-39	14,04	14,17	14,11
40-49	13,91	13,92	13,92
50-59	12,07	12,33	12,20
60+	12,38	13,75	13,07
Kabupaten Semarang	100,00	100,00	100,00

Menurut data penduduk diatas dapat disimpulkan bahwa data penduduk rata-rata paling banyak berjenis kelamin perempuan. Terbanyak

penduduk berusia produktif dari usia 20-29 tahun. (Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Semarang 2019:11)

Tabel 1.3
Presentase Penduduk Berumur 5 Tahun Keatas Menurut Karakteristik dan Status Pendidikan di Kabupaten Semarang

Karakteristik	Tidak/Be- lum Pernah Bersekolah	Masih Bersekolah			Tidak Bersekolah Lagi	Jumlah
		SD/Sederajat	SMP/ sederajat	SMA/ Sederajat		
Jenis Kelamin						
Laki-laki	4,98	11,87	4,75	5,19	73,22	100,00
Perempuan	7,37	10,68	3,47	7,01	71,48	100,00
Kelompok Pengeluaran						
40 persen terbawah	9,38	12,14	4,14	5,04	69,31	100,00
40 persen tengah	4,69	12,47	4,57	5,23	73,04	100,00
20 persen teratas	2,91	7,16	3,08	9,98	76,88	100,00
Kabupaten Semarang	6,20	11,26	4,09	6,12	72,33	100,00

Menurut data di atas dapat disimpulkan bahwa, terbanyak penduduk laki-laki dan perempuan berstatus tidak bersekolah lagi. Banyak penduduk berstatus tidak bersekolah lagi. (Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Semarang 2019:24)

Sehingga pemerolehan dana zakat di BAZNAS Kabupaten Semarang mengalami peningkatan setiap tahunnya BAZNAS kabupaten Semarang melakukan pengumpulan Zakat, Infaq dan Shodaqoh melalui UPZIS:

1. ASN (Aparatur Sipil Negara)
2. Organisasi Perangkat Daerah (OPD)
3. Instansi Vertikal Tingkat Kabupaten
4. BUMD
5. Perusda/ Perusahaan Swasta di Kabupaten Semarang
6. Tempat Ibadah (Masjid dan Mushola)
7. Sekolah Lembaga Pendidikan
8. Kecamatan, Desa/Kelurahan
9. Kotak amal, Toko, Warung dan Restoran.
10. Perseorangan

Dalam perkembangannya jumlah dana yang diterima oleh BAZNAS Kabupaten Semarang selalu meningkat secara signifikan. Dari tahun 2017-2019 jumlah dana yang terkumpul selalu meningkat Hal tersebut seperti yang terlihat dalam tabel pemerolehan dana BAZNAS Kabupaten Semarang tahun 2017-2019, sebagai berikut: Choirur Rozaq (Wawancara tanggal 17 Februari 2020)

Tabel 1.4

Tabel pemerolehan dana zakat dan Infaq dari tahun 2017-2019 di BAZNAS Kabupaten Semarang.

Tahun	Zakat	Infaq
2017	1.054.228.413	1.981.086.728
2018	1.312.495.268	1.988.984.367
2019	1.418.474.880	2.316.035.499

Dapat disimpulkan bahwa, tahun 2017-2019 jumlah dana zakat dan infaq yang terkumpul di BAZNAS meningkat, yaitu pada tahun 2017 zakat

sebanyak Rp. 1.054.228.413, infaq sebanyak Rp. 1.981.086.728. Pada tahun 2018 pemerolehan dana zakat sebanyak Rp. 1.312.495.268, infaq sebanyak Rp. 1.988.984.367. Pada tahun 2019 pemerolehna dana zakat sebanyak Rp. 1.418.474.880, infaq sebanyak Rp. 2.316.035.499.

Prosentase Pentasyarufan 8 Ashnaf

1. Fakir	}	60% (20% konsumtif, 40% produktif)
2. Miskin		
3. Amil		:12,5 %
4. Mualaf		: 5%
5. Raqib		: 0
6. Gharim		: 2,5%
7. Sabilillah		: 17,5%
8. Ibnu Sabil		: 2,5%
Jumlah		: 100%

Program Pengumpulan dan Pentasyarufan

1. Layanan Pengumpulan ke BAZNAS
 - a. Melalui kantor BAZNAS
 - b. Melalui UPZIS kecamatan
 - c. Melalui OPZ OPD
 - d. Melalui Bank (Bank Jateng, Bank Mandiri Syariah dan Bank BNI).
 - e. Melalui layanan jemput
2. Layanan Pentasyarufan
 - a. Diundang ke kantor BAZNAS
 - b. Diberikan lewat UPZIS kecamatan
 - c. Diantar sampai alamat yang bersangkutan

