

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Profil dan Gambaran Umum LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Lembaga Amit Zakat Al Washliyah Beramal (Washal) adalah lembaga amil zakat berskala provinsi yang dibentuk oleh Pimpinan Wilayah Al jam'iyatul Washliyah Sumatera Utara.

LAZ Washal merupakan amanah AD/ART Al jam'iyatul Washliyah dimana pengurus Al Washliyah mulai dari pusat sampai daerah diamanahkan untuk membentuk Badan Amit Zakat dan Infaq dalam kepengurusannya. Dr. Dedi Iskandar yang terpilih sebagai Ketua Umum Pengurus Wilayah Al jam'iyatul Washliyah Sumatera Utara pada tahun 2020 kemarin menunaikan amanah tersebut dengan membentuk dan meresmikan Washal pada 29 November 2020.

Adapun surat perizinan dari LAZ Washal Dengan surat izin yaitu Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara Nomor 517 Tahun 2020. Dengan kantor pusat di Jl. Sisingamangaraja No.144, Ps. Merah Kec. Medan Kota, Kota Medan. Sumatera Utara 20213.

a. Visi Dan Misi LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Visi nya yaitu *“Berkomitmen menjadi lembaga pengelola dana amal sosial keagamaan yang amanah dan profesional untuk kemaslahatan umat”*.

Misi nya yaitu :

1. Menumbuhkan kesadaran dan mengajak masyarakat untuk beramal melalui zakat, infak dan sedekah secara tepat dan rutin.
2. Mengelola dana zakat, infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya secara profesional,transparan, akuntabel, dantepat guna dansasaran.
3. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan dana zakat, infak, sedekah dan dana sosial keagamaan

lainnya untuk pendidikan, kesehatan dan usaha kecil dan menengah.

b. Program LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Adapun beberapa rancangan Program Laz Washal diantaranya dibidang:

1. Pendistribusian Langsung kepada Mustahik
2. Pendidikan
3. Kesehatan
4. Kemanusiaan
5. Dakwah
6. Hukum-Advokasi Darurat-Bencana

c. Struktur organisasi LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Adapun struktur organisasi LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) periode 2021-2022 saat ini ialah sebagai berikut:



UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
SUMATERA UTARA MEDAN

niat ingin mempersatukan bangsa dan umat yang terpecah dan berbeda pandangan disamping juga ingin menjadikan Indonesia sebagai negara yang merdeka dan berdaulat. Hal ini terbukti dari keterlibatan para pengurus dan anggota Al Washliyah dalam mengupayakan kemerdekaan walaupun pada awalnya pelajar-pelajar Maktab Islamiyah Tapanuli (MIT) di Medan yang dipimpin oleh Abdurrahman Syihab hanya membentuk sebuah perhimpunan pelajar yang disebut “Debating Club”, yang tujuannya mula-mula hanya mengenai pelajaran-pelajaran saja. Karena umumnya masyarakat Sumatera Timur bermazhab Syafi’i, tetapi aliran ini tidak terikat dengan salah satu mazhab, mereka menolak taqlid (mengikuti saja) pendapat dari ulama fikih.¹

Debating club sebagai wadah perkumpulan ingin berperan dalam menghadapi masalah tersebut dan mencoba menjadi penengah. Pada awal bulan Oktober 1930 bertempat di rumah Yusuf Ahmad Lubis di Gelugur Medan, dibawah pimpinan Abdurrahman Syihab dilangsungkan suatu pertemuan yang dihadiri oleh Yusuf Ahmad Lubis, Adnan Nur, Muhammad Isa dan lain-lain. Maksud pembicaraan tersebut adalah bagaimana memperluas perkumpulan tersebut. Karena belum ada kata sepakat maka seminggu kemudian diadakan pertemuan berikutnya yang bertempat di rumah Abdurrahman Syihab di Petisah Medan. Pertemuan kedua ini dipimpin oleh Abdurrahman Syihab dan turut dihadiri oleh Ismail Banda, Yusuf Ahmad Lubis, Adnan Nur, Abdul Wahab dan Muhammad Isa. Setelah melalui musyawarah diambil sebuah kesepakatan untuk membangun suatu perhimpunan yang lebih besar, untuk membawa para guru dan pelajar lainnya direncanakan akan diadakan pertemuan yang lebih besar.

Pada tanggal 26 Oktober 1930 bertempat di Maktab Islamiyah Tapanuli Medan, telah berlangsung suatu pertemuan besar yang dihadiri oleh para ulama, pelajar-pelajar, guru-guru, serta pemimpin Islam lainnya dari Medan dan sekitarnya dipimpin oleh Ismail Banda. Dalam pertemuan tersebut, Ismail Banda, Arsyad Thalib Lubis dan Syamsuddin memberikan gambaran tentang bentuk organisasi yang akan didirikan. Salah satu bentuk kesepakatan itu terkait usaha-

¹ Ahmad Hamim Azizy, *Al Jam’iyatul Washliyah dalam Kancah Politik Indonesia*, cet. ke-1, (Banda Aceh: Pena, 2006), h. 65-66.

usaha yang akan dilakukan oleh Al-Jam'iyatul Washliyah yaitu sebuah organisasi Islam yang bergerak dalam bidang dakwah, sosial dan pendidikan. Pada perkembangan berikutnya organisasi ini sangat aktif menyiarkan agama Islam melalui pendidikan, termasuk madrasah dan sekolah untuk meningkatkan pendidikan masyarakat.

Melalui kesepakatan yang hadir, kepada Syekh H. Muhammad Yunus diminta untuk memberikan nama perhimpunan yang baru dibentuk tersebut. Syekh H. Muhammad Yunus merupakan seorang guru dan seorang ulama yang dihormati di Maktab Islamiyah Tapanuli (MIT) Medan. Beliau tidak serta merta menjawab keinginan itu. Terlebih dahulu ia melakukan sholat dua rakaat dan berdo'a kepada Allah SWT. Setelah itu ia mendatangi para muridnya dan mengatakan, "Menurut saya kita namakan saja perkumpulan itu dengan Al Jam'iyatul Washliyah, yang artinya perhimpunan yang memperhubungkan dan mempertalikan.² Maka waktu itu terbentuklah pengurus sebagai persiapan bagi perhimpunan itu, yang terdiri dari:

Ketua : Isma'il Banda

Penulis : Muhammad Arsyad Thalib Lubis

Bendahara : H. Muhammad Ya'qub

Pembantu-pembantu : Kular (Haji Syamsuddin)

H. Abdul. Malik Abd. Aziz Effendy, dan Mohd Nurdin.

Kepada pengurus tersebut selanjutnya disertai tanggung jawab untuk menyusun anggaran dasar dan anggaran rumah tangga organisasi untuk disahkan dalam satu rapat besar yang akan diadakan pada tanggal 30 Nopember 1930. Pada tanggal 30 Nopember 1930 bertempat di Maktab Islamiyah Tapanuli Medan, diadakanlah rapat besar yang mendapat perhatian dari ulama, pelajar dan masyarakat sekitar kota Medan. Dalam rapat tersebut Ismail Banda bertindak

² Pengurus Besar Al-Jam'iyatul Washliyah, *¼ Abad Al-Jam'iyatul Washliyah*, cet. ke1, (Medan:PB Al Washliyah, 1955), h. 38

sebagai pemimpin rapat dan memberikan penjelasan dengan membentangkan cita-cita membangun organisasi yang akan menunaikan tuntutan agama Islam.³

Pada saat pertemuan tersebut diumumkanlah susunan pengurus Al Jam'iyatul Washliyah. Para pendiri Al Washliyah ketika itu terdiri dari para pelajar yang berusia sekitar 20-26 tahun. Meski masih berusia muda, para pendiri itu memiliki kharisma yang sangat tinggi di lingkungannya. Di usianya yang relatif muda, mereka telah bersepakat untuk mendirikan organisasi yang menjadi jembatan antara paham kaum tua dengan paham kaum muda.

Pertentangan kedua kaum ini begitu amat terasa di dalam masyarakat dan kondisi tersebut sangat menguntungkan Belanda, sebab secara tidak langsung masyarakat pribumi terpecah belah sehingga menjadi lebih mudah untuk dikelola.

Secara harfiah Al Jam'iyatul Washliyah berasal dari dua kata yaitu, Jam'iyatun dan Al Washliyah. Jami'yyatun berarti perkumpulan, perhimpunan atau persatuan.

Sementara itu Al Washliyah memiliki arti penghubung atau menjembatani. Dengan demikian secara umum nama Al Jam'iyatul Washliyah berarti "Perhimpunan yang memperhubungkan atau yang menjembatani". Secara umum akhirnya dapatlah dipahami bahwa Al Jam'iyatul Washliyah diharapkan menjadi perkumpulan atau perhimpunan yang menghubungkan, yaitu:

- a. Menghubungkan antara umat manusia dengan Allah SWT sebagai penciptanya.
- b. Menghubungkan atau menghimpun manusia dengan manusia lainnya agar bersatu.
- c. Menghubungkan manusia dengan alam sekitarnya.

