

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam ajaran agama Islam, seorang muslim diajarkan untuk memberikan sebagian hartanya kepada yang membutuhkan atau disebut bersedekah. Sedekah juga merupakan tindakan sukarela dalam memberikan hal-hal material dan immaterial kepada orang lain yang membutuhkan untuk menunggu pahala dari Allah Swt. Oleh karena itu, sebagai umat Islam kita perlu mengamalkan dan menjalankan salah satu perintah Allah Swt ¹

Guna memudahkan proses sedekah, zakat dan ibadah sosial lainnya, Baitul Maal Masjid Al Ikhlas Padang Bulan hadir sebagai salah satu lembaga Amil Zakat yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan penyaluran zakat harta dan sedekah dari umat Islam di Kota medan. Lembaga yang sudah berdiri selama 1 tahun lebih ini juga aktif berkontribusi dalam kemakmuran masjid salah satu contohnya dapur umat, gerakan infaq beras masjid dan program lainnya.

Dari salah satu contoh kegiatan tersebut, Baitul Maal Masjid Al Ikhlas Padang Bulan bermaksud untuk memaksimalkan donasi kepada masyarakat berbagai pendekatan dan startegi. Melalui program yang dibentuk *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas tentu memerlukan strategi *Public Relations* (PR) yang efektif untuk menarik minat para donatur supaya bisa membantu orang lain dalam menyambung hidupnya walaupun hanya sekarang beras. Berdasarkan salah satu program yang dibuat oleh *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas, peneliti bermaksud

¹ Nafan, *Ekonomi Makro Tinjauan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014). hlm 220

meneliti strategi *Public Relations Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas secara umum dalam menarik minat para donatur (*Muzakki*).

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan. Strategi adalah taktik perang dan rahasia dalam mencapai sesuatu.² Menurut J.L Thompson yang dikutip Sandra Oliver dalam bukunya Strategi Public Relations, strategi sebagai cara untuk mencapai hasil akhir, ataupun pendapatan, yang terkait dengan tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi komprehensif untuk seluruh organisasi dan strategi kompetitif untuk setiap aktivitas. Strategi fungsional disisi lain, secara langsung mendorong strategi kompetitif. Bennet menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti untuk memenuhi misinya.³

Menurut Onong Udjana Effendi, strategi pada dasarnya adalah perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*management*) untuk mencapai tujuan.⁴ Sementara itu, Richard L. Daft berpendapat strategi mengklaim sebagai rencana aksi yang menguraikan alokasi sumber daya dan kegiatan untuk merespon lingkungan dan mencapai tujuan atau sasaran organisasi.⁵

Public Relations juga memiliki keterkaitan dengan ilmu komunikasi karena keduanya merupakan mata rantai yang membentuk satu kesatuan dan mendukung kegiatan bidang kehumasan. *Public Relations* merupakan salah satu

² Budiono M.A, *Kamus Ilmiah Populer Internasional*, (Surabaya: Alumni, 2005). hlm.615

³ Sandra Oliver, *Strategy Public Relation*, (Jakarta: Erlangga, 2006). Hlm. 2

⁴ Onong Udjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2004). hlm.29

⁵ Richard L. Daft, *Manajemen Edisi Kelima Jilid Satu*, (Jakarta: Erlangga, 2002). hlm.307

metode ilmu komunikasi sebagai salah satu kegiatan yang berkaitan dengan organisasi⁶

Dalam menarik minat donatur (Muzakki), peneliti memandang model komunikasi yang diterapkan *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Padang Bulan sebagai *Marketing Public Relations* yang secara teori juga berkesinambungan dengan strategi komunikasi. Secara umum *marketing public relations* merupakan suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program-program yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan positif yang ditimbulkan dan berkaitan dengan identitas lembaga atau produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan bagi para konsumennya.⁷

Peneliti tertarik memilih penelitian ini karena pertumbuhan dana dan peningkatan donatur yang diperoleh *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Padang Bulan di setiap bulannya meningkat sekitar 90% yang dari 2,4 juta sampai dengan 20 juta perbulannya. Sesuai dengan informasi dari pimpinan *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas. *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas mengalami pertumbuhan muzakki dan pendapatan dana yang signifikan.

