

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT
PADA DIMPET PEDULI UMAT DAARUT TAUHID PALEMBANG**



**Oleh:
Nia Nabella
NIM : 13180168**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Palembang Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Ahli Madya Perbankan Syariah
(A.Md)**

**PALEMBANG
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

Hal : Pengantar Tugas Akhir
Lamp : -

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Tugas Akhir yang berjudul :

Strategi Komunikasi Dalam Penghimpunan Dana Zakat Pada Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid Palembang

Yang ditulis oleh :

Nama : Nia Nabella
Nim : 13180168
Program : D3 Perbankan Syari'ah

Tugas akhir tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang *Monaqosyah* ujian Tugas Akhir.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing Utama

Juwita Anggraini,M.H.I
NIP : 198405192011012006

Palembang, Agustus 2016

Pembimbing Kedua

DR.Abdullah Syahab,M.H.I
NIP.140601101282

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Nia Nabella**

Nim : **13180168**

Jenjang : **D3 Perbankan Syariah**

Judul Tugas Akhir : **Strategi Komunikasi Dalam Penghimpunan
Dana Zakat Pada Dompok Peduli Umat Daarut
Tauhiid Palembang**

Menyatakan, bahwa tugas akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Agustus 2016

Yang menyatakan,

Nia Nabella
Nim 13180168

Halaman Persembahan

Motto :

“Percayalah Bahwa Setiap Kamu Berhasil Doa Ayah dan Ibu mu Telah di Dengar “

“The Best Conditions is Our Conditions Now ”.

Persembahan :

Dengan Memanjatkan Pují & Syukur Kehadiran Allah SWT ku Persembahkan Laporan Akhir ini Untuk :

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan Rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.*
- ❖ Abah Hermansyah dan ibu Liliana yang selalu aku cintai dan sayangi yang telah mendoakan dengan setulus hati*
- ❖ Saudara-saudara perempuanku karisma Prajunita ,A.Md, kharisma Rinda Dwi Putri,ST ,Ega Vansela S.Pd dan Amanda Amelia serta Sepupu Kecil Ku Nizza Tivanka Elbanura yang selalu memberi semangat*
- ❖ Teman-teman seperjuangan Murni, Nanik, Nike, Novel, Nyimas, putri K*
- ❖ Sahabat Perjalanan ValenSepta, Cindi, Centia, Mbak Atin, Yesi, Olga, Deanie, Kiki dan Ruri*
- ❖ Almamaterku.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T. atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Shalawat dan salam junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Maka penulis membuat Tugas Akhir ini dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT PADA DOMPET PEDULI UMAT DAARUT TAUHID PALEMBANG ”**

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menghaturkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H.Sirozi,MA.Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang
2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Mufti Fiandi, M.Ag, selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah.
4. Ibu Juwita Anggraini M.H.I selaku pembimbing pertama dan bapak Dr.Abdullah Syahab M.Hi selaku pembimbing kedua.
5. Bapak Dr.Heri Junaidi M.A selaku Pembimbing Akademik.

6. Kedua orang tua ku, serta saudara-saudara perempuanku yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan moril dan materil, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan kepada penulis selama ini.
8. Pimpinan serta staf karyawan Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang
9. Teman-teman seperjuangan DPS 5 angkatan 2013, terkhusus untuk para Sahabat-sahabatku Murni, Nanik, Nike, Novela, Nyimas, dan Putri yang selalu memberikan semangat serta motivasi selama pembuatan Tugas Akhir.
10. karyawan Driver Pertamina OPE yang telah berbaik hati untuk mengantar jemput Palembang-Prabumulih.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan mereka semua. Amin. Penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca sekalian, khususnya Seluruh mahasiswa / mahasiswi.

Palembang, Agustus 2016

Penulis

Nia Nabella
13180168

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |

BAB I. PENDAHULUAN

| | |
|---|---|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Kegunaan Penelitian | 6 |
| E. Jenis dan Sumber Data Penelitian | 7 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 8 |
| G. Teknik Analisis Data | 9 |

BAB II. LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Ruang Lingkup Zakat | 10 |
| 1. Pengertian Zakat | 10 |
| 2. Landasan Hukum Zakat | 11 |
| 3. Golongan Penerima Zakat | 12 |
| 4. Pengelolaan Dana Zakat | 13 |
| B. Strategi Komunikasi | 16 |
| 1. Pengertian Strategi | 16 |
| 2. Pengertian Komunikasi | 17 |
| 3. Proses Penyampaian Komunikasi | 18 |
| 4. Prinsip Komunikasi Dalam Islam | 19 |
| 5. Strategi Komunikasi | 21 |
| 6. Langkah-langkah Strategi Komunikasi | 22 |
| C. Penelitian Terdahulu | 24 |

BAB III. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Sejarah Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Cabang Palembang | 29 |
| B. Visi Misi Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Cabang Palembang | 30 |
| C. Program Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Cabang Palembang | 30 |
| D. Struktur Organisasi | 34 |
| E. Lokasi Penelitian | 40 |

BAB IV. PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Strategi Komunikasi Penghimpunan Dana Zakat Pada Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Cabang Palembang | 41 |
| B. Hambatan-hambatan Dalam Penghimpunan Dana Zakat Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Cabang Palembang | 46 |

BAB V. PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 49 |
| B. Saran | 50 |

DAFTAR PUSTAKA52

LAMPIRAN54

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 23 |
| Tabel 4.1 Jumlah Donatur Tahun 2013 | 44 |
| Tabel 4.2 Jumlah Donatur Tahun 2014 | 45 |
| Tabel 4.3 Jumlah Donatur Tahun 2015 | 45 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Unsur yang Membentuk Proses Komunikasi | 18 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi..... | 34 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|--|
| LAMPIRAN 1. SK Pembimbing | |
| LAMPIRAN 2. SK Permohonan Izin Penelitian | |
| LAMPIRAN 3. Daftar Wawancara | |
| LAMPIRAN 4. Bukti Konsultasi | |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sistem ekonomi Islam akhir-akhir ini mengalami perkembangan pesat di dunia, tidak hanya membentuk suatu lembaga keuangan Bank berbasis Syariah, tetapi sekarang juga sudah banyak membentuk lembaga keuangan non Bank berbasis Syariah. Namun perkembangan lembaga keuangan non bank berbasis syariah kepada masyarakat dinilai belum efektif. Sehingga membuat kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui manfaat dan keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan lembaga keuangan berbasis syariah.

Di Indonesia terdapat lembaga yang memiliki tugas mengelola, mendistribusikan dan mendayagunakan zakat diantaranya yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan juga Lembaga Amil Zakat (LAZ). Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat merupakan lembaga amil zakat yang diakui keberadaannya oleh pemerintah. LAZ didirikan oleh masyarakat, sedangkan BAZ didirikan oleh pemerintah. Kedua lembaga zakat ini merupakan suatu organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah dengan tugas mengumpulkan, mendistribusikan, mendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan agama.¹

Lembaga Amil Zakat melakukan banyak usaha dalam mempengaruhi minat masyarakat agar membayar Zakat, Infaq, Shodaqoh, dan Waqaf, salah

¹ Rizal Yaya, 2013, Akuntansi Perbankan Syariah. Jakarta : Salemba Empat. Hal 22

satunya adalah dengan mempromosikan program-program yang menjadi alur distribusi hasil dari penghimpunan ZISWAF pada Lembaga Amil Zakat. Cara tersebut dilakukan untuk meningkatkan perolehan dana Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Wakaf pada setiap tahunnya.

Zakat merupakan kewajiban yang harus dikeluarkan bagi umat Islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam. Zakat sebagai ibadah *amaliyah* yang menunjukkan serta mengajarkan umat Islam terhadap aspek sosial. Yaitu mengatur kehidupan manusia dalam hubungannya dengan Allah serta hubungannya terhadap sesama manusia. Hal ini merupakan perwujudan keimanan kepada Allah SWT, serta berfungsi untuk menolong, membantu, dan membina pihak yang berhak mendapatkan dana zakat atau yang disebut *mustahiq* ke arah kehidupan yang lebih baik.²

Zakat tak sekedar dimaknai sebagai sebuah ibadah semata yang diwajibkan kepada setiap umat Islam bagi yang memenuhi syarat. Zakat disini juga memiliki peranan penting sebagai perkembangan ekonomi Islam pada lembaga keuangan non Bank. Dimana pendistribusian dana zakat dapat digunakan atau dibeikan kepada umat yang lebih membutuhkan atau yang kepada yang wajib meneima zakat tersebut.

Zakat (*zakah*) secara bahasa bermakna “mensucikan”, “tumbuh” atau “berkembang”. Menurut istilah *syara'*, zakat bermakna mengeluarkan sejumlah harta tertentu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya disebut *mustahiq* sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan syariat islam.