Hal ini sesuai dengan makna *Hablun-minallah wa hablun minannas* (Hubungan manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan sesama manusia). Lebih dari pada itu, organisasi ini juga diharapkan akan bisa menjadi organisasi yang menghubungkan atau menjembatani antara kaum muda dan kaum tua yang saling merasa dirinya paling benar kala itu. Perhatian utama organisasi Al Washliyah pada masa awal perkembangannya mencakup beberapa hal. Program

³ Abdul Halim Simamora dan Trisni Andayani, Peranan Organisasi Al Jamiyatul Wasliyah Cabang Tanah Karo Tahun 1938-1967, (Medan: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, 2015), h. 127-128.

kerjanya, setidaknya mencakup bidang: tabligh (ceramah agama), tarbiyah (pengajaran), pustaka/penerbitan, fatwa, penyiaran, urusan anggota, dan tolong menolong. Lalu sebagai unit pelaksana dari program-program tersebut Al Washliyah membentuk majelis-majelis. Seperti dikemukakan di atas bahwa ketua Al Washliyah yang pertama kali sejak organisasi ini berdiri adalah Ismail Banda.

Dipilihnya Ismail Banda sebagai ketua umum Al Jam'iyatul Washliyah kala itu lebih dikarenakan usianya kala itu lebih tua dari anggota yang lain. Kelahiran organisasi ini secara umum sebenarnya tidak bisa dipisahkan dengan kondisi latar belakang masyarakat Sumatera Utara (kala itu Sumatera Timur) yang pada masa itu mengalami perkembangan sosial yang cukup dinamis. Sebagaimana disebutkan dalam berbagai literatur sejarah, bahwa sejak awal abad ke 19-an masyarakat Islam mengalami sebuah kondisi yang sangat dinamis berkaitan dengan penafsiran ulang atas doktrin-doktrin agama yang telah dimulai pada abad-abad sebelumnya.

Hal ini akibat hubungan dagang dan banyaknya umat Islam di Nusantara melakukan ibadah haji sembari menuntut ilmu di Arab Saudi, gejala pembaharuan Islam juga merambat masuk ke Indonesia (dahulunya disebut nusantara) termasuk ke Sumatera Utara (Sumatera Timur). Selain itu, pada saat yang sama masyarakat Sumatera Timur memang mengalami perkembangan pertumbuhan ekonomi di bawah proyek perkebunan yang dikuasai oleh kolonial Belanda. Penduduk yang mendiami juga sedang mengalami perkembangan yang sangat signifikan, tidak saja dalam jumlah, tetapi juga dalam hal heterogenitasnya. Penyiaran Islam di kawasan Batak Toba adalah salah satu aspek yang khas mengenai Al Washliyah. Di daerah Batak Toba, Al Washliyah harus berhadapan dengan fakta yang terjadi pada masa itu yaitu daerah Batak Toba adalah merupakan titik awal penyebaran agama Kristen di kawasan Sumatera Timur yang sudah berjalan relatif berhasil pada awal abad ke 19. Dengandemikian Al Washliyah harus berhadapan langsung dengan ajaran agama Kristen yang pada saat itu juga sangat berkembang pesat. Inti kegiatan Al Washliyah di daerah ini adalah pengislaman dan pembinaan para penduduk di daerah setempat yang sudah masuk Islam. Di saat yang sama, Belanda ketika itu terus berupaya memecah belah dan mengadu domba rakyat

hingga ke sendi-sendi agama Islam. Sehingga tokoh-tokoh yang kemudian tergabung dalam organisasi ini berupaya agar perpecahan yang terjadi di kalangan umat Islam dapat diatasi. Dengan demikian, upaya Belanda untuk membuat atau melemahkan persatuan masyarakat yang saat itu mulai menyadari perlunya persatuan bisa dibina dan kembangkan

Berdasarkan dokumen resmi yang ada, diketahui bahwa pada awal pembentukannya, organisasi Al Washliyah memiliki misi:

- a. Mengusahakan berlakunya hukum-hukum Islam.
- b. Memperbanyak tabligh, tazkir dan pengajian di tengah-tengah umat Islam.
- c. Menerbitkan kitab-kitab, surat-surat kabar, majalah, surat-surat siaran dan mengadakan taman bacaan.
- d. Membangun perguruan dan mengatur kesempurnaan pelajaran, pendidikan dan kebudayaan.
- e. Menyantuni fakir miskin dan memelihara serta mendidik anak yatim piatu.
- f. Menyampaikan seruan Islam kepada orang-orang yang belum beragama Islam.
- g. Mendirikan, memelihara dan memperbaiki tempat beribadat.
- h. Memajukan dan menggembirakan penghidupan dengan jalan yang halal.

b. Landasan Ideologi Al Jam'iyatul Al Wasliyah

Di dalam Anggaran Dasar Al Washliyah pasal 2 tercantum azas Al Washliyah. Perkumpulan ini berazaskan pada ajaran Islam dalam hukum fikih bermazhab Syafi'i dan dalam I'tiqad ahlu al-Sunnah wa al-Jama'ah. Maksudnya adalah bahwa setiap gerak, cita-cita, dan usaha-usaha perhimpunan ini haruslah sesuai dengan tuntutan dan ajaran Islam. Tujuan utama untuk mendirikan organisasi Al Washliyah ketika itu adalah untuk mempersatukan umat yang berpecah belah dari berbagai perbedaan pandangan.

c. Landasan Struktural Al Jam'iyatul Al Wasliyah

Landasan struktural adalah adanya organisasi yang teratur, rapi, pembagian tugas yang jelas dari pimpinan yang di atas sampai dengan pengurus dan anggota

yang di bawah, berpucuk, bercabang, berurat, dan berakar, stabil, dan disiplin, berjenjang naik tangga turun. Kebenaran yang tidak terorganisir dapat 158 dipunahkan oleh kebatilan yang terorganisir.⁵ Untuk landasan struktural ini, Anggaran Dasar Al Washliyah pasal 9 sampai dengan 17 dapat diperjelas dan diperinci oleh Anggaran Rumah Tangga Al Washliyah antara lain:

Susunan pimpinan

- 1) Pimpinan Wilayah (PW) sebagai pimpinan yang tertinggi untuk suatu wilayah daerah tingkat I (provinsi).
- 2) Pimpinan Daerah (PD) sebagai pimpinan tertinggi untuk suatu wilayah daerah tingkat II (kabupaten/kota).
- 3) Pimpinan Cabang (PC) sebagai pimpinan tertinggi untuk suatu wilayah daerah tingkat III (kecamatan).
- 4) Pimpinan Ranting (PR) sebagai pimpinan yang tertinggi di dalam suatu wilayah daerah desa/kelurahan/kampung.
- 5) Dewan yakni dewan fatwa dan dewan pertimbangan. Dewan ini hanya ada ditingkat pengurus besar saja.

Banyaknya jumlah kader dan anggota yang harus diakomodir dalam struktur kepengurusan organisasi, maka Pimpinan Wilayah Al Washliyah Sumatera Utara membentuk beberapa majelis. Pembentukan majelis ini berdasarkan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Al Washliyah.

Majelis-majelis tersebut adalah sebagai berikut:⁴

- 1) Majelis Pendidikan
- 2) Majelis Da'wah
- 3) Majelis Amal Sosial
- 4) Majelis pembinaan dan pengembangan ekonomi ummat
- 5) Majelis konsolidasi dan kaderisasi
- 6) Majelis hukum dan hak asasi manusia
- 7) Majelis Informasi dan Komunikasi hubungan kelembagaan dan organisasi dalam dan luar negeri
- 8) Majelis Siyasah Syari'ah dan Hubungan Antar Lembaga

⁴ AD/ART Al Washliyah, 2010, cet. ke-1

- 9) Majelis Seni dan Budaya
- 10) Majelis Aset

Adapun organisasi Bahagian dari Alwashliyah antara lain yaitu:

- 1) Ikatan Putera Puteri Al Washliyah (IPA) untuk para pelajar
- 2) Himpunan Mahasiswa Al Washliyah (HIMMAH) untuk mahasiswa
- 3) Gerakan Pemuda Al Washliyah (GPA) untuk pemuda
- 4) Angkatan Puteri Al Washliyah (APA) untuk Wanita (pemudi)
- 5) Ikatan Guru dan Dosen Al Washliyah (IGDA) untuk guru dan dosen
- 6) Ikatan Sarjana Al Washliyah (ISARAH) untuk para sarjana, dan
- 7) Muslimat Al Washliyah untuk para ibu-ibu.