Selain itu, Bupati Semarang dukung potensi zakat ASN (Aparatur Sipil Negara) dioptimalkan. Bupati Semarang Mundjirin SE mendukung pemotongan 2,5 persen gaji ASN Muslim di lingkungan Pemerintah Kabupaten Semarang. Menurut beliau, hal ini bisa dilakukan mengingat potensi zakat ASN di daerah beliau belum tergarap secara maksimal. Beliau berharap, nanti kedepannya ada terobosan-terobosan baru, sehingga jumlah zakat yang dihimpun BAZNAS Kabupaten Semarang bisa optimal. (Dwi Murdaningsih, Koran Republika. 2018)

Pemotongan gaji ASN telah dilakukan sejak tahun 2016 dan di kelola oleh BAZNAS kabupaten Semarang. Dari pemotongan gaji ASN tersebut, memperoleh dana pertahunnya yaitu: Pada tahun 2016 memperoleh dana sebesar Rp. 190 juta rupiah. Pada tahun 2017 memperoleh dana sebesar Rp. 197 juta rupiah. Pada tahun 2018 memperoleh dana sebesar Rp. 200 juta pertahun. Pada tahun 2019 Bupati semarang lebih menegaskan lagi untuk pemotongan gaji 2,5 persen bagi ASN hingga mencapai pemerolehan dana sebesar 400 juta rupiah. (Marhani, Wawancara pada tanggal 28 April 2020)

Hasil pemerolehan dana yang selalu meningkat secara signifikan, jumlah ASN yang sudah melakukan 2,5 persen pembayaran zakat mencapai 50 persen orang yang berzakat. Artinya, sudah sekitar 400 ribu orang yang membayar zakat dari jumlah penduduk Muslim Kabupaten Semarang sebanyak 936.460 jiwa. Potensi zakat ini sangat bagus untuk masyarakat Kabupaten Semarang khususnya dalam upaya pemerataan status ekonomi. (Choirur Rozaq, Wawancara pada tanggal 13 April 2020).

BAB IV

ANALISIS

A. Analisis Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang Dalam Upaya Peningkatan Motivasi Para Muzakki

Strategi merupakan teknik atau cara suatu lembaga atau organisasi dalam mencapai tujuan yang direncanakan. Tetapi dalam pelaksanaannya strategi bukan merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan tersebut melainkan harus ada taktik operasionalnya. Dalam hal ini, BAZNAS menggunakan strategi sosialisasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Laswell, Strategi didapatkan melalui identifikasi komponen dasar dari sebuah strategi sosialisasi yang merupakan konsep komunikasi. Terdapat beberapa proses strategi sosialisasi. Pertama, komunikator *Operations Communication* sebagai pihak yang mewakili manajemen dalam melakukan aktivitas komunikasi. Kedua adalah pesan yang akan dinyatakan. Ketiga, media komunikasi yang akan digunakan adalah media-media internal yang sesuai dengan target sasaran sosialisasi yakni karyawan fungsi *Operations*. Keempat, pihak yang menjadi komunikan atau target sasaran sosialisasi. (Hartono & Sulistyningtyas, 2013: 10)

Menurut teori yang diutarakan oleh Laswell strategi sosialisasi yang dengan menggunakan media komunikasi, memanfaatkan media pesan tersebut dapat disampaikan kepada seluruh karyawan secara serentak. Dalam mencapai sasaran komunikasi, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan

dan teknik yang akan dipergunakan sebab masing-masing memiliki kelebihan dan juga kekurangan. Sosialisasi ini perlu dilakukan secara bersamaan kepada seluruh target sasaran melalui media komunikasi. Tim mengintegrasikan atau memadukan berbagai macam media komunikasi yang ada untuk saling melengkapi satu sama lain dan juga dukungan dari komunikasi tatap muka. (Hartono & Sulistyaningtyas, 2013: 11).

Sedangkan di lembaga BAZNAS Kabupaten Semarang strategi sosialisasi dalam upaya peningkatan motivasi para muzakki ada beberapa cara antara lain yaitu: dengan melakukan penyebaran brosur, melalui ceramah/khutbah, melalui media sosial dan media massa, brosur yang berisikan tentang kegiatan pendistribusian dan pendayagunaan BAZNAS Kabupaten Semarang, pamflet dan sosialisasi secara langsung ke lembaga vertikal di Kabupaten Semarang.

