

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang universal dan komprehensif, tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Tuhan (*'ibādah*) saja, tetapi juga mengatur bagaimana hubungan antarmanusia (*mu'āmalah*). Bahkan yang menjadi perhatian saat ini adalah tentang permasalahan ekonomi, teori-teori silih berganti untuk memecahkan permasalahan tersebut. Namun sampai sekarang masih dicari teori terbaik untuk keadaan perekonomian, khususnya di Indonesia.

Permasalahan ekonomi memang merupakan masalah yang kompleks. Tingginya tingkat kemiskinan, terjadi kesenjangan sosial merupakan potret keadaan masyarakat di Indonesia sekarang ini. Padahal di dalam Islam, salah satu solusi tepat untuk masalah tersebut adalah melalui zakat.

Zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) memiliki peranan penting dalam penyediaan barang dan jasa, baik barang publik maupun barang privat.<sup>1</sup> Adanya ZIS telah menyediakan dana yang murah bagi pembiayaan berbagai

---

<sup>1</sup>Zakat berasal dari kata *zakā* yang berarti suci, bersih, tumbuh berkembang, dan barakah. Menurut terminologi syari'ah, zakat adalah harta/kekayaan yang telah mencapai syarat tertentu dan diwajibkan Allah kepada setiap muslim atau badan yang dimiliki orang-orang Islam dengan persyaratan tertentu. Infaq berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan suatu harta untuk kepentingan orang lain. Menurut terminologi syari'ah, infaq berarti memberikan sebagian penghasilannya untuk kepentingan yang diajarkan Islam. Sedekah berasal dari kata *ṣadaqa* yang berarti benar. Menurut terminologi syariah, sedekah mencakup arti yang lebih luas, menyangkut hal-hal yang bersifat non material. Masdar Helmy, *Memahami Zakat dan Cara Menghitungnya*, (Bandung: PT Alma'arif, 2001), Cet. ke-1, h. 17-20

kegiatan ekonomi dalam masyarakat. Islam telah mengatur kewajiban zakat dan sasaran pemanfaatannya secara pasti, karena zakat memiliki dampak ekonomi yang lebih pasti. Sementara itu tidak terdapat pengaturan yang detail tentang infak dan sedekah, sehingga lebih fleksibel dalam pengelolaannya. Dalam realitas, banyak kegiatan dan fasilitas ekonomi yang disediakan dengan menggunakan pembiayaan dari infak dan sedekah ini. Penyediaan fasilitas publik, pengentasan kemiskinan, dan pemberdayaan masyarakat banyak dibiayai dari dana ini.<sup>2</sup>

Kita semua mengetahui bahwa zakat merupakan kewajiban agama dan termasuk salah satu pilar Islam. Pengeluaran zakat telah diatur dalam al-Quran surah at-Taubah [9]: 60:



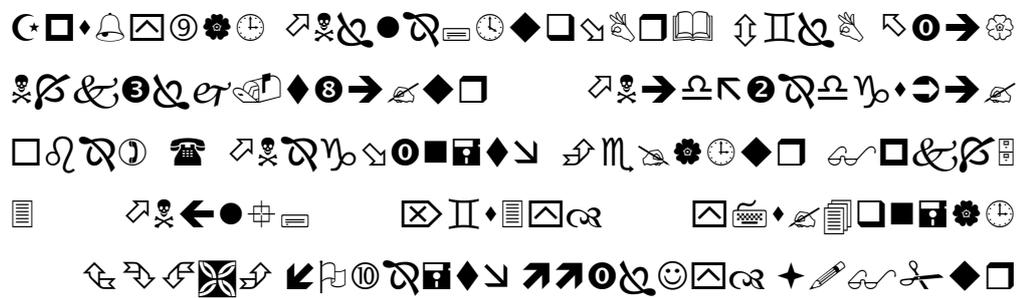
*Sesungguhnya zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mu'allaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam*

---

<sup>2</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 467

*perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.*<sup>3</sup>

Zakat merupakan ibadah *māliyah ijtimā'iyah*. Artinya di samping zakat itu bersifat material (harta), tapi juga bersifat sosial (kemasyarakatan). Oleh karena itu, maka penunaian zakat seharusnya dikelola dengan sebaik-baiknya.<sup>4</sup> Pengelolaan zakat ini mendapat justifikasinya melalui firman Allah swt dalam surah al-Taubah [9]: 103:



*Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.*<sup>5</sup>

Jumhur (mayoritas) ulama menyimpulkan dari ayat di atas, bahwa yang berhak mengambil atau menghimpun zakat adalah pemerintah, yakni umara' yang menegakkan syariat Islam. Pemerintah menurut pandangan Islam, bertanggung jawab terhadap kesejahteraan rakyatnya. Pemerintah selaku khalifah Allah menanggung amanat dari-Nya dan selaku *khalifah khulafā'illah*, menanggung amanat dari seluruh rakyatnya. Berdasarkan ayat