Semua organisasi bahagian tersebut berada pada garis koordinasi dengan Al Washliyah sesuai tingkatan masing-masing sebagai organisasi induknya, dan mempunyai pucuk pimpinan organisasi masing-masing (Pimpinan Pusat) pula yang juga berkedudukan di Jakarta.

Sejak Al Washliyah didirikan tahun 1930, organisasi ini terus melakukan pengembangan dalam menjalankan usaha-usahanya, yaitu dakwah, pendidikan dan amal sosial. Untuk memaksimalkan pencapaian usaha tersebut, maka secara struktural Al Washliyah membentuk kepengurusan dari mulai tingkat Pengurus Besar yang berkedudukan di Ibukota Negara, sampai ketinggian Pimpinan Ranting di Desa/Kelurahan. Sumatera Utara sebagai daerah tempat kelahiran organisasi Al Washliyah telah memiliki struktur kepengurusan baik itu organisasi induk maupun organisasi bahagiannya.

Saat ini berdasarkan data yang ada pada Pimpinan Wilayah Al Washliyah Sumatera Utara, terdapat 26 Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten/Kota, yaitu:

1. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Langkat
2. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Deli Serdang
3. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Serdang Bedagai
4. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Karo
5. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Dairi

6. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Pakpak Barat
7. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Simalungun
8. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Batubara
9. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Asahan
10. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Labuhan Batu Utara
11. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Labuhan Batu
12. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Labuhan Batu Selatan
13. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Toba Samosir
14. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Tapanuli Selatan
15. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Padanglawas
16. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Padanglawas Utara
17. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Mandailing Natal
18. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Tapanuli Tengah
19. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kabupaten Nias
20. Pimpinan Daerah Al Washliyah Nias Barat
21. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kota Medan
22. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kota Binjai
23. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kota Tebing Tinggi
24. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kota Tanjung Balai
25. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kota Padang Sidempuan
26. Pimpinan Daerah Al Washliyah Kota Sibolga

Berdasarkan penjelasan di atas berkenaan dengan kebudayaan Al Washliyah yang berkaitan dengan kelompok acuannya yaitu para ulama, fuqaha dan para tokoh Al Washliyah. Berdasarkan wawancara dengan salah seorang anggota Dewan Fatwa Pengurus Besar Al Washliyah mengatakan bahwa fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Fatwa Al Washliyah berkaitan dengan ekonomi, sering mengutip referensi dari Wahbah az-Zuhaili dan terkadang Muhamad Abu Zahrah.⁵

⁵ Wawancara dengan Dewan Fatwa Al Washliyah Sumatera Utara, dimana pemikiran Wahbah az-Zuhaili sering dijadikan rujukan fatwa-fatwa Al Washliyah, Tanggal 12 Juni 2020

c. Struktur Alwashliyah Provinsi Sumatera Utara



Gambar 4.2
Struktur Organisasi Al Jamiyatul Alwasliyah Sumatera Utara

e. Tujuan, Sifat, Fungsi Dan Usaha Al Washliyah

a. Tujuan berdirinya Al Washliyah yaitu :

- 1) Mengamalkan ajaran Islam untuk kebahagiaan dunia dan akhirat
- 2) Mewujudkan masyarakat yang beriman, bertaqwa, aman, damai, adil, makmur diridhai Allah Swt. dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila.
- 3) Menumbuhkan gairah dan dorongan yang kuat dalam masyarakat Indonesia untuk turut berperan serta secara aktif dalam Pembangunan Nasional.

b. Sifat organisasi Alwashliyah

- 1) Al Washliyah organisasi yang bersifat independent.
- 2) Al Washliyah mempunyai organisasi bagian yang otonom.

c. Fungsi berdirinya Al Washliyah

Al Washliyah sebagai organisasi kemasyarakatan Islam berfungsi :

- 1) Menjalankan peran aktifnya dalam kegiatan-kegiatan untuk kemaslahatan Pembangunan nasional dalam rangka pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan membina masyarakat Indonesia seluruhnya yang sesuai dengan ajaran Islam
- 2) Sebagai wadah penyalur kegiatan sesuai dengan kepentingan anggotanya.
- 3) Menjadi wahana penggerak, pembinaan dan pengembangan warganya dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi.
- 4) Selaku sarana penghimpun dan penyalur aspirasi anggota maupun masyarakat dalam berperan aktif pada usaha memberhasilkan pembagunan nasional dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.
- 5) Sebagai mediator, komunikator atau menjadi fasilitator penyalur aspirasi anggotanya dalam hal menjalin komunikasi timbal balik antarorganisasi kemasyarakatan, Partai Politik, Badan Legislatif dan Instansi Pemerintah.

d. Usaha Organisasi Alwashliyah

Untuk mencapai Tujuan organisasi, Al Washliyah melakukan usaha-usaha:

- 1) Mengadakan, memperbaiki dan memperkuat hubungan persaudaraan umat Islam (Ukhuwah Islamiyah) dalam dan luar negeri, serta melakukan berbagai upaya untuk menegakkan keadilan dan perlindungan terhadap Hak Asasi Manusia (HAM).
- 2) Melaksanakan amar makruf nahi munkar.
- 3) Menyantuni fakir miskin dan memelihara serta mendidik anak miskin, yatim piatu, dan anak terlantar.
- 4) Membangun lembaga-lembaga pendidikan dalam segala jenis dan jenjang pendidikan serta mengatur kesempurnaan pendidikan, pengajaran dan kebudayaan.
- 5) Mengadakan berbagai pertemuan ilmiah dan pelatihan keterampilan untuk meningkatkan kualitas dan Sumber Daya Manusia (SDM).
- 6) Memperbanyak tabligh, tazkir, taklim, penerangan dan penyuluhan di tengah-tengah umat.
- 7) Meningkatkan kesejahteraan umat melalui pembinaan dan pengembangan ekonomi.
- 8) Turut serta membina stabilitas nasional yang mantap dan dinamis di seluruh wilayah Republik Indonesia dalam rangka mewujudkan kondisi yang menguntungkan bagi pelaksanaan dan kesuksesan Pembangunan Nasional.
- 9) Melakukan usaha-usaha lain yang di pandang perlu sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan organisasi dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Gambaran Umum Sumatera Utara

a. Sejarah Singkat Provinsi Sumatera Utara

Di zaman pemerintahan Belanda, Sumatera merupakan pemerintah yang bernama *Gouverment Van Sumatera* yang meliputi Sumatera, yang dikepalai oleh

seorang *Gouverment* berkedudukan di Medan. Sumatera terdiri dari daerah-daerah administratif yang dinamakan keresidenan.⁶

Pada awal kemerdekaan Republik Indonesia, Sumatera tetap merupakan suatu kesatuan pemerintah yaitu Provinsi Sumatera yang dikepalai oleh seorang gubernur dan terdiri dari daerah-daerah administratif keresidenan yang dikepalai oleh seorang residen. Setelah kemerdekaan, dalam sidang pertama Komite Nasional Daerah (KND) Provinsi Sumatera kemudian dibagi menjadi tiga sub Provinsi yaitu Sumatera Utara, Sumatera Tengah, Sumatera Selatan. Provinsi Sumatera sendiri merupakan penggabungan dari tiga daerah administratif yang disebut keresidenan Aceh, keresidenan Sumatera Timur, dan keresidenan Tapanuli.⁷

Dengan diterbitkannya Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 1948 pada tanggal 15 April 1948, ditetapkan bahwa Sumatera dibagi menjadi tiga Provinsi yang masing-masing berhak mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri yaitu Provinsi Sumatera Utara, Provinsi Sumatera Tengah, dan Provinsi Sumatera Selatan. Tanggal 15 April selanjutnya ditetapkan sebagai hari jadi Provinsi Sumatera Utara.⁸

Pada awal tahun 1949, diadakanlah reorganisasi pemerintahan di Sumatera. Perubahan demikian ini ditetapkan dengan keputusan pemerintah Darurat R.I tanggal 16 Mei 1949 No. 21/Pem/P.D.R.I yang diikuti Keputusan Pemerintah Darurat R.I tanggal 17 Mei 1949 No. 22/Pem/P.D.R.I, jabatan Gubernur Sumatera Utara diiadakan. Selanjutnya, dengan ketetapan Pemerintah Darurat R.I pada tanggal 17 Desember 1949, dibentuk Provinsi Aceh dan Provinsi Tapanuli/ Sumatera Timur. Kemudian, dengan peraturan pemerintah mengganti Undang-Undang No.5 tahun 1950, ketetapan tersebut dicabut dan dibentuk kembali Provinsi Sumatera Utara. Dengan Undang-Undang Republik Inonesia No.24 tahun 1956 yang diundangkan pada tanggal 7 Desember 1956,

⁶ Badan Pusat Statistik, *Sumatera Utara Dalam Angka 2013*, (Medan: BPS, 2013), h 119.