² Didin Hafidhuddin, 2002, Zakat Dalam Perekonomian Modern. Jakarta : Gema Insani Press. Hal 10

Zakat merupakan salah satu dari rukun islam yang lima dan hukum pelaksanaannya adalah wajib. Zakat terbagi dua jenis, yaitu zakat jiwa (*zakah al-fithr*) dan zakat harta (*zakah al-mal*).³

Dalam hal pendistribusian dana zakat orang yang berhak untuk mengeluarkan zakat disebut *Muzakki*, sedangkan orang yang berhak untuk menerima zakat disebut *Mustahiq*. Didalam Al-Qur'an Surah At-Taubaah : 60 dijelaskan tentang orang-orang yang berhak menerima zakat terdapat delapan golongan yaitu orang-orang fakir (*fuqara*), miskin (*masakin*), amil zakat (*'amilin 'alayha*), mualaf (*mu'allaf qulubuhum*), budak (*riqab*), orang-orang yang berhutang (*gharimin*), pejuang di jalan Allah (*fi sabilillah*), dan musafir (*ibn sabil*).⁴

Pada kehidupan bermasyarakat untuk menimbulkan rasa kepercayaan terhadap para *muzakki* atau donatur hal awal yang harus dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat itu sendiri adalah dengan melakukan pelayanan yang baik terhadap calon donatur yang akan menipkan atau memberikan dana zakatnya. Untuk menciptakan pelayanan yang baik tentu terlihat dari perilaku serta tata cara dalam berkomunikasi antar sesama. Tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam masyarakat menentukan nilai baik dan nilai tidak baik yang dinamakan etika.⁵

Tuntunan berperilaku memberikan pelayanan yang baik harus diiringi juga dengan cara penyampaian komunikasi yang baik. Penyampaian komunikasi yang

³ Yusuf Wibisono. 2015. Mengelola Zakat Indonesia. Jakarta: Prenada media Grub. Hal.2

⁴ Al-Qur'an Terjemah, Qur'an Surah At-Taubaah : 60

⁵ Sofyan S.Harahap.2011.Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. Jakarta:Salemba Empat Hal.69

baik diharapkan juga dapat memberikan penjelasan mengenai sosialisasi program-program zakat agar dapat diterima dan dimengerti dengan baik, serta juga diharapkan agar masyarakat mau bergabung memberikan dana zakatnya terhadap lembaga zakat. Komunikasi merupakan suatu cara individu untuk melakukan interaksi dengan individu lain. Tanpa berkomunikasi individu akan sulit menyampaikan keinginan, pendapat dan menjalankan silaturahmi dengan individu lain.⁶

Persoalan mengenai komunikasi merupakan tahapan awal atau rencana awal yang harus dilakukan untuk mempengaruhi calon donatur. Di iringi dengan strategi-strategi yang telah disusun sebelumnya. Tahapan dalam menyusun strategi komunikasi dinilai berpengaruh terhadap individu lain, sehingga ketika komunikasi yang digunakan kurang baik maka akan menyebabkan kesalahan pemahaman dalam menginterpretasikan informasi yang disampaikan komunikator.⁷

Misalkan dalam sebuah kelompok organisasi kampus telah merancang sebuah strategi dalam mensosialisasikan program-program yang telah mereka buat. Dan kemudian akan menyampaikan strategi ini kepada para mahasiswa agar mereka bisa memahami dan mendukung kelompok organisasi dalam menjalankan strateginya. Disinilah kemampuan sebagai pembicara atau komunikator orang yang menyampaikan informasi tersebut diuji, apakah bisa menyampaikan suatu informasi dengan baik atau tidak sehingga dapat mempengaruhi sejumlah

⁶ Efendi. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya. Hal 3

⁷ Tata Taufik. *Etika komunikasi Islam*. 2012. CV Pustaka Setia : Bandung. Hal 33

kelompok mahasiswa yang dituju untuk menjalankan strategi yang telah dibuat sebelumnya.⁸

Dompot Peduli Ummat (DPU DT) merupakan lembaga nirlaba milik masyarakat yang bergerak di bidang penghimpunan (*fundraising*) dan pendayagunaan dana ZIS (Zakat, Infaq, dan Sedekah) serta dana lain yang halal dan legal dari perorangan, kelompok, perusahaan atau lembaga.⁹

Pada lembaga Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang terdapat satu bagian khusus mengenai penghimpunan dana (*fundraising*) dimana tim ini betugas atau bertanggung jawab terhadap keikutsertaan untuk mencari dan mensosialisaikan kepada para calon donatur untuk mau menyalurkan dana zakat mereka melalui lembaga amil zakat ini. Oleh karena itu penyampaian komunikasi yang disampaikan diharapkan bisa mempengaruhi calon donatur untuk mau ikut serta memberikan dan menyalurkan dana zakatnya melalui lembaga zakat.

Dengan adanya satu bagian (*fundraising*) dalam proses penghimpunan dana zakat diharapkan bisa memberikan suatu dorongan kepada minat donatur untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan memberikan kepercayaan mereka untuk mau menyalurkan dana zakat mereka melalui Lembaga Amil Zakat Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang. Maka berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Dalam Penghimpunan Dana Zakat Pada Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang”**

⁸Erman Anom, Merancang Strategi Komunikasi Memenangkan Pemilihan dan Kelompok. [online] Tersedia <https://esaunggul.ac.id>. Diakses pada tanggal 23 April 2016 Pukul 21.00

⁹<http://dpu-daruttauhid.org./Profil> Lembaga. Diakses pada tanggal 23 Maret 2016 pukul 21.00

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penyusunan penelitian ini terlebih dahulu merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan lembaga zakat ?
2. Bagaimana lembaga zakat mengatasi hambatan-hambatan dalam penghimpunan dana zakat ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi dalam penghimpunan dana zakat pada Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang
2. Untuk mengetahui cara mengatasi faktor penghambat penghimpunan dana zakat pada Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman dibidang penelitian, dalam rangka menyusun kerangka ilmiah tentang strategi komunikasi dalam penghimpunan dana zakat pada Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang.

2. Bagi Dompok Peduli Umat Daarut Tauhid

Dapat memberikan motivasi atau dorongan bagi pemimpin maupun karyawan-karyawan yang ada pada Dompok Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang

3. Bagi Masyarakat

Dapat Memberikan informasi-informasi dan pengetahuan bagi pembaca dan dapat juga dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Jenis dan Sumber Data

Didalam penelitian ini jenis dan sumber data yang berkaitan langsung dilapangan. Adapun data yang dikumpulkan oleh penulis adalah : ¹⁰

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif adalah mengumpulkan data, menyusun, menganalisa dan menginterpretasikan data yang didapat kemudian mengadakan penelitian sehingga dapat menghasilkan kesimpulan.

2. Sumber Data

a. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung pada sumber asli (tanpa perantara). Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

¹⁰ Burhan Bungin.2011. Metode Pendidikan Kualitatif. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
Hal 143

Dalam penelitian ini data primer yang digunakan secara langsung adalah dengan mewawancarai langsung staf karyawan.

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder merupakan keterangan atau fakta-fakta yang diperoleh penulis dari arsip-arsip, buku-buku, jurnal tugas akhir atau skripsi, internet, majalah dan sumber lain yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan data penelitian ini adalah sebagai berikut :¹¹

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Dalam wawancara terstruktur peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan ditanyakan pada informan. Untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai masalah penelitian maka penulis mewawancarai langsung dengan pihak informasi data yang berkaitan dengan penghimpunan dana zakat Lembaga Amil Zakat Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid Cabang Palembang.

¹¹ Sugiono, 2009. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung : Alfabeta. Hal. 136

b. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data-data berupa dokumen yang di dapat bersumber dari buku-buku jurnal, skripsi, internet, majalah, artikel dan sumber lainya yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti. Serta di dapat juga dari data yang diterbitkan oleh Lembaga Amil Zakat Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid Palembang.

c. *Library Research* (Riset Perpustakaan)

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data-data (materi-materi) dari penjelasan buku-buku, dokumentasi yang bersifat tekstual makalah, dan sumber media masa lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas dalam penulisan tugas akhir ini

G. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara metode deskriptif kualitatif seperti pengumpulan data terlebih dahulu. Kemudian data tersebut dianalisa secara deskriptif kualitatif yaitu dengan menggambarkan atau menguraikan dan menjelaskan seluruh permasalahan yang ada secara jelas, dan dari penjelasan itu dikumpulkan simpulan dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan yang bersifat khusus, sehingga penyajiannya dapat di pahami dengan mudah dan jelas.¹²

¹² Bambang Sunggono, 2007, Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
Hal 11

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Ruang Lingkup Zakat

1. Pengertian Zakat

Menurut UU No. 38 Tahun 1998 tentang pengelolaan zakat, pengertian zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seseorang muslim atau badan yang dimiliki oleh orang muslim sesuai ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Zakat (*zakah*) secara bahasa bermakna “mensucikan”, “tumbuh” atau “berkembang”. Menurut istilah *syara'*, zakat bermakna mengeluarkan sejumlah harta tertentu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (*mustahik*) sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan syariat islam. Zakat merupakan salah satu dari rukun islam yang lima dan hukum pelaksanaannya adalah wajib. Zakat terbagi dua jenis, yaitu zakat jiwa (*zakah al-fithr*) dan zakat harta (*zakah al-mal*).¹³

Secara etimologi pengertian zakat yang artinya adalah harta yang wajib diberikan oleh ummat Islam kepada fakir miskin. Zakat berasal dari kata yaitu “Al-barakatu’, dan “al-nama,’ pertumbuhan dan perkembangan”, Ath-tharatu ‘kesucian’ dan ash-shalahu’ keberesan, yang

¹³ Yusuf Wibisono, 2015, Mengelola Zakat Indonesia. Jakarta: Prenadamedia Grub. Hal. 1

artinya bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang dan bertambah suci dan beres.¹⁴

Zakat adalah sebagian harta yang wajib dikeluarkan oleh wajib zakat (muzaki) untuk diserahkan kepada penerima zakat (mustahiq). Pembayaran zakat dilakukan apabila nisab dan haulnya terpenuhi dari harta yang memenuhi criteria wajib zakat (PSAK 101 paragraf 71).¹⁵

2. Landasan Hukum Zakat

Mengeluarkan zakat wajib hukumnya bagi tiap-tiap muslim yang mempunyai harta benda menurut ketentuan yang telah ditetapkan oleh hukum Islam. Hal ini diisyaratkan dalam firman Allah SWT (Q.S At-Taubaah:103) yang berbunyi:¹⁶

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Dari ayat diatas dapat diambil bahwa pengertian bahwa pungutlah zakat dari harta kekayaan orang-orang mukmin itu baik sebagai kewajiban maupun sukarela, guna membersihkan mereka dari penyakit kikir dan serakah, sifat-sifat hina lainnya. Juga untuk mensucikan jiwa mereka, menumbuhkan dan mengangkat derajatnya dengan berkah dan kebajikan

¹⁴Didin Hafidhuddin, 2002, Panduan praktis tentang zakat, infaq, dan sedekah. Jakarta: Gema Insani Press. Hal.7

¹⁵Rizal Yaya, 2013, Akuntansi Perbankan Syariah. Salemba Empat : Jakarta. Hal .280

¹⁶Al-qur'an Terjemah Surah At-taubaah 103 : Artinya: *Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.*

baik dari segi moral maupun amal, sehingga dengan demikian ia akan banyak mendapatkan kebahagiaan, baik di dunia maupun diakhirat.

