

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zakat, sebagai rukun islam yang keempat, memiliki peran esensial dalam kehidupan umat islam. khususnya di indonesia sendiri, zakat menjadi hal yang penting bagi kehidupan umat. Dalam konteks ini Zakat sendiri dapat dipandang sebagai suatu sistem yang melibatkan banyak pemangku kepentingan.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, sehingga diperlukan adanya lembaga pengelola zakat yang dikelola secara profesional, transparan, dan akuntabel dengan melibatkan peran masrakat serta dukungan pemerintah. Ptnsi zakat yang dimiliki Indonesia sangat besar dan patut dioptimalkan, karena dapat berkontribusi seignifikan dalam mengurangi kesenjangan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat.

Di Indonesia, pengelolaan zakat telah memperoleh landasan hukum melalui undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Pelaksanaannya berada di bawah kewenang Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga resmi negara yang bertuga mengeola, menyalurkan, serta mendistribusikan zakat ingga ke tingkat daerah. Di Provinsi Banten, BAZNAS memiliki perwakilan pada setiap kota dan kbupaten, termasuk diantaranya BAZNAS Kota Tangerang yang berfungsi sebagai pengelola zakat di wikayah tersebut.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan lembaga nonstruktural yang dibentuk berdasarkan undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Lembaga ini sebenarnya telah lebih dahulu ditetapkan melalui keputusan Presiden Nomor 8 Tahun 2001 sebagai tindak lanjut dari amanat Undang-Undang Nomor 38 Tahaun 1999 tentang pengelolaan zakat yang berlaku oada masa itu. Seiring dengan regulasi, BAZNAS kemudian bestatus sebagai lembaga pemerintahan nonstruktural yang bersifat mandiri, namun tetap bertanggung jawab langsung kepada Presiden melalui Menteri Agama. Dalam menjalankan tugasnya, BAZNAS berperan sebagai lembaga resmi negara yang berwenang menghimpun sekaligus pengelolaan zaakat di Indonesia. Kinerja BAZNAS dalam pengelolaan zakat juga mendapatka apresiasi publik, salah satunya berupa penghargaan dari Indonesia Fundraisinf Award pada tahun 2020 sebagai lembaga penggalangan dana digital terbaik di Indonesia.¹

Melalui pengelolaan dana zakat, BAZNAS merupakan salah satu dari Lembaga nonstruktural yang membantu Negara dalam bidang pengentasan kemiskinan, pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Sesuai dengan ketentuan di dalam perundang-undangan, APBN memberikan bantuan pembiayaan kepada BAZNAS

¹ Umdatul Hasanah. "DIGITALISASI FILANTROPI ISLAM: MODERNISASI KESHALIHAN, DAKWAH DAN KEMANUSIAAN." *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 9.2 (2023): 244-264.

dengan demikian manfaat yang diberikan BAZNAS kepada negara dan bangsa jauh lebih besar. Sesuai dengan Pasal 34 Undang-undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa “Fakir miskin dan anak-anak terlantar dipelihara oleh Negara.” Hal ini menjadi pengait untuk BAZNAS sesuai amanat UUD diatas. Maka peran BAZNAS sangat penting dalam membantu Negara menjalankan kewajibannya. BAZNAS berperan sebagai penyedia jaminan sosial negara bagi masyarakat kurang mampu (Fakir miskin) di tanah air. Pemerintah harus membantu Lembaga ini karena keberadaannya meneggakan keajiban Negara untuk memastikan kesejahteraan masyarakat.

Baik secara kuantitatif maupun kualitatif, peran dan kontribusi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) terhadap masyarakat, khususnya umat Islam terlihat dari peran BAZNAS dalam menyebarluaskan nilai-nilai zakat di tengah masyarakat. Khususnya pada prinsi-prinsip keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, etos kerja dan pengejaran terhadap rezeki yang halal dan baik, serta prinsip zakat yang dikaitkan dengan Pembangunan Karakter Manusia (*character building*) sebagai individu yang harus memberikan manfaat bagi sesama.