⁷ *Ibid.*, h 119.

⁸ *Ibid.*

dibentuk daerah otonom Provinsi Aceh, sehingga wilayah Provinsi Sumatera Utara dan perubahan peraturan pembentukan Provinsi Sumatera Utara.⁹

b. Kondisi Geografis Sumatera Utara

Provinsi Sumatera Utara berada di bagian Barat Indonesia, terletak pada garis 1⁰- 4⁰ Lintang Utara dan 98-100 Bujur Timur. Letak Provinsi ini sangat strategis karena berada pada jalur perdagangan internasional dan berdekatan dengan Singapura dan Malaysia serta diapit oleh tiga Provinsi dengan batas-batas sebagai berikut:¹⁰

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Provinsi Aceh
- b. Sebelah Timur dengan Negara Malaysia diselat Malaka
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Provinsi Riau dan Sumatera Barat
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Samudera Hindia

Sumatera Utara dibagi menjadi tiga kelompok wilayah/kawasan dilihat dari kondisi letak dan kondisi alam yaitu :

- a. Pantai Barat meliputi Kabupaten Nias, Kabupaten Nias Utara, Kabupaten Nias Barat, Kabupaten Mandailing Natal, Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Padang Lawas, Kabupaten Padang Lawa Utara, Kabupaten Tapanuli Tengah, Kabupaten Nias Selatan, Kota Padangsidimpuan, Kota Sibolga, dan Kota Gunung Sitoli.
- b. Dataran tinggi meliputi Kabupaten Tapanuli Tengah, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Simalungun, Kabupaten Dairi, Kabupaten Karo, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Pak-pak Bharat, Kabupaten Samosir dan Kota Pematangsiantar.
- c. Pantai Timur meliputi Kabupaten Labuhanbatu, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Kabupaten Asahan, Kabupaten Batu Bara, Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Langkat, Kabupaten

⁹ *Ibid.*, h 120.

¹⁰ Badan Pusat Statistik, *Sumatera Utara Dalam Angka 2016*, (Medan : BPS, 2016), h 54.

Serdang Bedagai, Kota Tanjung Balai, Kota Tebing Tinggi, Kota Medan, dan Kota Binjai.

Luas dataran Provinsi Sumatera Utara adalah 72.981,23 km², sebagian besar berada di daratan pualau Sumatera dan sebagian kecil berada di pulau Nias, pulau-pulau Batu, serta beberapa pulau kecil baik di bagian barat maupun bagian timur pantai pulau Sumatera.¹¹

Berdasarkan luas daerah menurut Kabupaten/Kota di Sumatera Utara, luas daerah terbesar adalah Kabupaten Langkat dengan luas 6.262,00 km². Atau sebesar 8,58 persen dari total luas Sumatera Utara, diikuti Kabupaten Mandailing Natal dengan luas 6.134,00 km² atau 8,40 persen, kemudian Kabupaten Tapanuli Selatan dengan luas 6.030,47 km² sekitar 8,26 persen. Sedangkan luas daerah terkecil adalah Kota Tebing Tinggi dengan luas 31,00 km² atau 0,04 persen dari total luas wilayah Sumatera Utara.

Karena terletak dekat garis khatulistiwa, Provinsi Sumatera Utara tergolong ke dalam daerah beriklim tropis. Ketinggian permukaan daratan Provinsi Sumatera Utara sangat bervariasi sebagai daerahnyadatar hanya beberapa meter diatas permukaan laut, beriklim cukup panas bisa mencapai 33⁰C, sebagian daerah berbukit dengan kemiringan yang landai, beriklim sedang dan sebagian lagi berada pada ketinggian yang suhu minimalnya bisa menjadi 20⁰C.

Sebagaimana Provinsi lainnya di Indonesia, Provinsi Sumatera Utara mempunyai musim kemarau dan musim penghujan. Musim kemarau biasanya terjadi pada bulan Januari sampai dengan bulan Juli dan musim penghujan biasanya terjadi pada bulan Agustus sampai dengan bulan Desember, diantara kedua musim itu terdapat musim pancaroba.¹²

c. Kondisi Demografis Sumatera Utara

Sumatera Utara merupakan Provinsi keempat terbesar jumlah penduduknya di Indonesia setelah Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah. Sebagian besar

¹¹ *Ibid.*, h 56.

¹² *Ibid.*, h 57.

penduduk Provinsi Sumatera Utara dihuni oleh penduduk dari berbagai suku seperti Melayu, Batak, Nias Aceh, Minangkabau, Jawa dan berbagai suku lainnya.

Pada tahun 2015 penduduk Sumatera Utara berjumlah 13.937.797 jiwa yang terdiri dari 6.954.552 jiwa penduduk laki-laki dan 6.983.245 jiwa penduduk perempuan dengan ratio jenis kelamin/*sex ratio* sebesar 99,59.¹³

Pada tahun 2015 penduduk Sumatera Utara lebih banyak tinggal di daerah perkotaan dibandingkan dengan daerah pedesaan. Jumlah penduduk yang tinggal di daerah pedesaan sebesar 6,69 juta jiwa (48,01 persen) dan yang tinggal di daerah perkotaan sebesar 7,25 juta jiwa (51,99persen).¹⁴

d. Jumlah Penduduk di Sumatera Utara

Kependudukan merupakan masalah nasional yang berdampak kepada masyarakat luas, di satu sisi bahwa penduduk yang besar merupakan modal dalam pembangunan, karena terdapat angkatan kerja yang sesuai dengan perkembangan penduduk tersebut, sedangkan di pihaklain akan menjadi beban pemerintah karena setiap jiwa akan membutuhkan kebutuhan hidup, seperti sandang, pangan, penyediaan sarana dan prasarana sekolah serta lapangan kerja.

Sumatera Utara merupakan Provinsi keempat terbesar jumlahpenduduknya di Indonesia setelah Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah. Sebagian besar penduduk Provinsi Sumatera Utara dihuni oleh penduduk dari berbagai suku seperti Melayu, Batak, Nias Aceh, Minangkabau, Jawa dan berbagai suku lainnya.

Masalah tingginya tingkat pengangguran yang terjadi di Sumatera Utara juga tidak terlepas dari tingginya jumlah penduduk di Sumatera Utara sendiri. Jumlah penduduk di Sumatera Utara pada tahun tertentu ada yang mengalami peningkatan. Namun, ada juga yang mengalami penurunan di setiap tahunnya. Berikut ini merupakan tabel perkembangan jumlah penduduk di Sumatera Utara tahun 2018 – 2020.

¹³ *Ibid.*, h 113.

¹⁴ *Ibid.*, h 114.

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Sumatera Utara Tahun 2018 - 2020

Jumlah Penduduk menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota (Jiwa)								
Jumlah			Perempuan			Laki-Laki		
2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
14415391	14562549	14703532	7222191	7296342	7367650	7193200	7266207	7335882

Sumber : BPS Provinsi Sumatera Utara

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang terjadi di Sumatera Utara mengalami peningkatan mulai dari tahun 2018 – 2020. Peningkatan yang paling tinggi terlihat pada tahun 2020 sebesar 14.703.532 jiwa, selisih peningkatan antara tahun 2018 dengan tahun 2020 sebesar 288.141 jiwa. Jumlah penduduk yang cukup pesat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain faktor kesempatan kerja yang lebih luas, melanjutkan pendidikan yang tinggi, sejumlah fasilitas yang memadai khususnya daerah perkotaan dan beberapa daya tarik lainnya.

4. Penghimpunan Dana (*Fundraising*)

a. Defenisi *Fundraising*

Perihal memahami istilah *fundraising* kita bisa merujuk terlebih dahulu ke dalam kamus bahasa Inggris. *Fundraising* diterjemahkan dengan pengumpulan uang. Ini dikarenakan pengumpulan uang sangat diperlukan untuk membiayai program kerja dan operasional sebuah lembaga. Keberlangsungan sebuah lembaga tergantung pada sejauh mana upaya pengumpulan dana itu dilakukan. *Fundraising* biasanya dilakukan oleh lembaga-lembaga nirlaba.¹⁵

Fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan

¹⁵ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Sukses, Yogyakarta, 2009, h 12

dananya kepada sebuah organisasi.¹⁶ Dalam bukunya April Purwanto disebutkan bahwasanya kata mempengaruhi memiliki banyak arti. *Pertama* mempengaruhi bisa diartikan memberitahukan kepada masyarakat tentang seluk beluk keberadaan organisasi nirlaba/OPZ (Organisasi Pengelola Zakat) karena organisasi pengelola zakat bekerja atas dasar ibadah dan sosial, tidak fokus pada perolehan laba dan keuntungan, maka OPZ menjadi bagian dari organisasi nirlaba. *Kedua*, mempengaruhi dapat juga bermakna mengingatkan dan menyadarkan. Artinya mengingatkan kepada para donatur dan calon donatur untuk sadar bahwa dalam harta yang dimilikinya ada sebagian hak fakir miskin yang harus ditunaikannya.