<sup>3</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2008), h. 196

<sup>4</sup>Fakhruddin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 216

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, op. cit., h.203

103 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa badan pengelolaan zakat adalah penguasa atau pemerintah sebagai lembaga yang berwenang mengurus urusan zakat. Dengan demikian, pembayaran zakat kepada lembaga tersebut tidak perlu diragukan lagi kebolehannya.<sup>6</sup>

Apa yang diterangkan sebelumnya adalah keterangan yang terdapat dalam al-Quran. Adapun keterangan yang berasal dari sunah Nabi adalah sebagai berikut:

عن ابن عباس رضي الله عنهما: أن النبي صلى الله عليه وسلم بعث موعظا إلى اليمن - فذكر الحديث - وفيه "إن الله قد افترض عليهم صدقة في أموالهم تؤخذ من أغنيائهم، فترد في فقرائهم". (متفق عليه)

*Dari Ibnu Abbas: bahwa Nabi s.a.w ketika mengutus Mu'adz ke Yaman, beliau berkata: "Beritahukanlah kepada mereka, bahwa Allah SWT telah mewajibkan dari sebagian harta-harta mereka, untuk disedekahkan. Diambil dari orang kaya untuk diberikan kepada mereka yang fakir".<sup>7</sup>*

Keterangan yang dapat diambil dari hadits ini adalah ucapan Rasulullah s.a.w tentang sedekah wajib: "Sedekah itu diambil dari orang kaya untuk diberikan kepada mereka yang fakir." Hadits ini menjelaskan, bahwa urusan zakat itu diambil oleh petugas untuk dibagikan, tidak untuk dikerjakan sendiri oleh orang yang mengeluarkan zakat.

<sup>6</sup>Fakhrudin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, op. cit., h. 216-217

<sup>7</sup>Al-Hafizh bin Hajar Al-'Asqalani, *Bulughul Maram*, (Surabaya: Hidayah), h. 118

Pelaksanaan zakat di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat. Pengelolaan zakat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah yang terdiri dari masyarakat dan unsur pemerintah untuk tingkat kewilayahan dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk dan dikelola oleh masyarakat yang terhimpun dalam berbagai ormas (Organisasi Masyarakat) Islam, yayasan, dan institusi lainnya. Dalam undang-undang tersebut, dijelaskan prinsip pengelolaan zakat secara profesional dan bertanggung jawab yang dilakukan oleh masyarakat bersama pemerintah. Pemerintah dalam hal ini berkewajiban memberikan perlindungan, pembinaan, dan pelayanan kepada *muzakki*, *mustahiq*, dan pengelola zakat.<sup>8</sup>

Di Indonesia, perkembangan BAZNAS mulai meningkat dan hal tersebut diharapkan semakin membaik sejak berlakunya Undang-Undang Pengelolaan Zakat yang baru, yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. Dalam laporan yang disampaikan oleh Ketua Umum Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Prof. Dr. KH Didin Hafidhuddin kepada Menteri Agama bahwa penerimaan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) secara nasional tahun 2012 adalah sekitar Rp 2,2 Triliun. Jumlah tersebut yang dihimpun oleh BAZNAS, BAZNAS Provinsi, BAZNAS Kabupaten dan Kota serta Lembaga Amil Zakat (LAZ). Terdapat kenaikan sebesar 27,17 persen dibandingkan

---

<sup>8</sup>Fakhrudin, *Fiqh dan Manajemen Zakat di Indonesia*, op. cit., h. 247-248

dengan penerimaan ZIS pada 2011 yang berjumlah kurang lebih Rp 1,73 Triliun.<sup>9</sup>

Perkembangan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Banjarmasin sekarang ini semakin ditingkatkan demi kelancaran operasionalnya, tidak lepas dari persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat tersebut yang akan menjadi pertimbangan mereka dalam memutuskan untuk memilih BAZNAS Kota Banjarmasin sebagai organisasi yang dipercaya untuk menyalurkan dana ZIS. Namun, faktanya saat ini masih ada masyarakat yang lebih memilih menyalurkan zakatnya secara pribadi. Hal ini menunjukkan indikasi bahwa masih ada rasa kurang percaya masyarakat terhadap wadah resmi yang mengelola zakat.

Pada studi ini diduga bahwa persepsi masyarakat terhadap BAZNAS Kota Banjarmasin dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain produk, promosi, tempat, dan pelayanan, yang masing-masing dapat berperan dalam mempengaruhi pilihan. Mengenali persepsi masyarakat tidaklah mudah, kadang mereka terus-terang menyatakan alasannya, namun sering pula bersikap acuh. Pandangan dan penilaian masyarakat terhadap BAZNAS Kota Banjarmasin, baik langsung maupun tidak langsung akan melibatkan orang lain dalam pengambilan keputusannya.