Melalui Strategi Sosialisasi tersebut, masyarakat dapat mengetahui tentang adanya BAZNAS Kabupaten Semarang sebagai lembaga resmi yang mengurus tentang zakat. Dengan demikian, masyarakat Kabupaten Semarang akan mempunyai motivasi dalam melakukan pembayaran zakat.

Strategi sosialisasi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Semarang dapat dikatakan belum maksimal. Dalam pelaksanaannya, BAZNAS Kabupaten Semarang lebih menerapkan sosialisasi melalui media sosial yaitu *twitter* yang dinilai sosialisasi melalui media sosial tersebut saat ini banyak digunakan oleh berbagai pihak. Sosialisasi melalui media sosial *instagram* yang sangat populer dan digemari oleh banyak pihak. Sosialisasi melalui media sosial *facebook* yang dari dulu sangat populer dan banyak digemari oleh para masyarakat. Sosialisasi melalui media sosial web yang dapat diakses dan dinikmati oleh semua pihak.

Melakukan sosialisasi melalui media cetak yaitu pamflet yang dinilai memungkinkan untuk dapat dibaca oleh semua kalangan. Melakukan

sosialisasi melalui media cetak yaitu brosur yang dinilai dapat menjelaskan bagaimana lembaga BAZNAS Kabupaten Semarang.

Tetapi setelah ditinjau kembali, menggunakan sosialisasi dengan media tersebut dinilai kurang maksimal untuk melakukan sosialisasi keseluruhan dalam menjelaskan mengenai zakat dan Lembaga BAZNAS Kabupaten Semarang

Hasil dari data lapangan yang dilakukan melalui wawancara oleh penulis. Dalam hal ini, BAZNAS Kabupaten Semarang setelah melakukan evaluasi, lebih menekankan sosialisasi setiap bulan secara berkala ke dinas, instansi vertikal, BUMN dan BUMD. Karena dengan menggunakan strategi sosialisasi ini, BAZNAS Kabupaten Semarang dapat bertemu, bertatap muka secara langsung untuk mensosialisasikan zakat dalam meningkatkan motivasi para *muzakki*.

Hasil dari sosialisasi tersebut nantinya, mengenai pentasyarufan, pendayagunaan, program-program, penghitungan zakat dan kegiatan BAZNAS akan di sosialisasikan kembali melalui media sosial seperti twitter, instagram, facebook dan web. Agar masyarakat mengetahui secara nyata penyaluran zakat yang di bayarkan melalui BAZNAS Kabupaten Semarang. Sehingga, media sosial, media massa dan media cetak tersebut digunakan sebagai media pendukung dalam proses jalannya kegiatan BAZNAS Kabupaten Semarang.

Jadi, proses pelaksanaan strategi sosialisasi ketika suatu perusahaan atau lembaga dalam penggunaan media sangatlah penting. Tetapi di BAZNAS Kabupaten Semarang dalam pelaksanaan strategi sosialisasi dalam meningkatkan motivasi berzakat para Muzakki lebih menekankan sosialisasi secara langsung. Untuk sosialisasi menggunakan media hanya sebagai penunjang.

B. Analisis Potensi Dana Zakat di Kabupaten Semarang

Pemberdayaan ekonomi warga miskin nantinya akan menjadi prioritas bagi Kabupaten Semarang, dalam mengentaskan angka kemiskinan tahun 2020. Pemerintah Kabupaten Semarang telah menyiapkan sejumlah program pelatihan ketrampilan, pelatihan usaha serta bantuan modal usaha bagi warga miskin yang ada di daerahnya.

Ketua Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan Daerah (TKPKD) Kabupaten Semarang, Ngesti Nugraha mengatakan, mengacu data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Semarang hingga bulan Maret 2019 7,04 persen dari populasi warga di daerahnya yang mencapai 1.03 juta jiwa yang tersebar di 19 kecamatan.

Jika dibandingkan data tahun 2018, jumlah warga miskin di Kabupaten Semarang ini telah mengalami penurunan yang cukup signifikan. Tiga tahun terakhir ini, tingkat kemiskinan Kabupaten Semarang menurun.

Saat ini, Berdasarkan data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk miskin di Jawa Tengah per Maret-September 2019 turun dari 3,74 menjadi 3,68 juta orang. Artinya, sebanyak 68.830 penduduk miskin di Jawa tengah yang sudah terlepas dari garis kemiskinan atau telah mengalami kesejahteraan.