3. Golongan Penerimaan Zakat

Perintah membayar zakat diwajibkan kepada setiap umat Islam yang mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari secara layak. Bagi muslim yang tidak mampu mencukupi biaya hidup, mereka tidak wajib membayar zakat, sebaliknya, mereka malah harus diberikan zakat. Berikut ini 8 golongan orang Islam yang berhak menerima zakat:¹⁷

Pertama adalah golongan Fakir (al Fuqara) adalah orang yang tiada harta pendapatan yang mencukupi untuknya dan keperluannya. Yang kedua adalah golongan Miskin (al-Masakin) adalah mempunyai kemampuan usaha untuk mendapatkan keperluan hidupnya. Ketiga golongan Amilin adalah orang yang dilantik untuk memungut dan mengagih uang zakat. Keempat golongan Muallaf adalah seseorang yang baru memeluk agama Islam. Golongan kelima adalah Riqab seseorang yang terbelenggu dan tiada kebebasan diri. Keenam golongan Gharimin adalah penghutang muslim yang tidak mempunyai sumber untuk menjelaskan hutang yang diharuskan oleh syara pada perkara asasi untuk diri dan tanggung jawab yang wajib ke atasnya. Kemudian golongan Fisabilillah adalah orang yang berjuang, berusaha

¹⁷ Suparta dkk, *Modul Fiqih I*, Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama, Jakarta, 1998, hlm. 374-375.

dan melakukan aktivitas untuk menegakkan dan meninggikan agama Allah. Dan yang terakhir adalah golongan Ibnu Sabil adalah musafir yang kehabisan bekal dalam perjalanan atau semasa memulakan perjalanan dari negaranya yang mendatangkan pulangan yang baik kepada Islam dan umatnya atau orang Islam yang tiada perbekalan di jalanan

4. Pengelolaan Dana Zakat

Dalam pengelolaan dana zakat terdapat beberapa cara agar dana zakat dapat tersalur kepada yang lebih membutuhkan diantaranya, yaitu : pertama Penghimpunan Dana, dalam kamus besar bahasa Indonesia yang dimaksud dengan pengumpulan dana atau penghimpunan dana adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, penghimpun, penyerahan.¹⁸ Penghimpunan dana (*fundraising*) dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut.

Kedua Pendistribusian zakat merupakan pemberian atau penyaluran dana zakat kepada mustahik untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Adapun pendistribusian menurut Yusuf Qardhawi dapat

¹⁸ Hendra Sutisna, 2006, *Fundraising Database*. Jakarta: Piramedia. Hal.1

dilakukan melalui dua pendekatan yaitu, pertama dana zakat diberikan kepada mereka yang mampu berusaha tetapi penghasilannya tidak mencukupi kebutuhannya, seperti pedagang kecil, pengrajin, petani dan sebagainya. Biasanya mereka tidak mempunyai perlengkapan dan modal yang cukup untuk mengembangkan usahanya. Dengan demikian mereka mampu menutupi kebutuhannya secara tetep. Kedua zakat diberikan kepada mereka yang tidak mampu berusaha, seperti orang yang sakit menahun, janda, anak kecil dan sebagainya. Kepada orang-orang ini zakat dapat diberikan selama setahun penuh.

Dan yang ketiga Pendayagunaan Dana Zakat, pendayagunaan mempunyai kata dasar daya dan guna, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa kata daya berarti kemampuan melakukan sesuatu dan kata guna berarti manfaat sehingga kata pendayagunaan berarti mampu mendatangkan hasil dan manfaat, bisa pula berarti peningkatan kegunaan atau memaksimalkan kegunaan. Adapun pola pendayagunaan zakat adalah cara atau sistem distribusi dan alokasi dana zakat berdasarkan dengan tuntunan perkembangan zaman dan sesuai dengan syariat.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa zakat adalah pengeluaran harta yang wajib diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu dengan maksud agar membersihkan harta dan jiwa dari pemberi zakat.

B. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Pengertian strategi menurut kamus bahasa Indonesia adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di perang. Kata strategi berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari Stratos atau tentara dan ego atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.¹⁹

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *planning* dan manajemen *managaement* untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.²⁰

Pengertian lain dari strategi adalah ilmu dan seni yang menggunakan kemampuan bersama sumber daya dan lingkungan secara efektif yang terbaik, terdapat empat unsur penting dalam pengertian strategi yaitu kemampuan, sumber daya, lingkungan dan tujuan.²¹

¹⁹<http://kbbi.web.id/PengertianStrategi>. Diakses pada 20 April 2016 Pukul 22.00

²⁰Onong Uchjana Efendy, 2003, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. Hal.300

²¹ Imam Mulyana, 2013, Mengupas Konsep Strategi. [online] Tersedia <http://id.shvoong.com/business-management/management/1658495-mengupas-konsep-strategi/>. Diakses pada 21 Mei 2016

2. Pengertian Komunikasi

Terminologi komunikasi berasal dari bahasa latin, yakni *Communico* yang artinya membagi, dan *Communis* yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi yaitu proses dimana seorang individu (komunikator) mengoperkan perangsang (biasanya lambang-lambang bahasa) untuk mengubah tingkah laku individu yang lain (komunikasi). Komunikasi secara mudah diartikan sebagai proses transfer pesan dalam menyalurkan informasi atau pesan melalui sarana atau saluran komunikasi kepada komunikan yang dituju.²²

Menurut Islam komunikasi hendaknya dalam rangka mewujudkan keadilan, kejujuran, kesederhanaan, keberanian, kedamaian, etos kerja, amanah, kritis, sehingga media masa Islam harus dapat mewujudkan penyampaian ilmu untuk terciptanya level kebebasan tertentu dengan memanfaatkan berbagai media yang ada serta dibingkai oleh kerangka kebebasan.²³

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi berlangsung jika antara orang yang terlibat komunikasi terjadi kesamaan mengenai sesuatu yang dikomunikasikan.²⁴ Komunikasi diartikan sebagai sebuah proses akibat atau aksi-reaksi secara bergantian baik verbal maupun non verbal.²⁵

²² Faisal Badroen, 2006, Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta : Kencana. Hal.104

²³ Tata Taufik, 2012, Etika komunikasi Islam. CV Pustaka Setia : Bandung. Hal.15

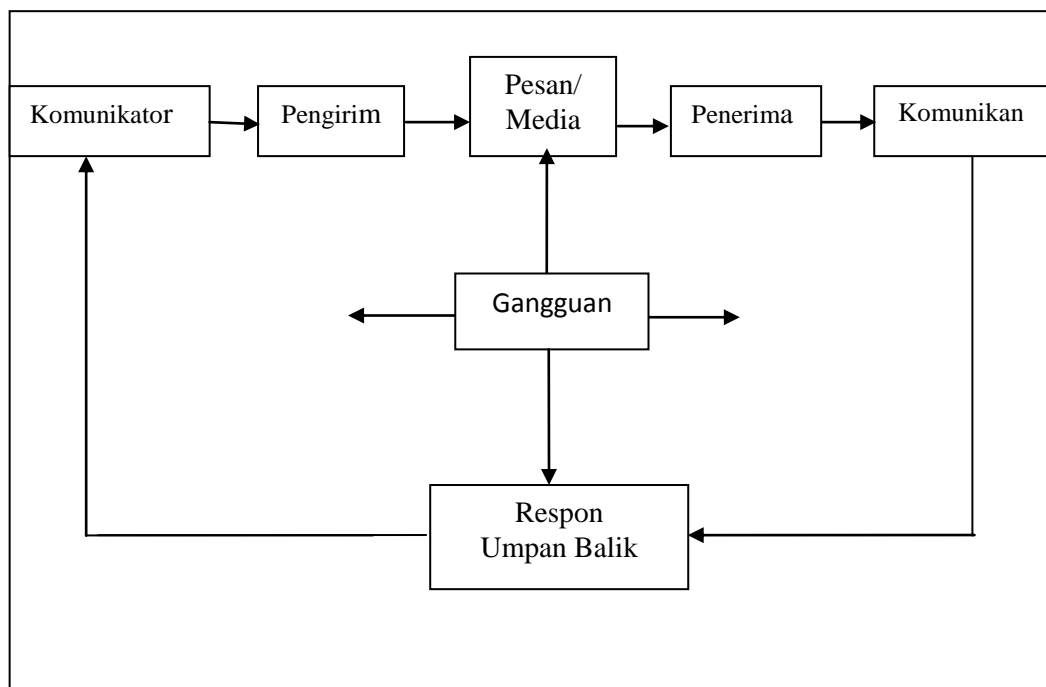
²⁴ Efendi, 2002, Dinamika Komunikasi. Bandung : Remaja Rosda Karya. Hal .3

²⁵ Rismi Somad, 2012, Manajemen Komunikasi. Bandung : Alfabeta. Hal.116

3. Proses Penyampaian Komunikasi

Unsur-unsur komunikasi dapat dilukiskan dalam gambar berikut, kaitan antar satu unsur dengan unsur lainnya dapat dilihat sebagai berikut:²⁶

Gambar 2.1
Unsur-unsur yang Membentuk Proses Komunikasi



Proses penyampaian komunikasi diawali dengan adanya :

- Komunikator (*sender*) yang bertugas menyampaikan pesan terhadap orang lain, pesan yang disampaikan berupa informasi yang dapat dimengerti.
- pesan (*message*) yaitu sesuatu yang disampaikan atau dibawa melalui suatu media baik langsung maupun tidak langsung.