Pada observasi awal, peneliti melihat bahwa promosi merupakan faktor yang paling mempengaruhi persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin. Karena promosi merupakan perangkat pemasaran yang

---

<sup>9</sup><http://bimasislam.kemenag.go.id/informasi/berita/35-berita/706-menag-terima-laporan-perkembangan-zakat-dari-baznas.html>. Diakses pada tanggal 30 Juli 2013, pukul 07.00 WITA.

penting dan juga melalui promosi inilah seharusnya BAZNAS Kota Banjarmasin dapat menarik para *muzakki* untuk menyalurkan dana ZIS mereka. Dugaan ini juga diperkuat oleh beberapa orang, yang menyatakan bahwa sosialisasi melalui promosi itu sangat penting dalam memperkenalkan BAZNAS Kota Banjarmasin kepada masyarakat.<sup>10</sup> Untuk itu perlu diteliti, apakah bauran pemasaran tersebut, yaitu produk, promosi, tempat, dan pelayanan berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin. Hasil penelitian tersebut dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah bauran pemasaran (produk, promosi, tempat, dan pelayanan) berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin?
2. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

---

<sup>10</sup>Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa orang yang berinisial SS, MA, dan MF. Pada hari Senin, 02 Desember 2013, pukul 14.00.

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin yang dilihat dari dimensi produk, promosi, tempat, dan pelayanan.
- b. Mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin.

## 2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan studi ekonomi syariah terutama dalam bidang pengelolaan zakat.
- b. Secara praktis studi ini dapat dijadikan pijakan dan pertimbangan bagi para pihak yang berkepentingan untuk memecahkan persoalan pengelolaan dan perbaikan kinerja lembaga keuangan Islam di masa sekarang maupun yang akan datang. Yaitu, sebagai bahan informasi, masukan serta pokok pikiran bagi BAZNAS Kota Banjarmasin, sehingga peran dan tugas yang diembannya akan berfungsi maksimal bagi masyarakat luas.
- c. Sebagai bahan referensi guna mencari solusi terhadap permasalahan dalam upaya memaksimalkan kinerja BAZNAS Kota Banjarmasin.
- d. Secara individu, penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan penulis. Sekaligus sebagai bahan informasi dan perbandingan bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian mengenai permasalahan yang serupa.

- e. Sebagai wahana untuk menambah khazanah perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin dan perpustakaan Fakultas syariah dan Ekonomi Islam.

#### **D. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami penelitian ini, maka penulis merasa perlu memberikan batasan istilah yang erat kaitannya dengan penulisan skripsi ini dan penegasan judul penelitian, sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>11</sup> Maksud penulis di sini adalah sesuatu hal yang baik secara langsung atau tidak langsung memberikan dampak perubahan terhadap pandangan seseorang atau kelompok.
2. Bauran Pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sukses.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini, alat pemasaran yang digunakan meliputi produk, promosi, tempat, dan pelayanan.
3. Persepsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*perception*" yang dalam bahasa Indonesia menjadi persepsi yang artinya perasaan, pengamatan atau

---

<sup>11</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Cet. Ke-3, h. 747

<sup>12</sup>Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 70

pandangan<sup>13</sup>. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya.<sup>14</sup> Jadi yang dimaksud persepsi dalam penelitian ini adalah pengamatan atau pandangan. Hal ini sesuai dengan maksud dari pembahasan penelitian ini yaitu bagaimana pandangan masyarakat terhadap BAZNAS Kota Banjarmasin.

4. Masyarakat diartikan sebagai sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.<sup>15</sup> Masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah warga Kota Banjarmasin, yang memiliki kriteria tertentu, yaitu memiliki penghasilan dan wajib zakat.
5. BAZNAS adalah singkatan dari badan amil zakat nasional. Dalam penelitian ini, saya akan meneliti BAZNAS Kota Banjarmasin.

Jadi, dalam penelitian ini penulis meneliti bagaimana alat pemasaran yaitu produk, promosi, tempat, dan pelayanan memberikan dampak terhadap pandangan masyarakat kota Banjarmasin tentang Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Banjarmasin sebagai organisasi pengelola dana zakat, infaq, dan shadaqah.

## **E. Kajian Terdahulu**

---

<sup>13</sup><http://www.referensimakalah.com/2013/01/pengertian-persepsi-dalam-psikologi.html>. diakses pada hari Selasa , 26/11/2013, Pukul 12:50

<sup>14</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, op.cit., h. 759

<sup>15</sup>*Ibid.*, h. 635

Dari hasil *survey* yang telah penulis lakukan, kajian penelitian yang mengangkat tema tentang pengelolaan zakat telah diteliti oleh Inayati Nursyam (NIM 0801158990) dengan judul “Strategi Pengumpulan Dana Pada Badan Amil Zakat Provinsi Kalimantan Selatan”. Pada penelitian tersebut peneliti menekankan pada bagaimana strategi pengumpulan dana pada BAZ Provinsi Kalimantan Selatan dan kendalanya.