Pencapaian ini, Jawa Tengah jauh melampaui DKI Jakarta dan Jawa Barat yang masing-masing hanya mampu menurunkan 3.250 dan 950 penduduk miskin. Jumlah pengangguran terbuka, berdasarkan data BPS Kabupaten Semarang sampai dengan bulan Agustus 2019 masih mencapai 2,58 persen. Dengan hal ini, Kabupaten Semarang menempati ranking kedua terendah se-Jawa Tengah. Namun, komitmen Pemkot Kabupaten Semarang akan terus mengupayakan penurunan angka kemiskinan.

Dalam hal ini, maka upaya menurunkan angka kemiskinan, pada tahun ini bakal diarahkan untuk mendorong kemandirian keluarga yang miskin dan juga dengan memaksimalkan pengumpulan dana zakat di Kabupaten Semarang yang rata-rata kurang lebih 900.000 pengeluaran perbulannya. Itu

artinya, penghasilan perbulan rata-rata masyarakat Kabupaten Semarang tergolong tinggi. Dengan memaksimalkan pengelolaan zakat akan pemeratakan perekonomian masyarakat Kabupaten Semarang.

Mengenai hal ini, Ketua Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Tengah Dr Ahmad Daroji menegaskan, berdasarkan kajian potensi dana zakat yang dapat dikumpulkan dari umat Islam di Jawa Tengah mencapai Rp. 449 miliar per tahun. Saat ini, realisasi pengumpulan dana zakat kurang lebih Rp. 200 miliar belum mencapai angka 50%. Jumlah itu sebagian besar berasal dari pengumpulan zakat dari 35 Kabupaten/Kota yang berasal dari kalangan PNS dan pekerja tetap lainnya.

Bupati Semarang H Mundjirin juga mengatakan bahwa BAZNAS dan BWI Kabupaten Semarang sudah saatnya meningkatkan mutu pengelolaan dana zakat umat. Sehingga zakat dan wakaf yang dikelola akan lebih memiliki nilai tambah dan produktif. Tujuannya untuk mendukung percepatan pengentasan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan umat. Sementara itu, Ketua Baznas Kabupaten Semarang Munashir bertekad akan terus meningkatkan jumlah pengumpulan dana zakat dari umat. Mentargetkan pengumpulan dana zakat meningkat dibanding tahun sebelumnya.

Dari penelitian lapangan melalui wawancara yang dilakukan penulis pada 17 Februari 2020 mendapatkan data dari Khoirur Rozaq Karyawan Staff Perencanaan, Keuangan dan Pelaporan BAZNAS Kabupaten Semarang mengenai potensi dana zakat di Kabupaten Semarang. Terdapat 1.017.366 penduduk Kabupaten Semarang 80.906 jumlah penduduk Non Muslim dan 936.40 penduduk Muslim. Mencapai 92,1% yang berkependudukan Muslim. Artinya, sebagian besar penduduk Kabupaten Semarang memiliki potensi dalam pembayaran zakat.

Sehingga pemerolehan dana zakat dan infaq di BAZNAS Kabupaten Semarang setiap tahunnya juga mengalami peningkatan yaitu, pada tahun 2017 zakat sebanyak Rp. 1.054.228.413, infaq sebanyak Rp. 1.981.086.728. pada tahun 2018 pemerolehan dana zakat sebanyak Rp. 1.312.495.268, infaq sebanyak Rp. 1.988.984.367. Pada tahun 2019 pemerolehan dana zakat sebanyak Rp. 1.418.474.880, infaq sebanyak Rp. 2.316.035.499.

Setelah Penulis melakukan penelitian lapangan melalui wawancara pada 28 April 2020 dan 13 April 2020. Kemudian menganalisa dan menyelaraskan data tersebut dengan data yang berasal dari Marhani S. Sos. I. dan Khoirur Rozaq Staff Karyawan BAZNAS Kabupaten Semarang. Alhasil, dari penekanan Dr Ahmad Daroji sebagai Ketua Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Tengah bentuk agar tingkat kesadaran umat untuk membayar zakat semakin ditingkatkan. Dengan pengelolaan yang profesional potensi dana zakat dapat direalisasi dan dapat dimanfaatkan untuk mempercepat pengentasan kemiskinan.

Sehingga dari pemotongan gaji ASN yang telah dilakukan sejak tahun 2016 dan di kelola oleh BAZNAS kabupaten Semarang pemerolehan dana sebesar Rp. 190 juta rupiah pada tahun 2016. Pada tahun 2017 memperoleh dana sebesar Rp. 197 juta rupiah. Pada tahun 2018 memperoleh dana sebesar Rp. 200 juta perbulan. Selain itu juga, Bupati Semarang dukung potensi zakat ASN (Aparatur Sipil Negara) dioptimalkan dan mewajibkan adanya pemotongan 2,5 persen gaji ASN Muslim di lingkungan Pemerintah Kabupaten Semarang.