Ketiga, Mempengaruhi dalam arti mendorong masyarakat, lembaga dan individu untuk menyerahkan sum-bangan dana baik berupa zakat, infak, shadaqah dan lain-lain kepada organisasi nirlaba. *Keempat*, mempengaruhi untuk membujuk para donatur dan muzakky untuk bertransaksi. *Kelima*, dalam mengartikan *fundraising* sebagai proses mempengaruhi masyarakat, mempengaruhi juga dapat diterjemahkan sebagai merayu, memberikan gambaran tentang bagaimana proses kerja, program dan kegiatan sehingga menyentuh dasar-dasar nurani seseorang. *Keenam*, mempengaruhi dalam pengertian *fundraising* dimaksudkan untuk memaksa jika diperkenankan.

Dari beberapa penjabaran di atas maka *fundraising* adalah pokok dari kegiatan sebuah perusahaan atau lembaga, terutama lembaga nirlaba yang menggantungkan dananya lebih banyak di perolehan *fundraising*nya. Oleh karena itu perlu adanya strategi yang baik dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* ini demi keberlangsungan kehidupan lembaga. Namun apabila kegiatan *fundraising* ini tanpa strategi maka kegiatan tersebut belum tentu maksimal hasilnya.

¹⁶ *Ibid.*,

b. Tujuan *Fundraising*

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia, beberapa orang maupun sekelompok orang memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun tujuan dari *fundraising* adalah sebagai berikut:¹⁷

a. Menghimpun dana

Menghimpun dana adalah tujuan *fundraising* yang paling dasar. Termasuk dalam pengertian dana adalah barang atau jasa yang memiliki nilai material. Tujuan inilah yang paling pertama dan utama. Inilah sebab awal mengapa *fundraising* itu dilakukan. Bahkan kita bisa mengatakan bahwa *fundraising* yang tidak menghasilkan dana adalah *fundraising* yang gagal, meskipun memiliki bentuk keberhasilan lainnya. Karena pada akhirnya apabila *fundraising* tidak menghasilkan dana maka tidak ada sumber daya dihasilkan. Apabila sumber daya sudah tidak ada, maka lembaga akan kehilangan kemampuan untuk terus menjaga kelangsungannya, sehingga pada akhirnya akan mati.

b. Menghimpun donatur

Tujuan kedua *fundraising* adalah menghimpun donatur. Lembaga yang melakukan *fundraising* harus terus menambah jumlah donaturnya. Untuk dapat menambah jumlah donasi, maka ada dua cara yang dapat ditempuh, yaitu menambah donasi dari setiap donatur atau menambah jumlah donatur pada saat setiap donatur mendonasikan dana yang tetap sama. Di antara kedua pilihan tersebut, maka menambah donatur adalah cara yang relatif lebih mudah dari pada menaikkan jumlah donasi dari setiap donatur. Dengan alasan ini maka mau tidak mau *fundraising* dari waktu ke waktu juga harus berorientasi untuk terus menambah jumlah donatur.

¹⁷ Yessi Rachmasari dkk, *Penerapan Strategi Fundraising Di Rumah Singgah Bina Anak Pertiwi Jakarta*, Jurnal Prosiding KS, Volume 3 No. 3, Jakarta, h 366

c. Menghimpun simpatisan dan pendukung

Kadang-kadang ada seseorang atau sekelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktivitas *fundraising*, mereka kemudian terkesan, menilai positif dan bersimpati. Akan tetapi pada saat itu mereka tidak memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu (misal: dana) sebagai donasi karena ketidak mampuan mereka. Kelompok seperti ini kemudian menjadi simpatisan dan pendukung lembaga meskipun tidak menjadi donatur. Kelompok seperti ini akan berusaha mendukung lembaga dan umumnya secara natural bersedia menjadi promotor atau informan positif tentang lembaga kepada orang lain. Kelompok seperti ini juga diperlukan oleh lembaga sebagai pemberi kabar informal kepada setiap orang yang memerlukan. Dengan adanya kelompok simpatisan dan pendukung ini, maka kita memiliki jaringan informasi informal yang sangat menguntungkan.

d. Membangun citra lembaga

Disadari atau tidak, aktivitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah lembaga, baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga. *Fundraising* adalah garda terdepan yang menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam benak khalayak. Citra ini bisa bersifat positif, bisa pula bersifat negatif. Dengan citra ini setiap orang akan mempersepsi lembaga, dan ujungnya adalah bersikap atau menunjukkan perilaku terhadap lembaga. Jika citra lembaga positif, maka mereka akan mendukung, bersimpati dan akhirnya memberikan donasi. Sebaliknya kalau citranya negatif, maka mereka akan menghindari, antipati dan mencegah orang untuk melakukan donasi.

e. Memuaskan donatur

Tujuan kelima dari *fundraising* adalah memuaskan donatur. Tujuan ini adalah tujuan yang tertinggi. Tujuan memuaskan donatur adalah tujuan yang bernilai jangka panjang, meskipun kegiatannya secara teknis dilakukan sehari-hari. Mengapa memuaskan donatur itu penting? Karena jika donatur puas, maka mereka akan mengulang lagi mendonasikan dananya kepada sebuah lembaga. Juga apabila puas mereka akan menceritakan lembaga kepada orang lain secara positif.

Secara tidak langsung, donatur yang puas akan menjadi tenaga *fundraiser* alami (tidak diminta, tidak dilantik dan tidak dibayar). Kebalikannya kalau donatur tidak puas, maka ia akan menghentikan donasi (tidak mengulang lagi) dan menceritakan kepada orang lain tentang lembaga secara negatif. Karena fungsi pekerjaan kegiatan *fundraising* adalah lebih banyak berinteraksi dengan donatur, maka secara otomatis kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan untuk memuaskan donatur.

c. Unsur *Fundraising*

Adapun unsur-unsur dari *fundraising* adalah sebagai berikut:¹⁸

a. Analisis kebutuhan, beberapa analisis kebutuhan bisa berupa tentang:

1) Kesesuaian dengan syari'ah

Donatur adalah orang yang memberikan sebagian dananya untuk membiayai sejumlah program dan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi pengelola zakat. Zakat merupakan bagian dari salah satu rukun Islam yang juga merupakan bentuk peribadatan kepada Allah yang memiliki dampak sosial yang luar biasa. Karena zakat adalah

¹⁸ Atik Abidah, *Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo*, Jurnal Kodifikasi, Volume 10 No. 1, Ponorogo, 2016, h 172

bentuk ibadah maka harus sesuai dengan tuntunan yang pernah pernah diajarkan oleh Rasulullah Muhammad saw¹⁹.

2) Laporan dan pertanggung jawaban

Sesuatu yang dibutuhkan donatur selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah ketika ia menyampaikan dana ZIS kepada sebuah OPZ, adalah laporan dan pertanggungjawaban. Kredibilitas OPZ bisa runyam apabila para donatur dan muzakky sudah tidak ada kepercayaan lagi kepada OPZ.

3) Manfaat bagi kesejahteraan umat

Kebutuhan donatur yang lain selain kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan laporan pertanggungjawaban tepat waktu adalah sejauh mana manfaat dana ZIS yang diberikan donatur dan muzakky bagi kaum dhuafa.

4) Pelayanan yang berkualitas

Salah satu kekuatan yang mendorong para donatur dan muzakky mau mengeluarkan dana ZIS untuk mendanai program dan kegiatan organisasi pengelola zakat adalah pelayanan yang baik yang diberikan OPZ kepada para donatur dan muzakky.

5) Silaturahmi dan komunikasi

Silaturahmi dan komunikasi kepada para donatur dan muzakky penting bagi OPZ untuk meningkatkan pendapatan dana ZIS. Dengan silaturahmi dan komunikasi OPZ dapat memberikan penjelasan panjang lebar terhadap donatur dan muzakky tentang program dan kegiatan yang akan dan sudah dilakukannya.

6) Segmentasi donatur atau muzakki

Merupakan sebuah metode tentang bagaimana melihat donatur dan muzakki secara kreatif, baik perorangan, organisasi dan lembaga badan hukum. Artinya mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul dimasyarakat.

7) Identifikasi profil donatur dan muzakki.

¹⁹ April Purwanto, *Op.Cit.*, h 44

Hal ini berfungsi untuk mengetahui lebih awal identifikasi calon donatur atau muzakki itu sendiri. Profil donatur atau muzakki yang berbentuk perseorangan ini bisa berupa biodata atau curriculum vite (CV), sedangkan untuk donatur atau muzakki organisasi dan lembaga bisa berupa copian profil lembaga.

8) Produk.