²⁶Agus Hermawan, 2012, Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Erlangga. Hal.6

- c. Pengiriman (*encoding*) merupakan proses untuk mengubah pesan ke dalam bentuk yang dioptimasi untuk keperluan penyampaian pesan/data. Seperti Media (*channel*) merupakan alat yang menjadi penyampai pesan dari komunikator ke komunikan.
- d. Penerima pesan (*decoding*) yang merupakan proses memahami maksud simbol-simbol bahasa pesan yang dilakukan penerima pesan.
- e. (*receiver*) akan menerima pesan yang disampaikan dan menerjemakan isi pesan yang lebih dimengerti oleh diri sendiri.
- f. respon (*response*) yang merupakan rangsangan atau stimulasi yang timbul sebagai akibat dari perilaku komunikan setelah menerima pesan.
- g. umpan balik (*feedback*) atau tanggapan pesan yang dikirimkan kepadanya.

4. Prinsip Komunikasi Dalam Islam

Komunikas yang efektif adalah komunikasi yang mampu melahirkan perubahan, baik perubahan pemikiran, sikap ataupun perilaku. Prinsip komunikasi yang bersumberkan Al-quran yang menjadi acuan komunikasi umat Islam yaitu :²⁷

Pertama *Prinsip Qawlan Sadidan* dimaknai sebagai pembicaraan yang benar, jujur, lurus, tidak bohong dan tidak berbelit-belit. Benar dan jujur dimaknai menyampaikan pesan apa adanya, transparan dan tidak ada

²⁷Yosal Iriantara, 2013, Komunikasi pendidikan. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
Hal. 39

yang disembunyikan. Yang kedua *Prinsip Qawlan Balighan* dimaknai sebagai komunikasi yang efektif karena pesan yang disampaikan itu isinya benar dengan cara yang komunikatif dan menyentuh hati. Ketiga *Prinsip Qawlan Maysuran* Qawlan maysuran dapat dimaknai sebagai perkataan yang mudah. Karena mudah itu maka pesan yang disampaikan mudah dipahami, lunak, indah, halus, bagus dan optimis. Dan yang keempat *Prinsip Qawlan Layyinan* dimaknai sebagai ucapan lemah lembut, menyentuh hati, dan baik. Berkata lemah lembut merupakan strategi untuk membuat komunikan atau khalayak tertarik. Kelima *Prinsip Qawlan Kariman* adalah komunikasi yang dilakukan dengan menyampaikan ucapan yang memuliakan, menghormati, mengagungkan, menghargai, dan lemah lembut. Perkataan yang mulia mengandung isi pesan yang mulia untuk menghargai dan menghormati lawan jenis.

a. *Prinsip Ma'rufan* adalah komunikasi yang disampaikan dengan menyampaikan isi pesan dan proses komunikasi yang sopan, halus, baik, indah, benar, penghargaan, menyenangkan. Dan juga dimaknai dengan nilai-nilai baik yang diterima dan diakui oleh masyarakat.

5. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Suatu tujuan juga

harus dapat menunjukkan strategi operasional yang pendekatannya bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.²⁸

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*Communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*Management planning*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²⁹

Strategi komunikasi harus di dukung oleh teori yang kuat. Salah satu teori yang digunakan yaitu menggunakan teori *Harold Lasswell* yang mendefinisikan Komunikasi sebagai proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan atau langsung dan tidak langsung atau melalui media.

Dalam analisis pengertian komunikasi *Harold Lasswell*, komunikasi dengan teori “*who says what in which channel to whom and with what effects.*” Secara esensial kata *says what* dalam definisi menunjukkan analisis isi yang dilakukan *Lasswell* dalam menguji teori yang dia ciptakan, sebagai berikut:³⁰

- a. *Who* ? (siapa/sumber) Sumber atau komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi

²⁸Onong Efendi, 2006, Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 30

²⁹Pramodya Ananta, 2012, Fungsi Strategi Komunikasi. [online]. Tersedia : <https://floatlover.wordpress.com>. Diakses 23 Maret 2016

³⁰Tata Taufik, 2012, Etika komunikasi Islam. Bandung :CV Pustaka Setia. Hal.24

atau yang memulai suatu komunikasi. Bisa seorang individu, kelompok, organisasi.

- b. *Says What ?* (pesan) Apa yang disampaikan atau dikomunikasikan kepada penerima (komunikan) dari sumber (komunikator) atau isi informasi.
- c. *In Which Channel ?* (saluran/media) Saluran alat atau media untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung.
- d. *To Whom ?* (untuk siapa/penerima) Orang atau kelompok organisasi yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan, pendengar atau khalayak, komunikan atau umpan balik.
- e. *With What Effect ?* (dampak/efek) Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari komunikator, diharapkan mengalami perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan dan lainnya.

6. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Dalam menjalankan strategi komunikasi kita memerlukan langkah-langkah yang perlu dijalankan. Langkah-langkah ini berhubungan dengan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung maupun penghambatnya, sebagai berikut :³¹

³¹ Onong Efendi, 2006, Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 35

Yang pertama Mengenali Sasaran Komunikasi, Sebelum melancarkan strategi komunikasi kita perlu melihat dan mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini berkaitan dengan tujuan dari komunikasi yang kita lakukan. Selanjutnya melakukan Pemilihan Media Komunikasi, Pemilihan media komunikasi sangat tergantung dari komunikasi yang akan kita tuju. Misalkan yang berkaitan komunikasi pada masyarakat perkantoran akan lebih efektif menggunakan media yang modern. Setelah itu melakukan Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil yaitu dengan menentukan sasaran komunikasi kita. Dan yang terakhir Peranan Komunikator Dalam Komunikasi, faktor penting pada komunikator yaitu melancarkan komunikasi, yaitu dengan daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*)

C. Penelitian Terdahulu

Suatu metode yang penulis gunakan di dalam memecahkan permasalahan yaitu metode deskriptif kualitatif. Berkaitan dengan topik permasalahan dalam penelitian ini, peneliti menyadari betul bahwa penulisan yang dilakukan bukanlah suatu hal yang baru. Dengan melihat beberapa literatur yang ada, diantaranya terdapat kaitan dengan karya ilmiah yang penulis teliti diantaranya:

Danang Budi Utomo (2015) dengan judul “Strategi Komunikasi *Customer Relationship Management* Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Menjaga Loyalitas Donatur”. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil penelitian bahwa

dalam menjaga loyalitas donatur menggunakan strategi komunikasi cukup efektif, yaitu dengan melakukan klasifikasi donatur, audit keuangan, membuat pelaporan secara berkala, dan membangun komunikasi pro aktif dengan donatur.³²

Rahmatullah, Mochammad Hilmi (2013) dengan judul “Etika Komunikasi *Customer Relations* Dalam Pelayanan Jamaah Haji KBIH Nasul Ummah”. Dalam hasil penelitian ini ditemukan bahwa etika komunikasi merupakan salah satu usaha yang dinilai penting dalam proses *customer relations*. Selain itu penerapan etika yang biasa disebut dengan etiket juga menciptakan respon dan nilai positif dalam melakukan pelayanan komunikasi *Customer Relations* kepada calon jamaah Haji.³³

Melati Meliana (2010) dengan judul “Peranan Startegi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Pencapaian Tujuan Perusahaan PT Pusri SUMUT. Dengan hasil penelitian dalam pencapaian tujuan perusahaan komunikasi pemasaran merupakan konsep yang melandasi upaya perusahaan untuk mengintegritaskan dan mengkoordinasikan secara cermat berbagai saluran komunikasi dalam penyampaian pesan yang konsisten dan persuasif. Sehingga membuat strategi komunikasi pemasaran berperan positif dalam pencapaian tujuan pemasaran.³⁴

³² Danang, Budi Utomo, 2015, “Strategi Komunikasi *Customer Relationship Management* Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Menjaga Loyalitas Donatur”. Jakarta : Skripsi Tidak Diterbitkan

³³ Rahmatullah, Mochammad Hilmi, 2013, “Etika Komunikasi *Customer Relations* Dalam Pelayanan Studi Kasus Jamaah Haji KBIH Nasul Ummah”. Surabaya : Skripsi tidak diterbitkan

³⁴ Melati Meliana (2010) dengan judul “Peranan Startegi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Pencapaian Tujuan Perusahaan PT Pusri SUMUT”. Skripsi Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi : Tidak Diterbitkan.