Jadi, dari penegasan atasan untuk membayar zakat, pemerolehan dana zakat pertahunnya meningkat. Sehingga, potensi dana zakat di Kabupaten Semarang sudah baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data staff karyawan BAZNAS Kabupaten Semarang dengan pembahasan bab sebelumnya, penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

BAZNAS Kabupaten Semarang dalam proses sosialisasi menggunakan 2 macam strategi yaitu strategi sosialisasi secara langsung dan melalui media. Berdasarkan program BAZNAS Kab. Semarang, strategi sosialisasi yang dilakukan melalui media, memanfaatkan media cetak, yaitu: penyebaran brosur dan pamflet. Sosialisasi melalui media sosial, yaitu: menggunakan facebook, twitter, instagram dan web. Sosialisasi melalui media massa, yaitu: melalui televisi dan radio. Strategi sosialisasi BAZNAS secara langsung dengan melakukan ceramah dan khutbah. Selain itu juga melakukan sosialisasi secara langsung ke instansi, BUMN, BUMD dan lembaga vertikal. Tetapi, dalam hal sosialisasi Baznas Kabupaten Semarang lebih menekankan sosialisasi secara langsung dari pada melalui media. Sosialisasi melalui media hanya digunakan sebagai penunjang dalam proses sosialisasi untuk meningkatkan semangat berzakat para *muzakki*.

Potensi dana zakat di Kabupaten Semarang. Kabupaten Semarang dalam tiga tahun terakhir ini mengalami penurunan tingkat kemiskinan dan merupakan peringkat kedua yang memiliki jumlah kemiskinan terendah. Selain itu, Bupati Semarang mewajibkan bagi para Aparatur Sipil Negara untuk membayar zakat. Ketua Umum BAZNAS Jawa Tengah dan BAZNAS Kabupaten Semarang juga berusaha memaksimalkan pemerolehan dana zakat.

Hingga saat ini pemerolehan dan zakat meningkat pertahunnya yaitu, pada tahun 2017 zakat sebanyak Rp. 1.054.228.413, infaq sebanyak Rp. 1.981.086.728. Pada tahun 2018 pemerolehan dana zakat sebanyak Rp. 1.312.495.268, infaq sebanyak Rp. 1.988.984.367. Pada tahun 2019 pemerolehan dana zakat sebanyak Rp. 1.418.474.880, infaq sebanyak Rp. 2.316.035.499. Menurut pencapaian tersebut, dapat dikatakan bahwa Kabupaten Semarang memiliki potensi yang bagus dalam pemerolehan dana zakat.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat rekomendasi kepada BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) Kabupaten Semarang agar tetap menggunakan strategi sosialisasi yang sudah digunakan. Serta mampu mempelajari pemetaan *muzakki* supaya dapat meningkatkan jumlah muzakki dan semangat para *muzakki* dalam pembayaran zakat. Serta mampu mempelajari sosialisasi menggunakan media, supaya dapat memaksimalkan pemanfaatan media dalam melakukan sosialisasi.

C. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Demikian skripsi berjudul “Strategi Sosialisasi BAZNAS Kabupaten Semarang Dalam Upaya Meningkatkan Motivasi Para Muzakki” yang dapat disajikan oleh penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Hal tersebut tidak lain adalah keterbatasan ilmu dan pengetahuan penulis.

Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Selain itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan tentu bertujuan untuk memperbaiki kekurangan yang penulis lakukan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. 2018 “*Paradigma Sosialisasi dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak*”. Jurnal Al-Maiyyah, 11, 1.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Burhanudin, Nandang. 2009. *Al-Qur’an Al-Karim*. Surakarta: Ziyad Books.
- Effendi, Usman. 1998. *Asas Manajemen*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Ersman, Afri & Azhar, Andi. 2019. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Hasil wawancara dengan Khoirur Rozak Selaku Staff Perencanaan, Keuangan dan Pelaporan BAZNAS Kabupaten Semarang Pada Tanggal 17 Februari 2020.
- Iriana, Asfin. 2019. *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Semarang*. Semarang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang.
- Kadarman, A.M. 1994. *Pengantar Ilmu Manajemen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawati, Khaerani. 2018. *Sosialisasi Kepribadian*. Yogyakarta: Sentra Edukasi Media.
- Linda, Angeline Dian Hartono & Devi, Ike Sulistyaningtyas. 2013. *Konsep Sosialisasi mengenai Strategi Perusahaan kepada*