Penelitian oleh Wiszda Asma (NIM 0701158022) tahun 2012 yang berjudul “Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki (Studi Terhadap Laz Dhuafa Tersenyum Banjarmasin)”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan jumlah *muzakki* dan dampak strategi promosi tersebut terhadap peningkatan jumlah *muzakki*.

Penelitian tahun 2009 yang diteliti mahasiswa Jurusan Muamalat Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta oleh Uu Rijalullah (NIM 04380061) dengan judul “Pemungutan Zakat Oleh Pemerintah, Studi Atas UU No. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat”. Penelitian ini lebih berorientasi pada masalah bagaimana problematika dan pola pemungutan, pengelolaan, dan pendistribusian zakat oleh pemerintah berdasarkan undang-undang tersebut.

Penulis tertarik untuk meneliti tentang lembaga pengelolaan zakat. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, yaitu penulis akan berfokus pada bagaimana bauran pemasaran dapat mempengaruhi persepsi

masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin dan faktor apa yang paling dominan.

## **F. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Pada skripsi ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga adanya pengaruh secara simultan bauran pemasaran terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin:

$H_a$ : Ada pengaruh produk, promosi, tempat, dan pelayanan secara simultan terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin

$H_0$ : Tidak ada pengaruh produk, promosi, tempat, dan pelayanan secara simultan terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin

2. Diduga adanya pengaruh secara parsial bauran pemasaran terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin:

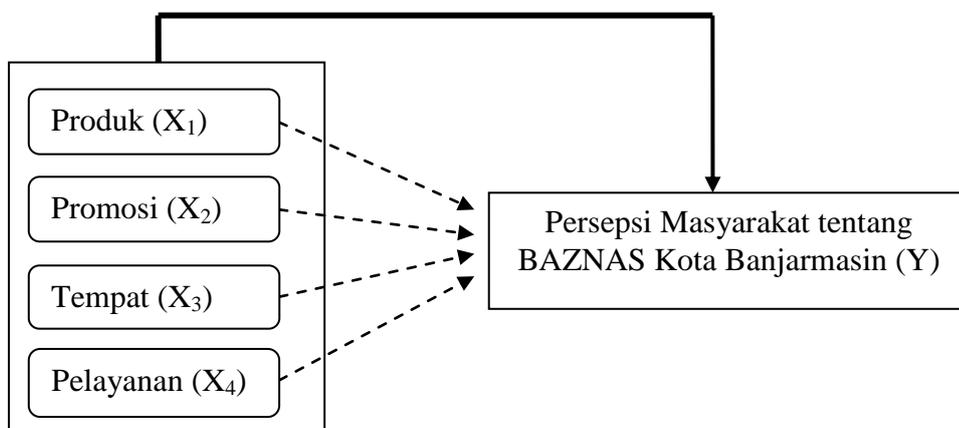
a.  $H_a$ : Ada pengaruh produk terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin

$H_0$ : Tidak ada pengaruh produk terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin

- b.  $H_a$ : Ada pengaruh promosi terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin  
 $H_0$ : Tidak ada pengaruh promosi terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin
- c.  $H_a$ : Ada pengaruh tempat terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin  
 $H_0$ : Tidak ada pengaruh tempat terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin
- d.  $H_a$ : Ada pengaruh pelayanan terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin  
 $H_0$ : Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap persepsi masyarakat tentang BAZNAS Kota Banjarmasin

### G. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



Keterangan,      - - - - - ► Pengaruh secara parsial  
                              —————► Pengaruh secara simultan

## H. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis. Dalam sistematika ini diharapkan mempermudah dalam mencari poin-poin tertentu, sehingga penulis mencoba merincikannya sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan. Bab ini mengarahkan kepada pembahasan bab-bab selanjutnya, yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, definisi operasional, kajian terdahulu, hipotesis, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan. Bab II merupakan landasan teori yang membahas tentang bauran pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan, dan badan amil zakat nasional. Bab III berisi tentang metode penelitian yang berisi tentang gambaran cara atau teknik yang digunakan dalam penelitian. Cara atau teknik ini meliputi uraian tentang gambaran kondisi subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, peralatan atau perangkat yang digunakan, baik dalam pengumpulan data maupun analisis data. Bab IV merupakan laporan hasil penelitian. meliputi deskripsi dan analisis data. Bab V adalah penutup, terdiri dari simpulan dan saran.