Amron Yufaeli Widiyanto (2010) dengan judul “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Sosialisasi LAZIS UNS”. Dengan hasil penelitian Salah satu strategi yang penting adalah melalui sosialisasi dengan tampilan-tampilan visual yang disesuaikan dengan karakter LAZIS sendiri dan karakter target utama promosinya yaitu seluruh civitas akademika UNS. Sedangkan segmentasi primer dibatasi kepada orang-orang yang ada di dalam kampus UNS. Masyarakat diluar kampus hanya segmentasi sekunder saja. Masing-masing dibatasi usia dan kondisi psikologis. Namun demikian, untuk kedua segmentasi itu tetap disajikan tampilan-tampilan visual dalam media dengan konsep yang sederhana karena yang diinginkan dari tampilan sosialisasi ini adalah penangkapan kesan pertama.³⁵

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul | Lokasi | Hasil analisis perbedaan dan persamaan pada penelitian |
|----|--------------------------|--|----------------------------------|--|
| 1 | Danang Budi Utomo (2015) | Strategi Komunikasi <i>Customer Relationship Management</i> Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Menjaga Loyalitas Donatur | Dompot Dhuafa Tanggerang Selatan | Hasil analisis : Dalam penelitian ini menunjukkan hasil penelitian bahwa dalam menjaga loyalitas donatur menggunakan strategi komunikasi cukup efektif, yaitu dengan melakukan klasifikasi donatur, audit keuangan, membuat pelaporan secara berkala, dan membangun komunikasi pro aktif dengan donatur Persamaan: Dalam penelitian ini sama- |

³⁵Amron, Yufaeli Widiyanto,2010, “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Sosialisasi LAZIS UNS”. Surakarta : Skripsi Tidak Diterbitkan

| | | | | |
|----|-------------------------------------|--|-------------------------|--|
| | | | | <p>sama Melakukan penelitian strategi komunikasi dalam lembaga amil zakat Dompot Peduli Umat</p> <p>Perbedaan : Penelitian ini Melakukan starategi komunikasi dalam menjaga loyalitas Donatur</p> |
| 2. | Rahmatullah, Mochammad Hilmi (2013) | Etika Komunikasi <i>Customer Relations</i> Dalam Pelayanan Jamaah Haji KBIH Nasul Ummah | KBIH Nasul Ummah Kediri | <p>Hasil analisis : Dalam hasil penelitian ini ditemukan bahwa etika komunikasi merupakan salah satu usaha yang dinilai cukup penting dalam proses customer relations. Selain itu penerapan etika yang biasa disebut dengan etiket juga menciptakan respon dan nilai positif</p> <p>Persamaan : Dalam penelitian ini sama-sama meneliti mengenai komunikasi dalam pelayanan untuk menambah jamaah atau donatur dalam lembaga</p> <p>Perbedaan : Melakukan Etika komunikasi Customer Relations dalam pelayanan jamaah haji</p> |
| 3. | Melati Meliana (2010) | Peranan Startegi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Pencapain Tujuan Persahaan PT Pusri SUMUT. | PT. Pusri SUMUT | <p>Hasil Analisis : Dengan hasil penelitian dalam pencapaian tujuan perusahaan komunikasi pemasaran merupakan konsep yang melandasi upaya perusahaan untuk mengintergritaskan dan mengkoordinasikan secara cermat berbagai saluran komunikasi dalam penyampaian pesan yang konsisten dan persuasive. Sehingga membuat strategi</p> |

| | | | | |
|----|--------------------------------|--|-----------|---|
| | | | | <p>komunikasi pemasaran berperan positif dalam pencapaian tujuan pemasaran.</p> <p>Persamaan : Kedua penelitian ini sama-sama melakukan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan membahas strategi komunikasi</p> <p>Perbedaan : Pada penelitian ini melakukan penelitian di PT. Pusri SUMUT sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Palembang</p> |
| 4. | Amron Yufaeli Widiyanto (2010) | Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Sosialisasi LAZIS UNS | LAZIS UNS | <p>Hasil Analisis : Dengan hasil penelitian Salah satu strategi yang penting adalah melalui sosialisasi dengan tampilan-tampilan visual yang disesuaikan dengan karakter LAZIS sendiri dan karakter target utama promosinya yaitu seluruh civitas akademika UNS.</p> <p>Sedangkan segmentasi primer dibatasi kepada orang-orang yang ada di dalam kampus UNS. Masyarakat diluar kampus hanya segmentasi sekunder saja. Masing-masing dibatasi usia dan kondisi psikologis. Namun demikian, untuk kedua segmentasi itu tetap disajikan tampilan-tampilan visual dalam media dengan konsep yang sederhana karena yang diinginkan dari tampilan sosialisasi ini</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | <p>adalah penangkapan kesan pertama.</p> <p>Persamaan : Penelitian sama-sama meneliti Penyampaian komunikasi dalam sosialisasi Lembaga Amil Zakat</p> <p>Perbedaan : Namun pada penelitian ini meneliti lebih kepada menggunakan media visual dalam media komunikasi</p> |
|--|--|--|--|--|

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Lembaga Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid Palembang

Dompot Peduli Ummat (DPU DT) merupakan lembaga nirlaba milik masyarakat yang bergerak di bidang penghimpunan (*fundraising*) dan pendayagunaan dana ZIS (Zakat, Infaq, dan Sedekah) serta dana lain yang halal dan legal dari perorangan, kelompok, perusahaan atau lembaga. Yang didirikan pada 16 Juni 1999 oleh KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) sebagai bagian dari Yayasan Daarut Tauhiid dengan tekad menjadi LAZ yang Amanah, Profesional dan Akuntabel.

DPU DT secara efektif menjalankan aktivitasnya pada tanggal 16 Juni 2000, dengan berbasiskan *database*, dimana setiap donatur mempunyai nomor dan kartu anggota sehingga kepedulian dan komitmen donatur dapat terukur. Dari aspek legal formal, DPU DT dikukuhkan sebagai Lembaga Amil Zakat Daerah Jawa Barat oleh Gubernur Jawa Barat tanggal 19 Agustus 2002 dengan SK No: 451.12/Kep. 846 – YANSOS/2002.

Selanjutnya DPU DT pun mendapat perhatian pemerintah pusat, dalam waktu yang cukup singkat sejak masa berdirinya DPU DT, dan menjadi LAZDA, sudah berhasil menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional, LAZNAS, sesuai dengan SK Menteri Agama No. 410 tahun 2004 pada tanggal 13 Oktober 2004.

Setelah menjadi LAZNAS, DPU DT mengembangkan jaringan hingga mencapai delapan kota, yakni: Jakarta, Bogor, Tasikmalaya, Garut, Semarang,

Yogyakarta, Lampung dan Palembang. Disamping itu memiliki ratusan jaringan kerja program pendayagunaan dari Sabang sampai Papua. Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid cabang Palembang sendiri berdiri pada tanggal 14 September 2006.³⁶

B. Visi Misi dan Struktur Organisasi

1. VISI

Menjadi model lembaga amil zakat nasional (LAZNAS) yang amanah, profesional, akuntabel, dan terkemuka dnegan daerah operasi yang merata.

2. MISI

Mengoptimalkan potensi ummat melalui ziswa untuk memberdayakan masyarakat dalam bidang ekonomi, pendidikan, dakwah dan sosial menuju masyarakat mandiri.

3. MOTTO

Membersihkan dan memberdayakan DPU DT Palembang bergerak di tiga bidang, yaitu pemberdayaan, pendidikan, dan sosial.

C. Program Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid

Di bidang pemberdayaan, DPU DT telah melaksanakan beberapa program kegiatan, yaitu:

³⁶<http://dpu-daruttauhiid.org./Profil> Lembaga. Diakses pada tanggal 23 Maret 2016 pukul 21.00

- Misykat

Misykat (Microfinance Syariah Berbasis Masyarakat) merupakan program pemberdayaan ekonom produktif yang dikelola secara sistematis, intensif, dan berkesinambungan. Disini, pada peserta (mustahik) diberi dana bergulir, keterampilan dan wawasan berusaha, pendidikan menabung, penggalian potensi, pembinaan akhlak dan karakter sehingga mereka menjadi berdaya dan didorong untuk lebih mandiri.

- Peternak Mandiri

Merupakan program peternakan dan penggemukan hewan ternak. Sasarannya adalah peternak dan petani kecil di pedesaan. Salah satu tujuan dari program ini adalah menyediakan ternak domba yang sehat, berkualitas sesuai dengan syariah untuk keperluan iedul qurban dan juga mengangkat petani kecil untuk mandiri.

- Panti Asuhan Daarul Ihya

Merupakan program tebar dai ke panti asuhan untuk memberikan edukasi dalam bentuk pendidikan Al quran dan pemahaman agama Islam serta perbaikan akhlak secara simultan dan berkesinambungan.

Di bidang pendidikan, DPU DT telah melaksanakan beberapa program kegiatan, yaitu:

- Santri Siap Karya

Sebuah program pelatihan yang bertujuan untuk membangun generasi muda yang mandiri dan berjiwa kesantrian dengan memiliki kemampuan sebagai motivator, integrator, dan stabilisator bagi masyarakat.

- Peduli Pendidikan dan Kepesantrenan

- Pembinaan Spiritual

pengajian yang dikemas secara komprehensif membahas tentang ilmu menata hati, meningkatkan kualitas diri yang dilandasi tauhiid yang lurus sehingga dapat menjadi peningkatan spiritual.