- Karyawan Lapangan di PT HM Sampoerna Tbk.*
Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Mahmud, Abdul Al-Hamid. 2006. *Ekonomi Zakat Sebuah Moneter dan Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Matthew, Miles. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, edisi trj. Tjejep Rohendi Rohadi, 1992, Jakarta: UPI
- Meleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Munashir. 2017. *Profil Sejarah BAZNAS*. Semarang: BAZNAS Kabupaten Semarang.
- Mustarin, Basyirah. “Urgensi Pengelolaan Zakat Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat”. *Jurnal Jurisprudentie*, 4,2.
- Qardawi, Yusuf. 2006. *Hukum Zakat*. Jakarta: PT Mitra Kerjaya Indonesia.
- Rika, Andi F. 2018. Skripsi. *Penerapan Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Di Kua Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumba*. UIN Alauddin Makasar.
- Setiawan, Ebta. <http://kbbi.web.id/sosialisasi>. Diakses pada tanggal 6 Februari 2020
- Siagian, Sondang P. 2007. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. edisi revisi. Cet. II. Jakarta: PT. Bumi Aksara,.

- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman dkk. 2010. *Kompilasi Zakat*. Semarang: Balai Penelitian dan Pengembangan Agama Semarang.
- Suryasi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syarifuddin, Amir. 2003. *Garis-garis Besar Fiqh*. Jakarta: Kencana Prenadamendia Group.
- Tarmizi. 2016. *Pedoman Peningkatan Potensi Amil Zakat*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Terry, George R. dan Leslie W. Rue. 2014. *Principles of Management (Dasar-dasar Manajemen)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tobari, 2017. “*Dana Zakat Kabupaten Semarang Bisa Percepat Pengentasan Kemiskinan*”, infopublik.id/kategori/nusantara/208634/dana-zakat-kabupaten-semarang-bisa-percepat-pengentasan-kemiskinan., diakses 10 Februari 2020.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Zuhri, Saifudin. 2002. *Zakat Di Era Reformasi*. Semarang: Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang.
- Yoeti, Oka A. 1991. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- <http://www.CahNgroto.Net>, diakses tanggal 20 Maret 2020.

Lampiran I



Foto setelah wawancara di kantor BAZNAS Kabupaten Semarang



Koran BAZNAS pada tanggal 12 Mei 2020

Lampiran II

Tabel Jenis Harta dan Ketentuan Wajib Zakat

(Instruksi Menteri Agama RI, nomor 5 Tahun 1991)

No	Jenis Harta	Ketentuan Wajib Zakat			Keterangan
		Nisab	Kadar	Waktu	
TUMBUH-TUMBUHAN					
1	Padi	815 kg. Beras/ 1481 kg. Gabah	5%-10%	Tiap Panen	Timbangan beras sedemikian itu adalah bila setiap 100 kg gabah menghasilkan 55 kg beras. Kalau gabah itu di takar ukuran takarannya adalah 98,7 cm panjang, lebar dan tingginya.
2	Biji-bijian, jagung, kacang, kedelai, dll.	Senilai nishab padi	5%-10%	Tiap panen	Menurut madzhab Hambali yang wajib dizakati hanya biji-bijian yang tahan lama . menurut madzhab Syafi'I yang wajib di zakati hanya biji-bijian yang di simpan lama dan menjadi makanan pokok.
3	Tanaman hias; anggrek dan segala	Senilai nishab padi	5%-10%	Tiap panen	Menurut madzhab Hanafi wajib dizakati

	jenis bunga-bunga				dengan tanpa batasan nishab. Menurut madzhab Maliki, Syafi'I, Hambali, wajib wajib dizakati apabila dimaksudkan untuk bisnis (masuk kategori zakat perdagangan dengan kadar zakat 2,5%)
4	Rumput-rumputan; rumput hias, tebu, bambu, dll.	Senilai nishab padi	5%-10%	Tiap panen	Sda
5	Buah-buahan; kurma, manga, jeruk, pisang, kelapa, rambutan, durian dll	Senilai nishab padi	5%-10%	Tiap panen	Sda. Menurut madzhab, Syafi'I, Maliki dan Hambali, selain kurma dan anggur kering (kismis) wajib dizakati apabila dimaksudkan untuk bisnis (masuk kategori zakat perdagangan dengan kadar zakat 2,5%)
6	Sayur-sayuran; bawang, wortel, cabe dll	Seukuran nisab padi	5% / 10%	Tiap panen	Sda. Menurut madzhab, Syafi'I, Maliki dan Hambali, tidak wajib dizakati