Kesadaran seseorang dalam menunaikan zakat dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti sikap, motivasi, serta persepsi individu terhadap zakat itu sendiri. Selain itu, tingkat pengetahuan atau pemahaman seseorang mengenai esensi dan tujuan zakat juga berperan signifikan. Semakin dalam pemahaman seseorang tentang zakat, semakin besar kemungkinan kesadaran mereka untuk menunaikannya. Cara pandang individu terhadap pentingnya zakat akan membentuk pola pikir yang pada akhirnya memengaruhi perilaku mereka dalam memenuhi kewajiban tersebut.

Pengelolaan zakat secara umum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Namun, tantangan yang masih dihadapi adalah rendahnya tingkat kesadaran muzaki dalam menunaikan kewajiban zakat. Sebagian besar muzaki masih menunjukkan sikap kurang peduli dalam membayar zakat. Oleh karena itu, badan atau lembaga pengelola zakat perlu merumuskan dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif. Strategi ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan zakat sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, diharapkan masyarakat semakin memahami pentingnya menunaikan zakat melalui badan amil zakat yang resmi.

Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Badan Amil Zakat dalam kegiatan ibadah zakat sangat efektif untuk diterapkan dalam mengajak para muzakki dalam mengeluarkan zakat dan dikelola langsung oleh Lembaga BAZNAS. Komunikasi ini harus dilakukan dengan baik dan benar sebagai strategi komunikasi dalam kegiatan ibadah zakat, dimana amil sebagai Komunikator yang bertugas menjamin pemahaman mengatur mengenai ibadah zakat dan Muzakki sebagai Komunikan yaitu sebagai orang yang wajib mengeluarkan zakat hartanya, serta komunikasi amil dengan Mustahik sebagai penerima zzakat yang disalurkan oleh Lembaga Amil Zakat BAZNAS.

Keberhasilan BAZNAS dalam mengelola zakat semakin berkembang baik. Tidak hanya jumlah dana yang terkumpul terus meningkat, tetapi juga mekanisme penyaluran dan program-program pemberdayaan yang dilakukan semakin inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa BAZNAS semakin mampu menjalankan amanah masyarakat dalam

mengelola dana zakat dan memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi mereka yang membutuhkan. Pelaksanaan pengumpulan zakat, Data yang dirilis oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) selama periode tiga tahun, yaitu 2022 hingga 2024.



Gambar 1. 1 Data Realisasi BAZNAS Tahun 2022-2024

Pada tahun 2023, pengumpulan ZIS tercatat mengalami kenaikan sebesar 117,90% dibandingkan tahun sebelumnya, sementara pada tahun 2024, tren positif ini berlanjut dengan peningkatan dari rencana realisasi pengumpulan ZIS yaitu 100,56%. Data menunjukkan bahwa penghimpunan dana ZIS terus bertumbuh dengan persentase peningkatan. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan optimalisasi kerja BAZNAS Kota Tangerang dalam meningkatkan layanan dan distribusi zakat, tetapi juga peran aktif masyarakat dalam mendukung program-program pemberdayaan yang berbasis zakat. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas program pengelolaan zakat yang terstruktur dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kontribusi melalui zakat.

Dilihat dari data diatas, Meskipun banyak masyarakat Kota Tangerang yang sudah mencapai batas kewajiban membayar zakat, kesadaran untuk membayar zakat masih belum optimal. Kurangnya pemahaman tentang zakat, seperti cara menghitung dan besara zakat yang harus dikeluarkan, menjadi salah satu kendala utama. Padahal dengan memahami hakikat zakat, kita akan lebih mudah untuk menjalankan kewajiban agama dan merasakan manfaatnya bagi diri sendiri maupun orang lain. Layanan pembayaran zakat di zaman sekarang ini sudah sangat mudah di jangkau dan kini pembayaran zakat dapat di lakukan di ATM, Layanan Internet Banking (*m-banking*), Layanan online seperti *e-commerce* dan Layanan Keuangan Digital.