Dalam pengelolaan zakat produk tidak bisa hanya didefinisikan sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai, yang diterima seseorang dalam sebuah transaksi, tetapi lebih tepat apabila produk diartikan sebagai kompleksitas yang terdiri dari ciri-ciri yang berwujud dan tidak berwujud.

d. Strategi *Fundraising*

Dalam melaksanakan kegiatan *fundraising*, banyak strategi yang digunakan. Strategi *fundraising* tersebut bisa berupa metode atau teknik yang bisa dijadikan acuan. Metode yang dimaksud adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Metode disini terbagi menjadi dua jenis, yakni *direct fundraising* (langsung) dan *indirect fundraising* (tidak langsung). Penjelasan nya adalah sebagai berikut:

a. Metode *direct fundraising*

Metode ini menggunakan cara-cara yang melibatkan partisipasi²⁰ muzaki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon muzaki bisa seketika dilakukan. Dengan metode ini apabila dalam diri muzaki muncul keinginan untuk melakukan ibadah zakat, infaq, maupun sedekah lainnya setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser*, maka segera dapat melakukan dengan mudah. Sebagai contoh dari metode ini adalah sebagai berikut:

²⁰ Suparman, *Strategi Fundraising Wakaf Uang*, Volume II, Nomor 2, BWI, 2009, h 20

- 1) *Direct Mail*. Yakni penawaran tertulis untuk menyumbang yang didistribusikan melalui surat. Atau sering diartikan sebagai penggalangan dana yang dilakukan dengan cara mengirim surat kepada masyarakat atau calon donatur. Surat tersebut isinya adalah gambaran kondisi masyarakat yang akan dibantu atau program yang akan dilakukan, informasi tentang lembaga dan mekanisme yang bisa dilakukan jika mau mendonasikan dananya.²¹ Selain itu isinya juga bisa disediakan nomor rekening atau blangko yang bisa diisi oleh donatur.
- 2) *Telefundraising*. Yakni teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara telepon kepada masyarakat calon donatur. Telepon ini umumnya dilakukan sebagai *follow up* dari surat yang telah dilakukan. Bisa juga dengan menghubungi nomor-nomor dari kontak yang kemungkinan bisa berdonasi.
- 3) Pertemuan langsung. Yaitu teknik penggalangan dana yang dilakukan dengan cara melakukan kontak secara langsung dengan masyarakat atau calon donatur. Selain berdialog langsung maka pertemuan ini juga biasanya digunakan untuk membagi brosur, pamflet atau barang cetak lainnya guna mendukung keberhasilan penggalangan dana. Media ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti ceramah, diskusi, sarasehan serta penataran atau diklat.²² Ceramah adalah sejenis pidato yang membicarakan sesuatu hal, pengetahuan dan sebagainya. Diskusi adalah salah satu jenis komunikasi dalam bentuk tukar menukar pikiran mengenai sesuatu masalah dalam suasana yang lebih bebas atau demokratis. Serasehan berasal dari bahasa dan tradisi Jawa yang berarti suatu kegiatan saling berbincang-bincang secara non formal beberapa orang yang dipimpin oleh seseorang yang lebih

²¹ <http://www.lazisnujabar.or.id/2016/01/strategi-fundraising-upaya-menggali.html?m=0>, diakses pada 30 september 2021

²² Direktorat Pemberdayaan Zakat Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Departemen Agama RI, *Pedoman Zakat 9 Seri*, 2009, h 34

dahulu memahami materi yang diperbincangkan.²³ Penataran juga berasal dari bahasa Jawa yang sering kali disebut sebagai kursus adalah suatu usaha peningkatan pengetahuan dalam serangkaian waktu yang lebih lama dari cramah diskusi ataupun serasehan, tetapi lebih singkat jika dibandingkan dengan sekolah.

b. Metode *indirect fundraising*

Metode ini menggunakan cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi²⁴ muzaki secara langsung. Yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon muzaki seketika. Metode ini misalnya:

- 1) Event. Event yang biasa diselenggarakan dengan maksud memanfaatkan keuntungan event untuk program sosial. Dalam rangka mengoptimalkan dana zakat mengadakan kerjasama teknis dengan perusahaan dilakukan agar penghimpunan zakat lebih optimal.²⁵
- 2) Melalui perantara. Misalnya menggunakan media seperti media cetak dan media elektronik. Media cetak merupakan salah satu media komunikasi²⁶ yang dapat dipergunakan untuk *fundraising*. Misalnya:
 - 3) Buku, bahasa yang dipergunakan hendaknya yang mudah dimengerti oleh masyarakat luas dan mudah difahami.
 - 4) Brosur adalah sejenis iklan atau pemberitahuan tercetak yang biasanya terdiri dari 4 halaman atau lebih sedikit yang dilipat atau dijepit sedemikian rupa, sehingga isinya terletak dibagian dalam.
 - 5) Majalah adalah barang tercetak yang biasanya terdiri dari banyak

²³ *Ibid*, h 38

²⁴ Suparman, *Op.Cit.*,

²⁵ <http://www.lazisnujabar.or.id/>, *Op.Cit.*

²⁶ Direktorat Pemberdayaan Zakat Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, h 41

halaman yang dijepit dan terbit secara berkala.

- 6) Surat kabar/tabloid adalah alat cetak yang biasanay terdiri dari 4 halaman atau lebih. Tidak dalam keadaan dijepit meskipun terdiri dari 12 sampai 16 halaman melainkan hanya dilipat.
- 7) Spanduk merupakan sejumlah kalimat yang dituliskan diats kain atau banner yang berbentuk memanjang.
- 8) Pamflet adlah informasi atau pesan yang dicetak atau ditulis tangan diatas kertas yang merupakan lembaran lepas. Media ini biasanya ditempelkan ditempat-tempat yang strategis agar mudah dibaca orang.
- 9) Media elektronik adalah²⁷ suatu cara atau alat fundraising dengan mempergunakan media yang dapat didengar atau dilihat. Misalnya:
 - 10) Televisi, strategi ini sangat praktis selain stasiun televisi sangat banyak jumlahnya juga jangkauannya sangat luas dan sasaran keberhasilan relatif lebih baik.
 - 11) Radio, hal yang perlu diperhatikan ketika menggunakan media ini adalah naskah atau teks yang disusun dengan lugas dan jelas.
 - 12) Internet, media ini dikalangan masyarakat perkotaan atau kelompok sarana ekonomi menengah keatas cukup efektif karena media sudah cukup dikenal itu dapat dengan mudah untuk mendapat berita atau informasi mengenai berbagai hal.
 - 13) Bilboard adalah sejenis papan yang biasanya dipasang ditempat strategis seperti pintu masuk atau keluar bandara, dermaga, terminal bus, stasiun kereta api, jalan tol maupun pusat keramaian lainnya.

²⁷ *Ibid*, h 46

5. Lembaga Amil Zakat di Sumatera Utara

Lembaga dimaksud adalah Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nasional yang merupakan Organisasi Pengelola Zakat swasta yang mempunyai izin dari pemerintah. LAZ memiliki kantor perwakilan di setiap Provinsi, dan Kota Medan merupakan tempat dimana LAZ mempunyai kantor perwakilan di Sumatera Utara. Peraturan terkait pengelolaan zakat di Indonesia terdapat pada Peraturan Pemerintah (PP) No. 14/2014 dan Instruksi Presiden (Inpres) No. 3/2014. PP No. 14/2014 mengatur BAZNAS untuk memiliki anggota tertinggi BAZNAS yang ditunjuk oleh presiden. Di sisi lain, Inpres No. 3/2014 mewajibkan seluruh kementerian, perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan seluruh lembaga pemerintahan untuk membayar dan mengumpulkan zakatnya melalui BAZNAS. Selain itu, Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 333/2015 juga telah menyusun klasifikasi untuk lembaga amil zakat (LAZ) resmi. Terdapat tiga kategori LAZ yaitu LAZ Nasional (jika penghimpunan zakat mencapai Rp 50 miliar), LAZ Provinsi (jika penghimpunan zakat mencapai Rp 20 miliar), LAZ Kabupaten/Kota (jika penghimpunan zakat mencapai Rp 3 miliar). Peraturan-peraturan ini dibentuk sebagai landasan untuk meningkatkan perkembangan zakat di Indonesia dan kontribusi zakat terhadap perkembangan ekonomi nasional. Di dalam penelitian ini responden dikhususkan pada LAZ Washal.

