

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di seluruh dunia. Berdasarkan laporan dari Pusat Kajian Strategis BAZNAS tahun 2020, zakat memiliki potensi yang sangat besar di Indonesia, yakni mencapai Rp327 triliun. Nilai ini setara dengan sekitar 75 persen dari keseluruhan dana untuk perlindungan sosial dalam Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Indonesia.¹ Berdasarkan penelitian dari Puskas BAZNAS, di Kalimantan Selatan, sebanyak 97 persen penduduknya beragama Islam, yang mana potensi zakat di Kalimantan Selatan mencapai lebih dari 102 miliar rupiah. Rekapitulasi potensi zakat berdasarkan provinsi di Kalimantan Selatan menunjukkan potensi zakat dari sektor pertanian sebesar 449 miliar rupiah, sektor peternakan sebesar 265 miliar rupiah, zakat uang sebesar 356 miliar rupiah, zakat perusahaan sebesar 5 miliar rupiah, dan zakat penghasilan sebesar 2.086 miliar rupiah. Secara keseluruhan, total potensi zakat di Kalimantan Selatan mencapai 3.161 miliar rupiah.²

¹ Puskas BAZNAS, *Indeks Kesehatan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ)*, (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2020) hlm. 12.

² Puskas BAZNAS, *Indikator Pemerataan Potensi Zakat Provinsi, Kabupaten dan Kota Tahun 2022 Regional Bali, Nusa Tenggara dan Kalimantan*", (Jakarta: Puskas BAZNAS, 2022) hlm. 113.

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pemahaman tentang zakat khususnya di Kalimantan Selatan masih tergolong menengah, yang artinya masih ada masyarakat muslim di Kalimantan Selatan belum mengetahui tentang zakat dan masih banyak juga fakta di lapangan, masyarakat menyalurkan dana zakat secara langsung mandiri tanpa di serahkan pada lembaga Amil Zakat yang telah disediakan untuk mengelola dana zakat, seperti BAZNAS, LAZISNU, LAZISMU, Duafa Tersenyum, dan lain sebagainya sehingga zakat kurang tersalurkan secara merata. Dari ketidaktahuan itulah dibutuhkan strategi promosi agar dapat menjangkau masyarakat yang kurang bahkan belum mengetahui tentang zakat.



Gambar 1. 1 Nilai Indeks Literasi Zakat di wilayah Sumatera, Jawa, Bali, Nusa Tenggara dan Kalimantan

Sumber : Puskas BAZNAS (2022)

Hal ini menunjukkan bahwa zakat dapat memberikan dampak besar apabila dikelola dan disalurkan dengan baik, baik untuk keperluan konsumtif maupun produktif. Melalui risalah Nabi Muhammad SAW, Islam hadir sebagai agama yang menjunjung tinggi kasih sayang serta kebajikan bagi segenap ciptaan, sebagaimana termaktub dalam surah Al-Anbiya ayat 107.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya : "*Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), melainkan sebagai wujud kasih sayang bagi seluruh alam.*"³

Sebagai negara yang dihuni oleh populasi Muslim terbesar di dunia, sudah selayaknya Indonesia menempati posisi sebagai negara maju, bukan lagi berada dalam klasifikasi negara yang sedang berkembang.⁴ Dalam Islam, terdapat berbagai bentuk instrumen sosial seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf yang berperan dalam membersihkan harta, sebab di dalamnya terdapat bagian yang menjadi hak bagi orang lain dan wajib untuk diberikan. Zakat sendiri merupakan salah satu dari lima rukun Islam yang pelaksanaannya diwajibkan bagi setiap pemeluk agama Islam.

Peran zakat sangat berpeluang dalam mengatasi permasalahan kemiskinan di Indonesia. Namun demikian, menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan September 2018, jumlah penduduk yang tergolong miskin masih mencapai 25,7 juta jiwa.⁵ Fakta ini menunjukkan bahwa pengelolaan zakat belum berjalan secara optimal dalam mengatasi persoalan kemiskinan. Apabila zakat sebagai instrumen sosial dapat dikelola secara maksimal, maka permasalahan kemiskinan di Indonesia berpotensi berkurang secara signifikan. Idealnya, apabila seluruh umat Islam di Indonesia

³ Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019, halaman. 470.

⁴ Sukmadilaga, C., & Nugroho, L., *Pengantar Akuntansi Perbankan Syariah: Prinsip, Praktik dan Kinerja* (Pusaka Media, 2017), hlm. 29.