Di bidang sosial, DPU DT telah melaksanakan beberapa program kegiatan, yaitu:

- Ambulance Gratis

Adalah sarana transportasi gratis bagi pasien mustahik yang membutuhkan layanan kesehatan yang sifatnya tanggap darurat.

- Bantuan Kemanusiaan

Program bantuan kemanusiaan yang merupakan program penanggulangan korban bencana alam dan konflik kemanusiaan dalam bentuk aksi tanggap darurat, program *recovery*, dan program *development*.

- Gebyar Sosial Insidental

Merupakan kegiatan yang melibatkan masyarakat banyak serta manfaatnya bisa langsung dirasakan oleh masyarakat itu sendiri. Adapun pelaksanaannya dilaksanakan oleh DPU DT Sumsel, ataupun program sosial yang dikerjasamakan dengan instansi. Kegiatan sosial insidental yang telah dilaksanakan antara lain, operasi katarak gratis, khitanan massal, donor darah, tebar paket Ramadhan, dan tebar qurban.

Beberapa layanan DPU DT Sumsel antara lain:

- Kencleng Ummat

Adalah sarana berinfaq yang praktis, melalui kencleng yang telah disediakan oleh DPU DT Sumsel. Para jamaah dapat mengambil kencleng dengan terlebih dahulu mengisi formulir.

- Tim Silaturahmi (TIMSIL)

Jamaah atau donatur dapat memberikan langsung dana ZISWA melalui timsil DPU DT Sumsel, yang akan langsung datang ke rumah jamaah atau donatur untuk mengambil dana titipan ZISWA.

- Layanan Kemanusiaan

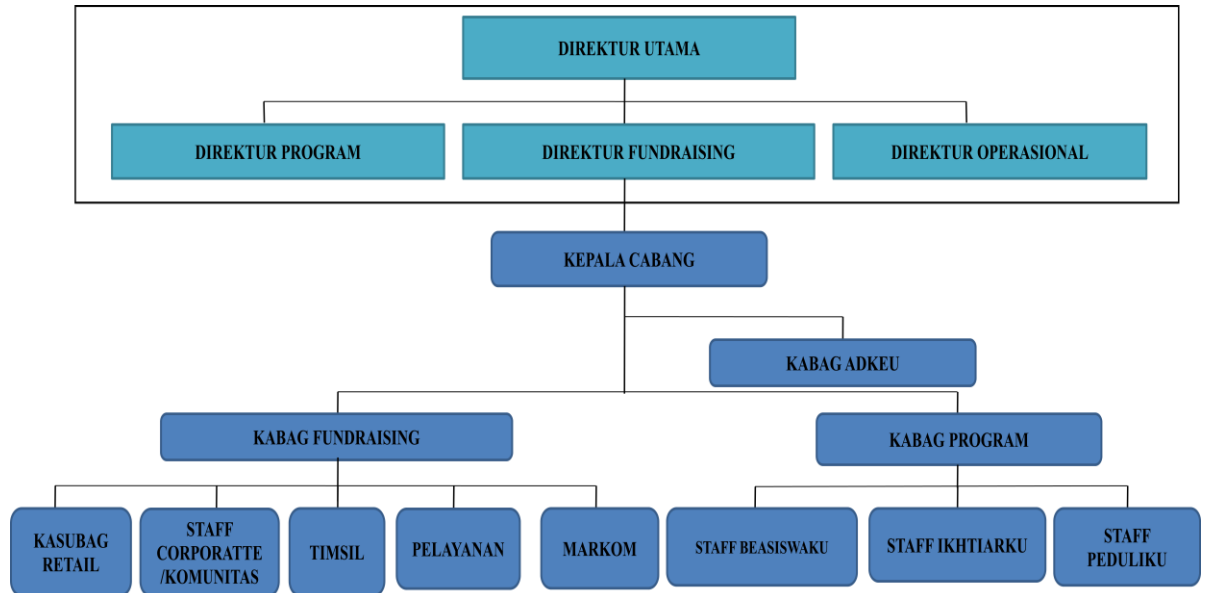
Program layanan kemanusiaan mobil jenazah gratis yang ditujukan bagi masyarakat tidak mampu. Berfungsi sebagai sarana dalam hal pengantaran dan penjemputan jenazah dari dan ke rumah duka serta pekuburan.

Layanan Via Bank

Donatur dapat melakukan transfer dana zakat, infak, dan shadaqah melalui no. Rekening Bank Syariah Mandiri

D. Struktur Organisasi

Gambar 3.1
Struktur Organisasi



Sumber : Data DPU DT Cabang Palembang, 2016

Berikut nama-nama pengurus LAZNAS Dompot Peduli Ummat Daarut

Tauhiid Cabang Palembang 2016 :

Kepala Cabang : Indra Firdaus

Kabag Administrasi Keuangan (ADKEU) : Diwadia, A.Md

Kabag Fundraising : Siti Fadhillah

Kasubag Retail : M. Hidayatullah

Staff Corporatte/komunitas : Indra Firdaus

Timsil : Heni Efriani

Pelayanan Masyarakat : Rizka Zahara

Markom : Ali Arifin

Kabag Program : Agus Wijaya

Adapun uraian-uraian Jabatan serta tugas pokok Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang sebagai berikut:

1. Nama Jabatan : Kepala Cabang

Fungsi Utama Jabatan :Menganalisis, merencanakan, mengelola dan mengembangkan Lembaga Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid untuk mencapai visi dan misi DPU

Tugas Pokok Tersedianya rencana strategi dan program kerja tahunan untuk DPU DT, yaitu :

- a. Memimpin perumusan visi, misi, nilai-nilai, strategi dan sasaran DPU.
- b. Mengkoordinasi penyusunan program kerja tahunan DPU
- c. Memimpin evaluasi terhadap objektif, strategi dan program kerja yang telah disusun.
- d. Memimpin penyusunan anggaran dan mengontrol penggunaan anggaran DPU-DT.

2. Nama Jabatan : Kepala Biro Sekretariat Lembaga & Operasional (SLO)

Fungsi Utama Jabatan :Menganalisis, merencanakan, mengelola dan mengembangkan Biro Sekretariat Lembaga dan Operasional dalam sistem administrasi, keuangan,Cabang, umum dan support untuk mencapai sasaran, target biro Sekretariat dalam menunjang pencapaian Visi dan Misi Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid

Tugas Pokok tersedianya rencana strategi, program kerja, dan anggaran untuk DPU DT, yaitu :

- a. Mensosialisasikan visi, misi, strategi, sasaran dan program Biro di lingkungan lembaga.
- b. Memfasilitasi penyusunan program kerja tahunan dan bulanan DPU DT.
- c. Mengkoordinasikan proses evaluasi terhadap objektif, strategi dan program kerja yang telah disusun.
- d. Mengkoordinasikan penyusunan anggaran dan mengontrol penggunaan anggaran DPU DT.

3. Nama Jabatan : Kepala Biro Pendayagunaan

Fungsi Utama Jabatan :Menganalisis, merencanakan, mengelola dan mengembangkan Biro Pendayagunaan dalam kegiatan program pendayagunaan dana donasi dari masyarakat dalam mencapai visi misi DPU-DT

Tugas Pokok :

- a. Membuat perencanaan program pemberdayaan masyarakat.
- b. Membuat rencana kerja dan anggaran Biro Pendayagunaan DPU.
- c. Menyusun dan menyempurnakan standard oprasional prosedur (SOP) Biro Pendayagunaan
- d. Memimpin dan mengawasi pelaksanaan kerja di Biro Pendayagunaan.

- e. Melakukan inovasi dan kreasi dalam rangka meningkatkan kinerja Biro Pendayagunaan.
- f. Memimpin rapat-rapat di Biro Pendayagunaan dan rapat komite pendayagunaan.
- g. Mengelola program antara bagian pemberdayaan ekonomi, pendidikan dan bagian dawah & sosial.
- h. Menyusun dan menyajikan laporan kegiatan Biro Pendayagunaan DPU berupa laporan keuangan, laporan kegiatan program dan pencapaian target dan sasaran kinerja Divisi Pendayagunaan dll.
- i. Menyusun laporan pertanggungjawaban hasil kerja Biro Pendayagunaan.
- j. Menjaga hubungan dengan bagian terkait dalam rangka melaksanakan sistem dan prosedur yang berlaku.

4. Nama Jabatan : Kepala Biro Penghimpunan

Fungsi Utama Jabatan : Menganalisis, merencanakan, mengelola dan mengembangkan Biro Penghimpunan dalam kegiatan penghimpunan dana donasi masyarakat untuk mencapai target, sasaran biro penghimpunan dalam menunjang pencapaian Visi dan Misi Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid.

Tugas Pokok tersedianya rencana strategi, program kerja dan anggaran untuk Biro Penghimpunan, yaitu :

- a. Memimpin penyusunan strategi penghimpunan dana.

- b. Memimpin penyusunan program kerja tahunan dan bulanan Biro Penghimpunan.
- c. Melakukan evaluasi terhadap objektif, strategi dan program kerja yang telah disusun.
- d. Mengontrol penyusunan anggaran Biro Penghimpunan.

5. Nama Jabatan : Administrasi Keuangan

Fungsi Utama Jabatan : Merencanakan, mengelola, mengembangkan dan melaksanakan operasional bagian Keuangan dalam hal verifikasi, pencatatan, pengklarifikasian dan pelaporan keuangan untuk mencapai sasaran, target bagian keuangan dalam mencapai visi dan misi DPU DT.