					kecuali dimaksudkan untuk bisnis (masuk kategori perdagangan)
7	Segala jenis tumbuh-tumbuhan	Seukuran nisab padi	5% / 10%	Tiap panen	
8	Harta rikaz	Tidak ada nizam dan haul	20%	1.Tidak ada batasan waktu pengeluaran (setelah ditemukan) 2.Ditunggu setelah 3 bulan apabila tidak yang memiliki	Dari Abu Hurairah, bahwa Rasulullah SAW pernah bersabda: (pada rikaz harta galian, zakatnya seperlima (20%) (HR Bukhori Muslim)
II	EMAS DAN PERAK				
1	Emas murni	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Menurut madzhab Hanafi, nisabnya senilai 107,76 gram. Menurut Yusuf Al-qordlawi nisabnya senilai 85 gram.
2	Perhiasan, perabotan/ perlengkapan rumah tangga dari emas	Senilai 91,92 gram. emas murni	2,5%	Tiap tahun	Sda. Perhiasan yang dipakai dalam ukuran yang wajar dan halal , menurut madzhab

					Maliki, Syafi'I dan Hambali tidak wajib dizakati
3	Perak	Senilai 642 gram perak	2,5%	Tiap tahun	Menurut madzhab hanafi, nisabnya senilai 700
4	Perhiasan perabotan/perlengkapan rumah tangga dari perak	Senilai 642 gram perak	2,5%	Tiap tahun	Sda. Perhiasan yang dipakai dalam ukuran yang wajar dan halal , menurut madzhab Maliki, Syafi'I dan Hambali tidak wajib dizakati
5	Logam mulia, selian emas dan perak seperti platina dll.	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Menurut madzhab, Hanafi, Syafi'I, Maliki dan Hambali, tidak wajib dizakati kecuali diperdagangkan (kategorikan zakat perdagangan).
6			2,5%	Tiap tahun	Sda.
III	PERUSAHAAN, PERDAGANGAN DAN JASA				
1	Industri seperti semen, pupuk, textile dll.	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Menurut madzhab Hanafi, nishabnya senilai 107,76 gram. Menurut Yusuf Al-Qordlawi nisabnya

					senilai 85 gram.
2	Usaha perhotelan, hiburan, restoran, dll.	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Sda.
3	Perdagangan export, kontraktor, real estate, percetakan, supermarket, dll.	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Sda.
4	Jasa; konsultan, notaris, komisioner, travel biro, salon, transportasi, perdagangan	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Sda.
5	Pendapatan gaji, jasa produksi lembur dll	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Sda.
6	Usaha perkebunan, perikanan dan peternakan	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Sda.
7	Uang simpanan, deposito, tabanas, simpeda, simaskot, giro dll	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	Sda.
IV	BINATANG TERNAK				
1	Kambing, domba dan	40-120	1 ekor domba	Tiap tahun	Setiap

	kacangan	ekor	umur 1 tahun/ kacangan umur 2 tahun		bertambah 30 ekor, zakatnya tambah satu ekor domba umur 1 tahun/kacangan umur 2 tahun.
2	Sapi dan kerbau	*121-200 ekor *30 ekor *40 ekor *60 ekor *70 ekor	*1 ekor domba umur 1 tahun/kacang an umur 2 *tahun. 1 ekor umur *1 tahun. Satu ekor umur 2 tahun. *2 ekor umur 1 tahun. *2 ekor umur 2 tahun	Tiap tahun	Setiap bertambah 30 ekor, zakatnya 1 ekor umur 1 tahun. Setiap bertambah 40 ekor, zakatnya tambah satu ekor umur 2 tahun.
3	Kuda	Sama dengan sapi/kerbau	Sama dengan sapi/kerbau	Tiap tahun	Setiap bertambah 30 ekor, zakatnya 1 ekor umur 1 tahun. Setiap bertambah 40

					ekor, zakatnya tambah satu ekor umur 2 tahun. Menurut madzhab Maliki, Syafi'I dan Hambali, tidak wajib zakat.
V	TAMBANG DAN HARTA TERPENDAM				
1	Tambang emas	Senilai 91,92 gram emas murni	2,5%	Tiap tahun	
2	Tambang perak	Senilai 642 gram perak	2,5%	Tiap tahun	
3	Tambang selain emas dan perak. Seperti; platina, besi, timah, tembaga dll	Senilai nisab emas	2,5%	Ketika memperoleh	Menurut madzhab Hanafi, Maliki, dan Syafi'I, wajib dizakati apabila diperdagangkan (dikategorikan zakat perdagangan). Menurut madzhab Hanafi