⁵ Andriyanto, I., *Strategi Pengelolaan Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan*, Jurnal Walisongo, 19(1), (2011), hlm, 25–46.

menjalankan ajaran agamanya secara menyeluruh (*kaffah*)⁶, ketimpangan dan kemiskinan tidak akan lagi menjadi permasalahan.⁷ Ketentuan ini sesuai dengan apa yang difirmankan Allah dalam Al-Qur'an, tepatnya pada Surah Al-Hasyr ayat 7.

... كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۖ

Artinya: "...*(Dengan ketentuan itu) supaya harta tidak terus-menerus berputar di kalangan orang-orang kaya saja di antara kalian...*"⁸

Seiring dengan berjalannya waktu, jumlah lembaga amil zakat (LAZ) di Kota Banjarmasin semakin meningkat, salah satunya adalah LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin. Lembaga ini menjalankan fungsi sebagai pihak yang menerima sekaligus menyalurkan dana zakat, infak, sedekah, hibah, serta berbagai jenis bantuan dana sosial lainnya yang berasal dari individu, lembaga, maupun instansi lainnya. LAZISMU sebagai bagian dari gerakan filantropi nasional tidak hanya menyalurkan dana secara konsumtif, tetapi juga memfokuskan pada penyaluran produktif melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat, seperti pemberian beasiswa, renovasi rumah layak huni, dan dukungan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan tujuan menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan. Namun, untuk

⁶ Nata, A., *Islam Rahmatan Lil Alamin Sebagai Model Pendidikan Islam Memasuki Asean Community*, Malang, (2016), diakses dari <http://fitk.uinmalang.ac.id/sites/default/files/materi/MateriKuliahTamuPAI02016.pdf> ([http://fitk.uinmalang.ac.id/sites/default/files/materi/MateriKuliahTamuPAI2016 .pdf](http://fitk.uinmalang.ac.id/sites/default/files/materi/MateriKuliahTamuPAI2016.pdf)).

⁷ Hayati, K., & Caniago, I., *Zakat Potential as A Means to Overcome Poverty (A Study in Lampung)*, *Journal of Indonesian Economy and Business*, 26(2), (2011), hlm, 187–200.

⁸ Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019, halaman. 806-807.

mendukung keberlanjutan program-program tersebut, diperlukan peningkatan jumlah *muzakki* melalui strategi promosi yang tepat.

Promosi tidak sekadar berperan sebagai media komunikasi pada perusahaan yang menghasilkan produk barang, tetapi juga merupakan kebutuhan krusial bagi lembaga yang bergerak di bidang jasa, termasuk di dalamnya organisasi filantropi. Philip Kotler menjelaskan bahwa promosi meliputi seluruh kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan nilai keunggulan suatu produk atau layanan kepada konsumen serta meyakinkan mereka agar memilih produk atau jasa tersebut. Dalam konteks lembaga filantropi, strategi promosi memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan serta mendorong partisipasi masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga yang resmi.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori bauran promosi dari Kotler dan Keller sebagai dasar untuk menganalisis strategi promosi yang dijalankan oleh LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin. Teori tersebut meliputi lima unsur utama, yakni periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat.⁹ Semua data dan fenomena lapangan yang ditemukan akan dianalisis menggunakan teori ini untuk memahami efektivitas promosi dalam konteks filantropi.

LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin menjalankan sejumlah program yang terkait dengan pengurusan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS), yang

⁹ Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, *Principles of Marketing*, 14th Global Edition (Pearson Education, 2012), hlm. 202.

sangat mengandalkan partisipasi dari para muzakki. Akan tetapi, berdasarkan data pemasukan dari tahun 2019 hingga 2024, terdapat perubahan yang cukup mencolok dalam jumlah dana yang dihimpun. Meskipun program-program ini menjadi daya tarik tersendiri, pelaksanaan program tersebut sangat bergantung pada keberhasilan dalam menarik jumlah *muzakki* yang konsisten setiap tahun. Karena itu, strategi promosi menjadi faktor penting dalam menjaga kelangsungan serta memaksimalkan pelaksanaan berbagai program tersebut.

LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin memiliki sejumlah program terkait pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang sangat bergantung pada kontribusi dari para *muzakki*. Namun, data penerimaan dana selama periode 2019 hingga 2024 menunjukkan adanya perubahan signifikan yang bersifat fluktuatif. Pada 2019 (April-Desember), pendapatan mencapai Rp1,1 miliar, namun di 2020 mengalami penurunan menjadi Rp735 juta. Pada 2021, pendapatan kembali meningkat menjadi Rp1,1 miliar, tetapi di 2022 kembali turun drastis menjadi Rp246 juta. Di 2023, jumlah pendapatan naik kembali menjadi Rp1,1 miliar, tetapi pada kuartal pertama 2024 (Januari-Maret), pendapatan hanya sebesar Rp26 juta. Fluktuasi ini menunjukkan pentingnya strategi promosi yang efektif untuk menjaga keberlanjutan dan stabilitas jumlah *muzakki*.¹⁰

Dalam menghadapi dinamika tersebut, diperlukan upaya yang terstruktur dalam menarik perhatian dan membangun kesadaran masyarakat

¹⁰ *Arsip Data LAZISMU AL-UMMAH BANJARMASIN*, diakses dari https://lazismualummah.org/laporan/.

untuk berzakat melalui lembaga resmi. Fakta tersebut menjadi alasan utama bagi penulis untuk melakukan penelitian secara mendalam terhadap strategi promosi yang diterapkan oleh LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin untuk menarik minat *muzakki*, *mushiq* maupun *musaddiq* untuk berzakat, infak dan sedekah. Dengan demikian, penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan utama dalam konteks promosi dan efektivitasnya, yang terangkum dalam judul **“Strategi Promosi Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Al-Ummah Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi promosi yang dijalankan oleh Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Al-Ummah Banjarmasin?
2. Apa saja hambatan serta tantangan yang ditemui dalam penerapan strategi promosi oleh Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Al-Ummah Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan strategi promosi yang diterapkan oleh LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin.
2. Mengetahui hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan strategi promosi tersebut.

D. Signifikansi Penelitian

1. Kegunaan Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin dalam memberikan kontribusi pemikiran yang bermanfaat bagi lembaga, khususnya dalam mengevaluasi maupun meningkatkan kinerja organisasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga bertujuan untuk memperluas wawasan masyarakat sehingga dapat menjadi masukan dalam memahami kebutuhan dan karakteristik masyarakat yang dilayani.

2. Kegunaan Akademis

Temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam penguatan kajian ilmiah, khususnya di lingkungan akademis UIN Antasari Banjarmasin. Hasilnya tidak hanya memperluas wawasan dan pemahaman penulis secara pribadi, tetapi juga memberikan manfaat bagi pembaca secara umum yang tertarik mendalami isu terkait. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi landasan pemikiran bagi studi-

studi selanjutnya dan menjadi referensi yang dapat menambah wawasan, khususnya mengenai strategi promosi serta tantangan yang dihadapi oleh lembaga pengelola zakat, infak, dan sedekah.

E. Definisi Operasional

Guna mencegah kesalahpahaman dalam penafsiran, penulis menguraikan definisi operasional pada bagian berikut:

1. Strategi Promosi merupakan metode yang dirancang secara terencana oleh suatu lembaga atau perusahaan dengan tujuan menarik minat konsumen agar menggunakan barang serta jasa yang disajikan. Setiap lembaga atau perusahaan umumnya menyesuaikan strategi ini berdasarkan kebutuhan masing-masing. Dalam penelitian ini, penulis mengacu pada konsep strategi promosi yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, yang mencakup lima unsur utama dalam bauran promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat, yang masing-masing memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan kepada khalayak
2. *Muzakki* merupakan sebutan untuk perusahaan maupun perorangan yang memberikan ataupun mengeluarkan sebagian hartanya kepada lembaga maupun orang lain berupa zakat.
3. *Munfiq* merupakan orang atau pihak yang mengeluarkan infak.
4. *Musaddiq* merupakan orang atau pihak yang mengeluarkan sedekah.
5. ZIS dalam penelitian penulis merupakan singkatan dari zakat, infak dan sedekah.

6. LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin adalah lembaga pengelola zakat, infak dan sedekah di bawah naungan Muhammadiyah Al-Ummah Banjarmasin, yang beralamat di Jalan Arjuna VI No.2 RT. 22 RW. 03 Bumi Pemurus Permai.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan kajian yang penulis lakukan terkait topik promosi sebagai objek penelitian serta LAZISMU Al-Ummah sebagai subjek penelitian, ditemukan sejumlah karya ilmiah terdahulu yang juga membahas persoalan terkait promosi. Namun, terdapat perbedaan substansial antara penelitian-penelitian tersebut dengan topik yang akan dikaji oleh penulis. Adapun beberapa penelitian yang dimaksud antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Prihatiningsih (1601036049) dengan judul “Strategi Peningkatan Minat Muzakki Membayar Zakat di NU Care-LAZISNU Jawa Tengah” berasal dari Program Studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2022. Penelitian tersebut menganalisis upaya meningkatkan minat *muzakki* dalam menunaikan zakat dengan pendekatan kuantitatif. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa NU Care LAZISNU menerapkan strategi melalui dua pendekatan, yakni daring (*online*) dan luring (*offline*). Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada fokus untuk mengetahui cara meningkatkan jumlah *muzakki*. Sementara itu, perbedaan utama terletak pada penggunaan teori penelitian tersebut hanya menggunakan teori strategi tanpa melibatkan teori promosi serta pada jenis dan lokasi penelitian.