Perkembangan ini tidak terjadi secara instan dan tanpa usaha. Tetapi di sebabkan adanya strategi *Public Relations*, Jenis-jenis *Public Relations* serta komunikasi yang baik dalam menyampaikan kepada donatur yang dapat menarik minat mereka dalam memberikan dana untuk perkembangan *Baitul Maal* tersebut.

⁶ Onong Udjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cet Ke-XII*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999). hlm.131

⁷ Wahidin Saputra dan Rulli Nastullah, *Public Relation*, (Jakarta: Jurnal Sosial Budaya, 2012). hlm.78

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti yang judul “Strategi *Public Relations Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Pasar VII Padang Bulan Kota Medan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF)”

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja strategi *public relations* yang diterapkan *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Pasar VII Padang Bulan dalam menarik minat donatur untuk berdonasi dana ZISWAF?
2. Hambatan apa saja yang dihadapi *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Pasar VII dalam menarik minat donatur untuk menyalurkan dana ZISWAF?
3. Bagaimana solusi dari hambatan yang dihadapi *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Pasar VII Padang Bulan dalam menarik minat donatur untuk menyalurkan dana ZISWAF?

C. Batasan Istilah

Batasan istilah di maksudkan agar pembahasan tersebut tidak keluar dari pokok permasalahan. Oleh karena itu penulis memberi batasan istilah pada judul ini, yaitu:

1. Strategi

Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindakan lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Selain itu juga ada defenisi yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi, Hamel dan Parahalad yang mengangkat kompetensi ini sebagai hal penting. Mereka berdua mendefenisikan strategi yang terjemahannya

sebagai berikut: Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.

Strategi dapat digambarkan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk merespon kondisi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan tersebut dilakukan secara sadar dari pertimbangan yang wajar. Strategi dirancang untuk memperjelas apa yang dilakukan perusahaan atau organisasi demi mencapai tujuan yang ingin dicapai.

2. *Public Relations*

Menurut Ahmad S. Adnanputra, strategi *public relations* adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations*.⁸

Sedangkan menurut peneliti, humas adalah peran membangun dan memelihara hubungan baik dan bermanfaat antara suatu organisasi dengan masyarakat umum, yang berdampak signifikan terhadap keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi

3. *Baitul Maal*

Baitul Maal berarti rumah untuk mengumpulkan atau menyimpan harta. Adapun secara terminologis sebagaimana diuraikan Abdul Qadi Zallum dalam kitabnya *Al Amwal Fi Daulah al Khilafah*, *Baitul Maal* adalah suatu lembaga atau organisasi yang mempunyai tugas khusus mengelola seluruh harta umat baik berupa penerimaan maupun pengeluaran negara.

⁸ Rosady Ruslan, *Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2007) hlm 134

Sedangkan menurut peneliti *Baitul Maal* adalah suatu lembaga yang mengurus baik masuk dan keluar harta umat yang digunakan untuk menyalurkan kepada pihak yang membutuhkan seperti 8 *Asnaf* yang terdapat dalam Al-Qur'an.

4. Donatur (*Muzakki*)

Menurut Santoso Brotodiharjo Donatur adalah yang merupakan donatur tetap dalam suatu organisasi maupun lembaga, yang secara rutin menyumbang uang kepada lembaga tersebut. Sedangkan menurut peneliti donatur adalah individu atau kelompok yang berkepentingan dalam memberikan bantuan, terutama dalam hal masalah keuangan.

5. Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf

Zakat secara bahasa adalah tumbuh, suci, atau berkah. Sedangkan menurut istilah adalah memberikan harta kepada fakir miskin berdasarkan syarat dan ketentuan yang ditetapkan menurut Islam. Zakat hukumnya wajib bagi umat Islam yang memiliki kelebihan harta. Sedangkan menurut peneliti zakat merupakan kewajiban kita memberikan sebagian dari harta kita untuk yang membutuhkan sesuai dengan kadar ketentuan di dalam Al-Qur'an.

Infak menurut syariat infak adalah mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan/penghasilan untuk sesuatu kepentingan yang diperintahkan agama islam. Infak juga diartikan sebagai ibadah sosial yang dapat mempererat persaudaraan kita dengan tentangga maupun orang lain. Sedangkan menurut peneliti infak adalah memberikan pendapatan kita kepada orang lain dan unsur lain yang merupakan dapat mempererat persaudaran kita kepada orang lain.

Sedekah dalam pandangan Abdurrauf Al Manawi adalah mengeluarkan atau memberikan sebagian harta kita untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt, tetapi sedekah pada dasarnya digunakan untuk yang sunnah dan zakat digunakan untuk yang wajib.

Wakaf adalah menahan, menghentikan harta dan memberikan manfaatnya di jalan Allah Swt. Memindahtangankan harta milik pribadi kepada suatu lembaga atau yayasan yang bermanfaat bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh pahala dan ridha Allah Swt. Sedangkan menurut peneliti wakaf adalah seseorang yang memberikan sesuatu baik materi maupun uang yang mana tidak dapat di kembalikan lagi kepada yang memberikan walaupun warisnya meminta itu, maka itu udh menjadi hak milik suatu lembaga maupun yayasan.⁹

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi *public relations* yang diterapkan *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Pasar VII Padang Bulan dalam menarik minat donatur untuk menyalurkan dana ZISWAF.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Pasar VII dalam menarik minat donatur untuk menyalurkan dana ZISWAF.
3. Untuk mengetahui solusi apa yang dilakukan *Baitul Maal* Masjid Al Ikhlas Pasar VII Padang Bulan dari hambatan yang dihadapi, dalam menarik minat donatur untuk menyalurkan dana ZISWAF.

⁹ H. Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 1995) hlm 195

E. Manfaat Penelitian

Setelah penulisan dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik, diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan ilmu serta menjadi bahan literatur mengenai strategi *public relation* dalam menarik minat donatur dalam menyalurkan dana ZISWAFnya.

2. Secara Praktis,

- a. Penelitian ini sangat diharapkan dapat berguna untuk Baitul Maal Masjid Al Ikhlas Pasar 7 Padang Bulan dan para lembaga zakat lainnya dalam menarik donatur dan meningkatkan dana lembaga tersebut.
- b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para donatur dan bagi penerima sedekah.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian tambahan bagi peneliti-peneliti lainnya.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mensistematiskan pembahasan penelitian ini, maka penulis membagi pembahasannya kedalam beberapa bab yaitu :

BAB I Berisi tentang Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Berisi tentang Kajian Teori yang terdiri dari pengertian strategi *public relations*, Hambatan *public relations*, Teori *public relations*, Faktor eksternal dan internal dalam *public relations*, Pengertian *baitul maal*, Pengertian ZISWAF, dan penelitian terdahulu.

BAB III Berisi tentang Metodologi Penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, informan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, instrumen pengumpulan data, tehnik analisis data, pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV Berisi tentang Hasil Penelitian yang terdiri dari Temuan Umum yaitu: gambaran umum profil, visi dan misi, struktur kepengurusan. Temuan Khusus terdiri dari wawancara tentang 1. Strategi *public relations baitul maal* masjid Al Ikhlas dalam menarik donatur supaya mau memberikan dana, 2. Hambatan yang dihadapi *Baitul Maal*, 3. Bagaimana solusi yang dilakukan para humas dalam menarik minat supaya mereka mau bersedekah untuk mereka yang membutuhkan.

BAB V Berisi tentang Penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran, daftar pustaka, dan lampiran.