6. Model Pentahelix

a. Perkembangan Pentahelix

Penta helix merupakan perluasan dari strategi *triple helix* dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat maupun lembaga-lembaga non profit dalam rangka mewujudkan inovasi.²⁸ Melalui kolaborasi sinergis tersebut diharapkan terwujud suatu inovasi yang didukung oleh berbagai sumberdaya yang berinteraksi secara sinergis. *Triple Helix* diperkenalkan pertama kali pada tahun 1995, Etzkowitz dan Leydesdorff memperkenalkan model Triple Helix

²⁸ Lindmark, A., Stureson, E., & Roos, M.N. (2009). *Difficulties of Collaboration for Innovation*. LundUniversity

dengan unsur Academics, Business Sector, dan Government.²⁹ Aktor yang bertanggung jawab untuk menciptakan inovasi adalah bidang Industri. Aktor yang bertanggungjawab untuk menciptakan pengetahuan yaitu bidang Universitas. Kemudian berinteraksi dengan bidang ketiga yaitu Pemerintah. Ketiganya bekerjasama melalui pendekatan top-down agar tercipta inovasi yang dapat meningkatkan kondisi perekonomian suatu negara.

Triple Helix Kemudian dikembangkan lagi dengan yang ditambahkan dengan satu unsur, Civil Society atau komunitas yang menjadi Quadruple Helix, untuk mengakomodasi perspektif masyarakat. konsep *quadruple helix* dikembangkan dengan mempertahankan interaksi dari *triple helix* model (jaringan iptek antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah) serta melibatkan masyarakat sipil secara utuh dalam sistem.³⁰ Indonesia sendiri model Quadruple Helix ini kemudian ditambahkan satu unsur lagi yaitu Media yang kemudian menjadi pelengkap Unsur pentahelix karena dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, Media (baik media konvensional maupun media sosial) memegang peran signifikan meskipun tetap merupakan elemen yang independen atau tidak langsung terpengaruh oleh unsur-unsur yang lainnya dalam melaksanakan bagian atau fungsinya.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas maka bisa disimpulkan bahwa Penta Helix adalah model Inovasi yang digunakan dalam rangka untuk meningkatkan atau mengambangkan tingkat perekonomian suatu negara atau daerah yang didalamnya melibatkan lima stakholder yaitu pemerintah, pembisnis (swasta), media, akademika dan komunitas dimana kelima unsur tersebut mempunyai masing-masing peran dan pengaruh yang cukup besar dan berpengaruh sehingga apabila digabungkan dalam suatu kolaborasi dengan tujuan tertentu akan mendapat hasil yang lebih bagus dan maksimal.

²⁹ Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. 1995. The Triple Helix. University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development. *EASST Review*, 14(1), pp. 14-19, 1995.

³⁰ Yawson R. M., 2009, *The Ecological System of Innovation: A New Architectural Framework for a Functional Evidence-Based Platform for Science and Innovation Policy*, *The Future of Innovation Proceedings of the XXIV ISPIM 2009 Conference, Vienna, Austria, June 21-24*

b. Kolaborasi Model Pentahelix di Indonesia

Penta Helix di Indonesia sendiri mulai dikembangkan pada 2016 dengan sinegritas GBCAM (*governneces, bussines, comonity, akademy and media*) yang kemudian lima unsur ini akhirnya dijadikan salah satu model pengembangan. Untuk menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat keorganisasian agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan, maka diperlukan pendorong sistem keorganisasian melalui optimasi peran *bussiness, government, community, academic, and media (BGCAM)*.³¹

Oleh karena itu, pengembangan Lembaga Amil Zakat berkelanjutan di tingkat daerah membutuhkan kerjasama BGCAM untuk mencapai tujuan lembaga secara komprehensif, tersistematis dan kolaboratif. Pemahaman kolaborasi yang sebenarnya berbeda dengan beberapa konsep lain yang bermakna kerjasama, dikemukakan Peter Shergold (2008), dengan membedakan empat konsep yang mencerminkan suatu proses transformasi sampai pada pemahaman tentang kolaborasi, seperti digambarkan dalam tabel:

Tabel 4. Proses Transformasi Kolaborasi

Command	The process of unilateral control with one line of hierarchical authority
Coordination	The process of selective decision making based on participating interests
Cooperation	The process of sharing ideas and resources for mutual benefit
Collaboration	The process of shared decision-making between autonomous members

Shergold / Weiss & Shergold, 2008:20

Empat pemahaman konsep di atas yakni; Komando (Command), Koordinasi (Coordination), kooperasi (cooperation) dan kolaborasi (collaboration). Perbedaan keempat konsep tersebut terletak pada sifat tujuan kerjasama dan bentuk ketergantungannya. Komando sebagai proses kontrol yang erpusat dengan garis yang jelas dari otoritas hierarkis. Koordinasi sebagai proses pengambilan keputusan kolektif yang dipaksakan pada lembaga yang

³¹ Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomer 14 tahun 2016 Tentang Pedomen DestinasiPariwisata Berkelanjutan. Jakarta : Kementrian Pariwisata

berpartisipasi. Kooperasi sebagai proses berbagi ide dan sumber daya untuk saling menguntungkan. Pengelolaan urusan-urusan publik selanjutnya dikembangkan konsep *Collaborative Governance*. Inti dari terminologi Chris Ansel dan Alison Gash mengemukakan Collaborative governance sebagai pelibatan stakeholders non-government dalam penanganan kebijakan publik. Istilah stakeholder merujuk baik kepada partisipasi warga negara sebagai individu dengan partisipasi kelompok-kelompok terorganisir, para pemangku kepentingan. Kolaborasi menyiratkan komunikasi dua arah dan pengaruh antara lembaga dan para pemangku kepentingan, bertemu bersama dalam suatu proses deliberative dan multilateral serta terlibat langsung dalam pengambilan keputusan, kolaborasi juga menyiratkan bahwa stakeholder non-state akan memiliki tanggung jawab nyata untuk hasil-hasil kebijakan (Ansell & Gash, 2008). Berikut Gambaran Model Pentahelix:



Gambar 4.3

Kolaborasi Model *Penta Helix* BGCAM

Menurut Soemaryani Model pentahelix merupakan referensi dalam mengembangkan sinergi antara instansi terkait di dalam mendukung seoptimal

mungkin dalam rangka mencapai tujuan.³² Hal itu bahwa kolaborasi pentahelix mempunyai peran penting untuk bermain di dalam mendukung tujuan inovasi Penelitian ini mengadopsi pada Model Pentahelix yang telah diterapkan sebelumnya. Merujuk pada Model Pentahelix tersebut maka Penelitian ini memberikan Novelty yakni dimana penelitian ini mencoba menelaah dan menganalisis terkait Potensi LAZ AlWasliyah Beramal (Washal) dalam meningkatkan Fundraising di Sumatera Utara dengan menggunakan Model Pentahelix. Model pentahelix berkontribusi terhadap pengembangan potensi suatu LAZ dengan memaksimalkan sinergisitas 5 lima stakeholder sekaligus. berikut peran masing-masing unsur *pentahelix* :

1) Pemerintah

Pemerintah pada model *pentahelix* berperan sebagai regulator. Pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan objek. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan Kolaborasi tersebut.

2) Pembisnis

Bisnis pada model *pentahelix* berperan sebagai enabler. Bisnis merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan.³³ Bisnis berperan sebagai enabler yang menghadirkan infrastruktur, dengan mendukung perubahan pada sumber daya manusia bussines dalam kolaboratif governanc

³² Soemaryani Imas.2016. Pentahelix Model To Increase Tourist Visit To Bandung And Its Surrounding Areas Through Huan Resource Development. *Journal. Academy of Strategic Management*. Volume 15, Special Issues 3

³³ Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., &Hendriyanto, A. 2016. *Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas*.Jurnal Manajemen Indonesia, 16(2), hal136

eselain itu juga berperan sebagai promotor atau seumbangsi anggaran dalam memberikan nilai tambah atau pemasukan berupa pendanaan dalam pengembangan sektor tersebut.

3) Akademika

Akademisi pada model pentahelix berperan sebagai konseptor. Seperti melakukan standarisasi proses pada kegiatan yang dilakukan serta sertifikasi dan ketrampilan sumber daya manusia.³⁴ Akademisi dalam hal ini merupakan sumber pengetahuan dengan penggunaan konsep, teori-teori terbaru yang relevan dengan kegiatan atau sektor yang dikembangkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

4) Media

Media pada model pentahelix berperan sebagai expender, dalam hal ini media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat brand image. Dalam program pengembangan kerjasama tersebut. Media dapat dikatakan sebagai unsur yang cukup berpengaruh dalam pengembangan LAZ, hal itu karena pengaruh perkembangan jaman yang sangat modern sehingga teknologi dan media merajai sehingga apa yang diisukan di media menjadi topik yang cukup berpengaruh dan menimbulkan efek yang sangat bagus dalam Lembaga amil zakat.

5) Komunitas

Komunitas pada model pentahelix berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan bisnis yang berkembang³⁵. Komunitas juga bisa bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu proses pengembangan setor tersebut. Komunitas disini bisa termasuk komitas resmi ataupun masyarakat yang dimana mempunyai peran penting datang perkembangan kerjasama tersebut.

³⁴ ibid.