Mengingat pentingnya peran zakat dalam pembangunan sosial, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi yang telah dan sedang dilakukan oleh BAZNAS Kota Tangerang dalam rangka meningkatkan zakat. Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam mengenai strategi komunikasi yang digunakan BAZNAS Kota Tangerang untuk meningkatkan zakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti memilih judul “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Zakat: Studi Kasus BAZNAS Kota Tangerang.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Secara Daring yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Tangerang?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi Secara Luring yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Tangerang?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam Melaksanakan Strategi Komunikasi BAZNAS Kota Tangerang?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Secara Daring yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Tangerang.
2. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Secara Luring yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Tangerang.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam Melaksanakan Strategi Komunikasi BAZNAS Kota Tangerang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini untuk mengembangkan suatu ilmu dari segi teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi, khususnya dalam konteks penggalangan dana sosial. Temuan dalam penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi yang efektif dapat diterapkan dalam Lembaga Amil Zakat.
2. Manfaat Praktis
Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakaat dan peran Amil Zakat dalam pembangunan sosial. Dengan memahami strategi komunikasi yang efektif, masyarakat dapat lebih termotivasi untuk berzakat.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih mendalam dan akurat, peneliti melakukan kajian pustaka terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang strategi komunikasi dalam menghimpun zakat. Hal ini bertujuan untuk memperoleh kerangka berpikir yang lebih jelas dan menghindari pengulangan penelitian yang sudah ada.

Pertama, Penelitian tesis yang ditulis oleh Nur Hidayah, NPM 160231012, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Parepare dengan judul “Strategi Komunikasi BAZNAS Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat Di Lembaga BAZNAS” tahun 2020. Pada penelitian menggunakan studi kepustakaan (Library Research) dan juga penelitian dilapangan (Field Research) peroleh data yang jelas dan representatif. Hasil penelitian ini menunjukkan: Bahwa pemahaman masyarakat Islam di Kabupaten Pinrang, pada umumnya saat ini belum memahami makna zakat secara utuh, dimana zakat hanya sekedar mengetahui bahkan ada yang hitungan zakat mereka dengan menduga-duga saja, Strategi komunikasi dalam upaya-upaya yang harus dilakukan agar pemahaman masyarakat terhadap kewajiban zakat bisa tercapai melalui pelaksanaan pada pembinaan para muzakki dan mustahiq tentu adanya kerjasama yang baik antara semua pihak yang terkait yaitu masyarakat itu sendiri, UPZ yang ada di setiap desa dan kelurahan, aparat desa dan kelurahan, para alim ulama, dan tidak terkecuali para penyuluh agama Islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah bagaimana menjalin kerjasama dengan semua muzakki pihak agar dapat menciptakan strategi yang baik untuk dalam menghimpun zakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada penelitian ini strategi komunikasi yang digunakan adalah upaya yang harus dilakukan dalam menciptakan pemahaman masyarakat terhadap kewajiban membayar zakat. Sedangkan penelitian penulis membahas tentang strategi yang dilakukan BAZNAS dalam menghimpun dana zakat.²

Kedua, Penelitian skripsi yang ditulis oleh Abdurrohman Anshorulloh NIM 151211140, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta dengan judul “Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Sukoharjo Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat.” Tahun 2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan LAZ Sukoharjo untuk meningkatkan zakat di lingkungan masyarakatnya dengan cara merumuskan komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja Lembaga Amil Zakat dalam meningkatkan zakat. Namun, keduanya memiliki fokus yang berbeda. Penelitian ini lebih menitik beratkan kepada dimensi psikologis, yaitu bagaimana cara

² Nur Hidayah, “Disusun Oleh : NUR HUDAYAH PASCASARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE” (2020)

membangun kepercayaan dan citra positif lembaga amil zakat dimata muzakki. Sementara, penelitian saya lebih menekankan pada dimensi strategis, yaitu bagaimana merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan meningkatnya dana zakat.³

Ketiga, Penelitian skripsi yang ditulis oleh Anggit Nur Afriwantoro NIM 1941030226, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Raden Intan Lampung, dengan judul “Manajemen Pendistribusian Zakat di BAZNAS Kota Bandar Lampung tahun 2023, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan mendapatkan data melalui observasi, wawancara langsung, maupun dari hasil literatur dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah pengumpulan dan pengelolaan dana zakat yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Bandar Lampung adalah dengan mengelola zakat profesi dana infaq PNS yang dipotong sebesar 2,5% dari hasil gaji kotor setiap bulannya. Unit pengumpulan zakat dan masjid yang ada di Kota Bandar Lampung dalam hal ini pendayagunaan zakat oleh BAZNAS Kota Bandar Lampung telah berjalan dan telah dirasakan manfaatnya. Perbedaan penelitian ini pada penelitian penulis yakni pada penelitian ini mendeksripsikan tentang program BAZNAS dalam memberdayakan ummat di Kota Bandar Lampung, sedangkan pada penelitian penulis memfokuskan pada strategi yang digunakan oleh BAZNAS Kota Tangerang dalam meningkatkan zakat. Persamaannya adalah membahas faktor penghambat, dan tidak mengukur keberhasilan dalam persentase.⁴