Tugas Pokok tersedianya rencana strategi, program kerja dan anggaran Bagian Keuangan, yaitu :

- a. Menyusun program kerja Bagian Keuangan.
- b. Membantu perencanaan perhitungan anggaran DPU
- c. Menyusun standard serta sistem prosedur akuntansi
- d. Membuat laporan penerimaan dan penggunaan dana Melaksanakan pembukuan

6. Nama Jabatan : Staff IT dan Markom

Fungsi utama jabatan : Menganalisa, Merencanakan, mengelola dan mengembangkan operasional pelaksanaan *Marketing Support* untuk

mencapai sasaran, target dan Visi - Misi Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid.

Tugas pokok terwujudnya pembuatan perangkat-perangkat pendukung marketing (*marketing tools*) yang cukup dan layak digunakan dalam promosi program, yaitu :

- a. Penerbitan majalah swadaya secara berkala.
- b. Pembuatan buletin keluarga sakinah secara periodik.
- c. Company Profile DPU
- d. Mechandise, spanduk dan brosur
- e. Pamflet dan Leaflet
- f. Proposal kerjasama
- g. Website
- h. Advertorial (iklan) di media massa (surat kabar yang ditentukan, Radio, TV dll).
- i. Mengemas berita liputan kegiatan pelaksanaan program DPU

7. Nama Jabatan : Tim Silaturahmi

Fungsi Utama Jabatan : Mengumpulkan/collecting dan menjemput zakat, infaq, dan shodaqoh dari para donatur, dan menyerahkannya pada bagian pelayanan.

Tugas Pokok :

- a. Mengumpulkan dan menjemput zakat, infaq, shodaqoh dari para donatur di lapangan.
- b. Menerima setoran dana ZIS dari donatur di lapangan.

- c. Menampungkan menyampaikan pada Kepala Biro Penghimpunan keluhan-keluhan donatur dilapangan.
- d. Mencatat data donatur.
- e. Membuat laporan kondisi donatur.
- f. Membuat catatan harian tentang penerimaan dan pengeluaran uang.

E. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid Palembang,yang berlokasi di Jl. Gersik Lrg. Bakung No. 1455, Sekip Tengah, Palembang, Telp. 0811-7879009.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Penghimpunan Dana Zakat Lembaga Amil Zakat Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid Palembang

Strategi merupakan suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Suatu strategi juga merupakan seluruh keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Sedangkan Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan informasi oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi berlangsung jika antara orang yang terlibat komunikasi terjadi kesamaan mengenai sesuatu yang dikomunikasikan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga harus memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak.³⁷

Sebuah organisasi atau lembaga yang menyusun strategi pada umumnya lebih efektif dibandingkan dengan yang tidak menyusun strategi. Hal ini disebabkan strategi menentukan kerangka kerja dari aktivitas perusahaan atau lembaga yang memberikan pedoman untuk mengkoordinasi aktivitas sehingga dapat mempengaruhi masyarakat luas.

Dalam merumuskan strategi komunikasi dalam penghimpunan dana zakat, lembaga zakat DPU Daarut Tauhid merancang strategi mencakup semua aktivitas termasuk dalam penghimpunan, pendistribusian serta pendayagunaan dana zakat. Sebelum melakukan penghimpunan dana langsung biasanya para anggota

³⁷ Efendi. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya. Hal 3

fundraising atau disebut Tim Silaturahmi (TIMSIL) diberi pelajaran terlebih dahulu terhadap tata cara penyampaian mengenai program-program zakat.

Syarat utama yang menjadi kunci dalam berjalannya sebuah rancangan strategi komunikasi dalam penghimpunan dana zakat yaitu membangun kepercayaan dengan donatur, mempunyai akuntabilitas yang dapat dipertanggung jawabkan dan melakukan komunikasi pro aktif dengan donatur maupun calon donatur. Adapun strategi komunikasi yang dilakukan oleh dompet peduli umat daarul tauhid dalam melakukan penghimpunan dana zakat kepada donatur adalah sebagai berikut :³⁸

Tahapan pertama adalah melakukan tahapan *upgrading* data dengan membedakan antara donatur yang masih aktif dan pasif. Dari hasil data aktif dan pasif tersebut maka akan digunakan sebagai target penghimpunan dana zakat di tahun berikutnya. Kemudian Dari target penghimpunan dana zakat dibedakan berdasarkan segmentasi, sebagai alat untuk mencapai kebutuhan dan keinginan dari kelompok masyarakat sehingga akan lebih mudah untuk menentukan strategi komunikasi yang dilakukan.

Setelah dibedakan berdasarkan segmentasi untuk donatur yang tetap dan donatur yang baru dilakukan strategi komunikasi rutin dengan memberikan laporan serta syiar dakwah melalui bulletin mingguan. Kemudian untuk calon donatur yang akan menjadi sasaran strategi komunikasi anggota TIMSIL selanjutnya melakukan komunikasi langsung dengan mendatangi ke rumah para donatur. Tidak hanya melakukan secara langsung, TIMSIL juga melakukan

³⁸ Hasil wawancara Siti Fadillah sebagai Kabag Fundraising DPU Daarut Tauhid Cabang Palembang, pada tanggal 20 Juni 2016.

strategi penghimpunan dana zakat melalui media sosial dan media massa (*Marketing Online*).

Dari beberapa hal yang dilakukan dalam melakukan strategi komunikasi DPU Daarut Tauhid melakukan komunikasi melalui media masa. Media masa dilakukan sebagai pemasaran *online* yang digunakan sebagai sarana untuk menarik para calon donatur. Lembaga zakat DPU Daarut Tauhid sendiri sudah berkerja sama dengan saluran radio Palembang untuk melakukan iklan mengenai program-program yang ada di DPU Daarut Tauhid.

Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid juga melakukan pemasaran *online* dengan memanfaatkan sosial media seperti mempunyai akun *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan juga *Blog*. Media tersebut digunakan untuk menarik minat para calon donatur terhadap strategi komunikasi *online* yang dilakukan lembaga. Untuk para donatur yang aktif dalam memberikan dana zakatnya, DPU Daarut Tauhid juga mempunyai suatu grup *chatting* yang mengguakan media sosial *WhatsApp*. Media ini digunakan untuk terus menjalin hubungan silaturahmi yang baik dengan para donatur dan juga lebih mudah untuk melakukan *Syia'r* Dakwah serta memberikan laporan aktif mengenai program-program lembaga.³⁹

Adapun waktu pelaksanaan penghimpunan dana zakat ini dilakukan setiap hari jam kerja terhadap bagian penghimpunan dana pada lembaga zakat Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Tim Silaturahmi (TIMSIL). Setiap pagi sebelum memulai kegiatan masing-masing dari anggota TIMSIL memberikan laporan yang dilakukan kegiatan sebelumnya dan setiap sore atau tengah hari kerja juga

³⁹Hasil wawancara Siti Fadillah sebagai Kabag Fundraising DPU DT Cabang Palembang, pada tanggal 20 Juni 2016.

langsung memberikan hasil dana yang di dapat dari hasil penghimpunan dana yang dilakukan.

Manfaat dari melakukan pelaporan kegiatan penghimpunan dana setiap hari nya memberikan bukti nyata bahwa anggota TIMSIL terus melakukan hubungan Silaturahmi kepada masyarakat baik kepada donatur lama maupun kepada calon donatur baru, agar terus melakukan peningkatan dana serta ketertarikan masyarakat luas untuk lebih peduli dan saling tolong menolong terhadap masyarakat yang membutuhkan. Berikut jumlah data donatur dalam tiga tahun terakhir :

Tabel 4.1
Jumlah Donatur Aktif Penghimpunan Dana
Tahun 2013

| NO | Nama Program | Jumlah Donatur |
|----|---|----------------|
| 1 | Kencleng | 455 |
| 2 | Kalimat (Kota Amal Besar) | 45 |
| 3 | Kata (Kota Amal Kecil) | 60 |
| 4 | Mobil Cinta Masjid, Tabungan Kurban, Orang Tua Peduli Pendidikan | 3 |
| | Jumlah | 563 |

Sumber : Data DPU Daarut Tauhid cabang Palembang

Tabel 4.2
Jumlah Donatur Aktif Penghimpunan Dana
Tahun 2014

| NO | Nama Program | Jumlah Donatur |
|----|---|----------------|
| 1 | Kencleng | 430 |
| 2 | Kalimat (Kota Amal Besar) | 58 |
| 3 | Kata (Kota Amal Kecil) | 85 |
| 4 | Mobil Cinta Masjid, Tabungan Kurban, Orang Tua Peduli Pendidikan | 7 |
| | Jumlah | 580 |

Sumber : Data DPU Daarut Tauhid cabang Palembang

Tabel 4.3
Jumlah Donatur Aktif Penghimpunan Dana
Tahun 2015

| NO | Nama Program | Jumlah Donatur |
|----|---|----------------|
| 1 | Kencleng | 445 |
| 2 | Kalimat (Kota Amal Besar) | 60 |
| 3 | Kata (Kota Amal Kecil) | 100 |
| 4 | Mobil Cinta Masjid, Tabungan Kurban, Orang Tua Peduli Pendidikan | 10 |
| | Jumlah | 615 |

Sumber : Data DPU Daarut Tauhid cabang Palembang

Dilihat dari data table diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2013 sampai ke tahun 2015 terjadi peningkatan pada program-program penghimpunan dana

lembaga zakat, namun pada tahun 2014 terjadi penurunan jumlah donatur pada program zakat kencleng. Pada tahun 2013 program kencleng berjumlah 455 menurun pada tahun 2014 menjadi 430 donatur. Tetapi dapat dilihat pada tahun selanjutnya tahun 2015 terjadi peningkatan lagi terhadap program zakat kencleng meningkat menjadi 445 donatur. Sedangkan untuk program zakat lainnya seperti program kalimat, kata, mobil cinta masjid, tabungan kurban dan orang tua peduli pendidikan terus terjadi peningkatan setiap tahunnya secara bertahap.