Penelitian Dwi menggunakan metode kuantitatif dan dilakukan di NU Care-LAZISNU, sedangkan penelitian penulis bersifat kualitatif dan berlokasi di LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin.¹¹

2. Penelitian yang dilakukan Lalu Muh. Reza Pratama (180305070) berjudul “Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat bagi Muzakki di BAZNAS Kabupaten Lombok Tengah.” dari Program Studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Mataram tahun 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas strategi BAZNAS dalam meningkatkan pengumpulan zakat dari *muzakki*. *muzakki*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi yang dilakukan meliputi peningkatan kerja sama dengan instansi, ASN vertikal, sekolah, serta Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di berbagai desa. Program yang diterapkan BAZNAS dilakukan secara transparan sehingga mampu memperkuat kepercayaan para *muzakki*. Beberapa strategi yang digunakan antara lain strategi hukum, periklanan, telemarketing, pendekatan individu, dan sosialisasi. Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus pembahasan strategi peningkatan partisipasi *muzakki* dalam menunaikan zakat. Adapun perbedaannya terletak pada kerangka teori penelitian ini hanya menggunakan teori strategi, sedangkan penulis menggabungkan teori strategi dengan teori bauran promosi serta perbedaan

¹¹ Prihatiningsih, D., *Strategi Peningkatan Minat Muzakki Membayar Zakat Di Nu Care Lazisnu Jawa Tengah*, Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2022.

lokasi penelitian, yaitu di BAZNAS Kabupaten Lombok Tengah dan LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin.¹²

3. Penelitian yang dilakukan M. Lutfi Bachtiar (1403036036) dengan judul “Analisis Strategi Promosi dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di MA Raudlatut Tholibin Pakis Kayu Pati” berasal dari Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tahun 2021. Penelitian ini memakai metode kuantitatif untuk menganalisis strategi promosi pada pemasaran jasa pendidikan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa MA Raudlatut Tholibin melaksanakan strategi promosi secara langsung, tidak langsung, serta melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori bauran promosi. Namun, perbedaan terletak pada pendekatan teoritis penelitian ini turut menggunakan teori pemasaran secara umum, sedangkan penelitian penulis hanya berfokus pada teori bauran promosi.¹³

Berdasarkan uraian beberapa penelitian terdahulu tersebut, fokus penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk menitikberatkan pada efektivitas strategi promosi dalam menarik minat *muzakki* di LAZISMU Al-Ummah Banjarmasin. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini memiliki perbedaan

¹² Pratama, L. M. R., *Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat Bagi Muzakki Di Baznas Kabupaten Lombok Tengah*, Skripsi, UIN Mataram, 2022.

¹³ Bachtiar, M. L., *Analisis Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Ma Raudlatut Tholibin Pakis Tayu Pati*, Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2021.

mendasar dari penelitian-penelitian sebelumnya, baik dari segi pendekatan teoritis maupun ruang lingkup pembahasannya.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan karya ilmiah ini disusun secara terstruktur dalam lima bab utama dengan rincian sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan : Memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, tinjauan penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Teori dan Kerangka Pikir : Menyajikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis dalam penelitian, meliputi pembahasan tentang strategi promosi, lembaga zakat, dan ketentuan yang berkaitan dengan *muzakki*.

Bab III: Metodologi Penelitian : Menjelaskan metode yang diterapkan dalam penelitian terkait strategi promosi pada Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) Al-Ummah Banjarmasin, mencakup jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan : Menguraikan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan serta melakukan analisis berdasarkan teori yang relevan.

Bab V: Penutup : Memuat ringkasan dari hasil penelitian serta menyajikan saran atau rekomendasi yang dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan di masa yang akan datang.¹⁴

¹⁴ Zainal Abidin, M., dkk., *PEDOMAN KARYA TULIS ILMIAH*, 1 (Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2021).