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Asep Sudarman dalam artikel yang berjudul “Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal” pada jurnal ilmu komunikasi tahun 2018. Penelitian ini membahas mengenai Perencanaan komunikasi Unit Pengumpul Zakat Kecamatan Rancasari Kota Bandung, merupakan pelaksanaan fungsi dasar dari proses manajemen komunikasi bisa diartikan sebagai aktivitas yang berlangsung proses pengelolaan Zakat Mal sehingga timbul kepercayaan masyarakat untuk membayar. Perencanaan baik secara internal dan eksternal didukung oleh peran ketua yang menjalankan komando organisasi dengan mengoptimalkan bidang-bidang yang ada dalam kelembagaan Unit Pengumpul Zakat Kecamatan Rancasari Kota Bandung. Unit Pengumpul Zakat Kecamatan Rancasari Kota Bandung dari segi evaluasi lebih menitik beratkan pada sosialisasi. Sebab pada pengumpulan dan penyaluran didukung oleh kinerja anggota yang tersebar ditiap kelurahan sampai pada tingkat Dewan Kemakmuran Masjid. Kegiatan sosialisasi pun masih pada tataran penyampaian secara verbal pada kumpulan atau forum tertentu. Persamaan penelitian ini pada penelitian penulis terletak pada tujuannya yakni sama sama ingin meningkatkan kesadaran muzakki dalam membayar zakat. Perbedaannya pada penelitian ini hanya fokus pada zakat fitrah semingga ruang lingkup pengimplementasian

³ Abdurrohman Anshorulloh, “Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Sukoharjo Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat.”, (UIN Raden Mas Said Surakarta) (2022).

⁴ W Anggi, “Evaluasi Penyaluran Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Di Kota Bandar Lampung” (2023), <http://repository.radenintan.ac.id/31693>

strateginya hanya pada bulan ramadhan. Sedangkan pada penelitian penelitian penulis ini tidak hanya strategi komunikasi dalam pengumpulan zakat fitrah saja, melainkan juga pengumpulan zakat maal.⁵

Kelima, Penelitian yang dibuat oleh Nina Angriyani, IAIN Curup dengan judul “Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun Zakat”. Hasil penelitian ini, menjelaskan keseluruhan penelitian perencanaan, taktik dan cara yang akan diperhatikan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

Perbedaan dengan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah meliputi sosialisasi, pembinaan, motivasi, dan korelasi antar komponen dalam penerapan strategi komunikasi yang dilakukan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan peneliti cenderung memfokuskan pada strategi komunikasi, program dan faktor efektivitas komunikasi BAZNAS Kota Tangerang dalam meningkatkan pengumpulan zakat. Adapun persamaan laporan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan pendekatan deskriptif.⁶

F. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, berikut pemaparan jelasnya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian-penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka dan Landasan Teori, meliputi teori komunikasi, teori strategi, teori strategi komunikasi, teori zakat, teori Dasar Hukum Zakat, teori syara wajib berzakat, teori syarat harta yang wajib dizakati, dan juga teori macam-macam zakat.

Bab III Metodologi Penelitian, memuat tentang metodologi penelitian yang meliputi metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, Teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV Analisis Data Dan Pembahasan, bagian ini berisi hasil penelitian dalam pembahasan strategi komunikasi dalam meningkatkan zakat di BAZNAS Kota Tangerang.

Bab V Kesimpulan dan Saran, bagian ini berisi kesimpulan dari seluruh data dan teori penelitian serta saran yang diberikan peneliti kepada para pembaca.

⁵ Asep Sudarman, “Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal,” *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi* 2, no. 1 (2019): 35–54

⁶ Nina Angriyani, IAIN Curup “Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun Zakat”. (2019)