B. Mengatasi Hambatan-Hambatan Dalam Penghimpunan Dana Zakat Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang

Dari banyak kegiatan-kegiatan anggota melakukan program zakat tentu banyak mempunyai hambatan-hambatan dalam kinerja yang dilakukan. Hambatan juga diartikan sebagai ancaman atau keterlambatan dalam proses untuk melakukan kerja suatu lembaga. Oleh karena itu lembaga DPU Daarut Tauhid secara sadar bahwa tidak mudah untuk mengatasi hambatan yang terjadi. Dalam lembaga zakat ini hambatan-hambatan yang dialami dalam penghimpunan zakat yaitu :⁴⁰

Hambatan yang pertama yaitu kurangnya pengetahuan serta kepedulian masyarakat tentang wajibnya membayar zakat yang berdasarkan pada syariat Islam. Kedua Kurangnya tenaga kerja yang bertugas dalam penghimpunan dana, serta manajemen waktu yang kadang berbeda dengan donatur. Kemudian yang ketiga adalah Jangkauan untuk mampu diterima disuatu lembaga misalnya perkantoran, sekolah, rumah makan serta tempat dimana terdapat banyak titik

⁴⁰Hasil wawancara oleh Rizka Zahara sebagai TIMSIL DPU DT Cabang Palembang, pada tanggal 20 Juni 2016.

keramaian. Dan yang terakhir Faktor internal dari tim penghimpun dana yang kurang memotivasi diri sendiri untuk lebih giat mencari donatur sehingga kurang membuat yakin masyarakat untuk bergabung pada program zakat yang ditawarkan.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut lembaga DPU Daarut Tauhid ini sendiri sadar bahwa tidak mudah untuk menyelesaikannya, adapun cara yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut sebagai berikut :⁴¹

Tugas dari lembaga DPU Daarut Tauhid ini yaitu mengedukasi kepada seluruh umat muslim bahwa ada satu kewajiban dari rukun Islam itu tentang kewajiban membayar zakat, setelah tim memberitahu wajibnya zakat, baru kita kenalkan tentang lembaga zakat dompet peduli umat daarut tauhid bahwa ada lembaga yang bisa menjadi tempat mereka membayar zakat dan juga bisa mendistribusikan dan zakat itu melalui program-program lembaga zakat. Kemudian mengatasi masalah kurangnya tenaga kerja lembaga akan melakukan perekrutan tenaga kerja, namun untuk melakukan perekrutan kepala cabang juga harus melihat sisi pemasukan dari lembaga. Untuk itu lembaga DPU Daarut Tauhid juga melakukan pendekatan terhadap organisasi-organisasi di perguruan tinggi agar mau bekerja sama membantu program zakat.

Untuk masuk kesuatu lembaga keuangan maupun non keuangan seperti perkantoran, sekolah, rumah makan perlu melakukan pendekatan yang cukup lama agar bisa diterima oleh karena itu lembaga ini mengatasi masalah tersebut lebih kepada mendatangi langsung melakukan silaturahmi rutin menjalin

⁴¹Hasil wawancara oleh Siti Fadillah sebagai Kabag Fundraising DPU DT Cabang Palembang, pada tanggal 20 Juni 2016.

hubungan yang baik serta memberi laporan jelas seperti buletin mingguan tentang distribusi pendanaan zakat, agar apa yang dilakukan lembaga zakat dianggap jelas.

Adapun cara yang dilakukan untuk mengatasi masalah internal pada tim penghimpunan dana yaitu melakukan dorongan motivasi setiap laporan pagi sebelum memulai pekerjaan dan juga melakukan pemberian *reward* kepada tim atas usaha yang dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijelaskan pada bab pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi yang dilakukan Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Palembang adalah dengan menggunakan strategi komunikasi aktif yang dilakukan oleh Tim Silaturahmi dengan melakukan *upgrading* data donatur, selanjutnya menentukan target penghimpunan dana zakat, kemudian melakukan pengelompokan target penghimpunan dana zakat, tahapan selanjutnya mendatangi langsung ketempat tinggal para donatur, tahapan akhir anggota TIMSIL juga melakukan *Marketing Online* dengan memasang iklan di berbagai media massa dan media sosial
2. Hambatan-hambatan dalam penghimpunan dana zakat yaitu, pertama, kurangnya pengetahuan serta kepedulian masyarakat tentang wajibnya membayar zakat. Kedua, kurangnya tenaga kerja yang bertugas dalam penghimpunan dana zakat dan manajemen waktu yang tidak sama dengan donatur. Ketiga, jangkauan untuk mampu diterima disuatu lembaga misalnya perkantoran, sekolah, rumah makan, serta tempat dimana tedapat banyak titik keramaian. Keempat, masalah internal mengenai kurangnya motivasi dari tim penghimpunan dana untuk mencari donatur. Adapun cara untuk mengatasi hambatan tersebut

yaitu dengan mengedukasi kepada masyarakat tentang wajibnya membayar zakat kemudian baru memperkenalkan lembaga zakat, melakukan perekrutan tenaga kerja baru serta menjalin hubungan baik dengan organisasi yang ada. Kemudian melakukan pendekatan dengan cara melakukan silaturahmi rutin serta memberi laporan jelas seperti bulletin mingguan tentang pendistribusian dana zakat. Serta memberikan motivasi kepada tim penghimpun dana dan memberikan *reward* kepada tim silaturahmi.

B. Saran

1. Sebaiknya Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Cabang Palembang terus melakukan inovasi baru terhadap strategi komunikasi agar ketertarikan para calon donatur terhadap program-program zakat terus meningkat. Seperti terus meningkatkan strategi komunikasi dengan melakukan seminar-seminar mengenai pentingnya berzakat bagi umat muslim. Dan untuk penerima zakat diharapkan DPU Daarut Tauhid lebih memfokuskan pada keluarga yang benar-benar berhak menerimanya, mislakan pada donatur yang memberikkan dana zakat nya pada DPU Daarut Tauhid memberikan rekomondasi terhadap keluarga yang wajib menerimanya.
2. Lembaga Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid Cabang Palembang melakukan perekrutan tanaga kerja khusus untuk menempati posisi-posisi yang masih dibutuhkan dalam lembaga. DPU Daarut Tauhid

harus terus meningkatkan kinerja perusahaan, khususnya dalam meningkatkan kinerja tim penghimpun dana. Sehingga lembaga dapat terus mempertahankan keberadaan lembaga zakat di tengah kemunculan-kemunculan lembaga zakat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Al-Qur'an Terjemah, Qur'an Surah At-Taubaah : 60
- Al-Qur'an Terjemah, Qur'an Surah At-Taubaah : 103
- Agus Hermawan, 2012, *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Bungin, Burhan.2011. *Metode Pendidikan Kualitatif*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Efendi, onong, 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Efendi, Onong, 2006, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Hadi, Sjechul Permono, 2000, *Pendayagunaan Zakat Dalam Rangka Pembangunan Nasional*. Jakarta : Pustaka Firdaus
- Hafidhuddin, Didin, 2002, *Panduan praktis tentang zakat, infaq, dan sedekah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hafidhuddin,Didin, 2002, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Iriantara, Yosol, 2013, *Komunikasi pendidikan*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Purwanto, April , 2009, *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta: Sukses
- S.Harahap, Sofyan. 2011.*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta:Salemba Empat
- Sugiono, 2009. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung : Alfabeta.
- Sunggono, Bambang. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suparta dkk, 1998, *Modul Fiqih I*, Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama, Jakarta.

Sutisna, Hendra, 2006, *Fundraising Database*. Jakarta: Piramedia.

Taufik, Tata, 2012. *Etika komunikasi Islam*. CV Pustaka Setia : Bandung.

Wibisono, Yusuf, 2015. *Mengelola Zakat Indonesia*. Jakarta: Prenada media Grub.

Yaya, Rizal, 2013, *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta : Salemba Empat.

JURNAL

Budi, Danang Utomo, 2015, “Strategi Komunikasi Custome Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Menjaga Loyalitas Donatur”. Jakarta : Skripsi Tidak Ditebitkan

Mochammad, Rahmatullah Hilmi, 2013, “Etika Komunikasi Customer Relations Dalam Pelayanan Studi Kasus Jamaah Haji KBIH Nasul Ummah”. Surabaya : Skripsi tidak diterbitkan

Meliana, Melati (2010) dengan judul “Peranan Startegi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Pencapaian Tujuan Perusahaan PT Pusri SUMUT”. Skripsi Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi : Tidak Diterbitkan.

Yuflaeli, Amron Widiyanto, 2010, “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Sosialisasi LAZIS UNS”. Surakarta : Skripsi Tidak Diterbitkan

WEBSITE

<http://dpu-daruttauhiid.org/ProfilLembaga>

<http://kbbi.web.id/PengertianStrategi>

Erman Anom, Merancang Strategi Komunikasi Memenangkan Pemilihan dan Kelompok. [online] Tersedia <https://esaunggul.ac.id>.

Imam Mulyana, 2013, Mengupas Konsep Strategi. [online] Tersedia <http://id.shvoong.com/business-management/management/1658495-mengupas-konsep-strategi/>.

Pramodya Ananta, 2012, Fungsi Strategi Komunikasi. [online]. Tersedia : <https://floatlover.wordpress.com>.