					kadar zakatnya 20%
4	Tambang, batu-batuan seperti; batu bara, marmer dll	Senilai nisab emas	2,5%	Ketika memperoleh	Menurut madzhab Hanafi, Maliki, dan Syafi'I, wajib dizakati apabila diperdagangkan (dikategorikan zakat perdagangan).
5	Tambang, minyak gas	Senilai nisab emas	2,5%	Ketika memperoleh	Sda
6	Harta terpendam (harta karun, tinggalkan orang non muslim)	Senilai nisab emas	2,5%	Ketika memperoleh	Menurut madzhab Maliki dan Syafi'I harta terpendam selain emas dan perak tidak wajib dizakati. Menurut madzhab Hanafi, harta terpendam selain logam tidak wajib dizakati.

VI	Zakat Fitrah			
1	Punya kelebihan makanan untuk keluarga pada hari Idul Fitri	2,5 kg	Akhir bulan Ramadhan	Menurut madzhab Hanafi, kadarnya 3,7 kg. Menurut Mahmud Yunus kadarnya 2,5 kg.

Lampiran III**TRANSKIP WAWANCARA****Informan : Muhammad Asrofik****Jabatan : Staff Pengumpulan Karyawan Kantor BAZNAS
Kabupaten Semarang****Hari/Tanggal : Senin, 3 Februari 20120****Waktu : 11.39-12.30**

1. Bagaimana sejarah berdirinya BAZNAS Kab Semarang?
2. Bagaimana visi dan misi BAZNAS Kab Semarang?
3. Bagaimana struktur organisasi BAZNAS Kab Semarang?
4. Apa saja kebijakan-kebijakan umum yang ada di BAZNAS Kab Semarang?

Informan : Marhani S. Sos**Jabatan : Staff Pengumpulan Karyawan Kantor BAZNAS
Kabupaten Semarang****Hari/Tanggal : Senin, 27 April 2020****Waktu : 09.00-10.30**

1. Bagaimana potensi zakat di Kabupaten Semarang?
2. Ada berapa lembaga zakat yang ada di Kabupaten Semarang?
3. Apakah BAZNAS Kab Semarang menerapkan strategi sosialisasi dalam meningkatkan semangat berzakat di Kabupaten Semarang?

4. Bagaimana strategi BAZNAS Kab Semarang dalam meningkatkan semangat masyarakat untuk berzakat?
5. Bagaimana kendala yang di alami BAZNAS Kabupaten Semarang dalam melakukan sosialisasi mengenai zakat?
6. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Semarang dalam meningkatkan jumlah *muzakki*?

Informan : Choirur Rozaq, S. Pd. I.

Jabatan : Staff Perencanaan, Keuangan dan Pelaporan

Hari/Tanggal : Senin, 17 Februari 2020

Waktu : 10.06 -12.30

1. Berapa besar dana zakat yang terkumpul setiap tahunnya?
2. Berapa dana zakat yang diterima mustahiq setiap tahunnya?
3. Apakah selama ini penyaluran dana zakat BAZNAS Kabupaten Semarang sudah merata?
4. Apa saja program yang ada di BAZNAS Kab Semarang?
5. Apa program unggulan yang ada BAZNAS Kab Semarang?
6. Mengapa program tersebut menjadi program unggulan?

Informan : Marhani S. Sos

**Jabatan : Staff Pengumpulan Karyawan Kantor BAZNAS
Kabupaten Semarang**

Hari/Tanggal : Sabtu, 16 Mei 2020

Waktu : 13.00-14.30

1. Bagaimana pelaksanaan zakat di kabupaten Semarang?
2. Kenapa pelaksanaan zakat di Semarang dapat dikatakan masih kurang baik?
3. Apa faktor yang menyebabkan kurangnya semangat masyarakat untuk membayar zakat?

BIODATA PENULIS

Nama : Hanna Ni'matul Izzah

Tempat/Tanggal Lahir : Wonogiri, 29 April 1998

Jurusan/Fakultas : Manajemen Dakwah/ Fak. Dakwah dan Komunikasi

Alamat : Nangger, RT/RW:02/05 Nambangan, Selogiri, Wonogiri

Email : Hanna3ace@gmail.com

Pendidikan : TK Manbaul Hikmah
SDN II Nambangan
SMP Nawa Kartika
MA Negeri Sukoharjo
UIN Walisongo Semarang Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2016