³⁵ ibid

B. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. TERMINOLOGI DAN KONSEP ZAKAT

Zakat adalah sebagian harta yang telah diwajibkan oleh Allah swt untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya sebagaimana yang telah dinyatakan dalam Al Qur'an. Zakat memiliki potensi yang luar biasa untuk mengatasi kemiskinan bangsa dan men sejahterakan umat. Potensi ini harus disadari oleh seluruh umat muslim agar dana yang dikumpulkan melalui zakat bisa mensejahterakan umat. Masih banyak umat Islam yang belum memahami pentingnya ber zakat untuk itu perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat terkait dengan hukum dan hikmah zakat, harta objek zakat sekaligus tata cara perhitungannya.³⁶

Wahab dan Rahman (2011) mengklasifikasikan zakat berdasarkan tiga perspektif. Pertama, zakat secara harfiah berarti mensucikan sesuatu dari kotoran atau debu. Hal ini bermakna, ketika seorang Muslim membayar zakat, dia membersihkan dirinya sendiri dari sesuatu yang seharusnya bukan miliknya. Kedua, dari perspektif teologi, zakat bisa diartikan sebagai pembersihan secara spiritual dan tumbuh dengan ridho Allah melalui pendistribusian harta. Terakhir, berdasarkan aspek legal dalam Islam, zakat didefinisikan sebagai sebuah transfer kepemilikan atas spesifik barang kepada spesifik golongan (asnaf). Zakat memiliki potensi yang kuat untuk menstimulasi pembangunan ekonomi dengan mentransfer harta berlebih (surplus wealth) dari mereka yang kaya, kepada mereka yang tidak memiliki harta yang cukup (deficit wealth) sehingga kesenjangan di masyarakat bisa diminimalisir.³⁷ Detail mengenai jenis harta yang harus dizakati, golongan yang berhak menerima zakat, dan muslim yang diwajibkan untuk berzakat, tercatat di dalam Quran dan Hadis. Zakat bahkan

³⁶ Siti Nurhasanah, Akuntabilitas Laporan keuangan lembaga amil zakat dalam memaksimalkan potensi zakat, jurnal Akuntabilitas: Jurnal ilmu akuntansi, vol 11 no 2, 2018, h. 327-348

³⁷ Armiadi Musa, Pendayaan Zakat Produktif: Konsep, peluang dan pola pengembangan, (Banda Aceh: Lembaga Naskah Aceh, 2020)

menjadi rukun Islam ketiga setelah Syahadat dan Solat, menunjukkan penekanan ajaran Islam terhadap kewajiban berzakat.³⁸

Wahbah al-Zuhayly mengatakan bahwa kewajiban untuk menunaikan zakat bagi umat Islam merupakan jalan yang paling utama untuk menyelesaikan kesenjangan sosial. Di samping itu, dengan berzakat maka orang tersebut bisa merealisasikan sifat gotong royong dan tanggung jawab sosial kepada masyarakat Islam³⁹

Kewajiban zakat dalam Islam mempunyai makna yang sangat fundamental. Selain berkaitan erat dengan aspek-aspek ketuhanan, juga sangat dekat kaitannya dengan aspek ekonomi dan sosial. Nuruddin menjelaskan, diantara aspek-aspek ketuhanan (transendental) adalah banyaknya ayat-ayat al-Qur'an yang menyebut masalah zakat, termasuk diantaranya 28 ayat yang menyandingkan kewajiban zakat dengan kewajiban shalat secara bersama. Sedangkan dari aspek keadilan, perintah zakat dapat dipahami sebagai satu kesatuan sistem yang tak terpisahkan dalam pencapaian kesejahteraan sosial ekonomi dan kemasyarakatan. Dalam hal ini, zakat diharapkan sebagai instrumen yang dapat meminimalisir kesenjangan pendapatan antara orang kaya dan orang miskin. Di samping itu, zakat juga diharapkan dapat meningkatkan atau menumbuhkan perekonomian baik di level individu maupun masyarakat⁴⁰.

2. PERSEPSI PENTA HELIX TENTANG LAZ

Dalam buku Bank dan Lembaga Keuangan Syariah yang ditulis oleh Bapak Andri Soemitra mendefenisikan Lembaga Amil Zakat adalah institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat dan

³⁸ Istikhomah, D., & Asrori. Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat dengan Akuntabilitas dan Transparansi sebagai Variabel Intervening. *Economic Education Analysis Journal*. 2019.

³⁹ Wahbat al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab* (Bandung: Rosdakarya, 2000), hal. 86.

⁴⁰ Nuruddin, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), hal. 2.

oleh masyarakat yang bergerak di bidang dakwah, pendidikan, sosial, dan kemashlahatan umat Islam.⁴¹ Lembaga Amil Zakat merupakan lembaga yang bertugas untuk mencari, mengumpulkan, mendistribusikan, mengelola, sampai mengatur semua hal tentang zakat dan sedekah disebut sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil Zakat (BAZ). LAZ merupakan kelompok yang mengelola zakat dengan status swasta, sementara BAZ merupakan lembaga pengelola zakat yang dibentuk berdasarkan usulan pemerintah. Kehadiran LAZ dan BAZ membuat masyarakat lebih mudah untuk menyalurkan zakatnya melalui pengelolaan profesional. Apalagi saat ini LAZ dan BAZ di Indonesia sudah menyediakan layanan zakat online yang memungkinkan masyarakat menuntaskan kewajiban zakatnya kapanpun dan di manapun. Prosesnya pun jauh lebih mudah dari zakat konvensional pada umumnya.

Menurut pandangan akademisi, dalam wawancara kepada narasumber yakni Ibu Dr. Hj. Yenny Samri Juliati Nasution, MA menuturkan LAZ dan BAZ punya satu tugas penting, yaitu mengajak masyarakat untuk menunaikan kewajiban zakat, memberdayakan peran pranata keagamaan, serta meningkatkan jangkauan zakat. Selain itu, LAZ dan BAZ juga memiliki sumber daya manusia yang profesional, sehingga mereka punya program, campaign, peraturan, dan evaluasi yang sangat jelas. Singkatnya, LAZ dan BAZ memastikan pengelolaan zakat yang dilakukan bisa berjalan dengan lancar, profesional, dan juga transparan.⁴²

Persepsi Pemerintah terkait Lembaga Amil Zakat Menurut UU No.23 tahun 2011 Lembaga Amil Zakat adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang bertugas untuk mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat. Dalam hal ini Setelah diterbitkannya UU No. 23 Tahun 2011 syarat pembentukan LAZ, yakni dengan memberikan keterangan bahwa di antara syarat tersebut adalah “terdaftar sebagai organisasi kemasyarakatan Islam yang mengelola bidang pendidikan, dakwah, dan sosial, atau lembaga berbadan hukum, harus mendapatkan izin dari pejabat yang berwenang, sedangkan untuk perkumpulan orang, perseorangan tokoh umat Islam (alim ulama), atau pengurus/takmir

⁴¹ AndriSoemitra. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah(Jakarta : Kencana Prenada.2009), 422

⁴² Wawancara bersama akademisi Dr. Hj. Yenny Samri Juliati Nasution, MA, pada 16 November 2021

masjid/musholla di suatu komunitas dan wilayah yang belum terjangkau oleh BAZ dan LAZ, cukup dengan memberitahukan kegiatan pengelolaan zakat dimaksud kepada pejabat yang berwenang”.

“Berdasarkan wawancara kepada Wakil Ketua III BAZNAS Prov Sumatera Utara yakni Bapak Ir. H.Syahrul jalal, M.BA menyatakan bahwa Laz merupakan organisasi kemasyarakatan seperti muhamamdiyah, nahdatu ulama, Alwasliyah yang telah memenuhi syarat pembentukan LAZ, diberikan izin dari kemenag atas rekomendasi Baznas untuk membuat program-program kerjanya secara rinci dan pengeluarannya juga harus dirincikan”⁴³

Persepsi Bisnis menuturkan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yaitu, lembaga pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat, yang pengukuhan dilakukan oleh pemerintah bila telah memenuhi persyaratan tertentu. Lembaga ini ditugaskan sebagai lembaga yang mengelola, mengumpulkan, penyaluran, dan memberdayakan para penerima zakat dari dana zakat

Berdasarkan hasil wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah beramal (Washal), beliau menuturkan “LAZ Washal menghimpun dana zakat, infak, sedekah dan sosial kemanusiaan Utk disalurkan kepada yang mustahak yang membutuhkan, selain menghimpun kita juga membuat program yang bentuknya syiar islam agar orang tahu laswashal ini keberadaannya terkhusus kita ingin memberitahu bahwasanya aljam’iyatul washliyyah sumut memiliki lembaga amil zakat resmi dan bentuk syiarnya beberapa kali sudah lakukan.”⁴⁴

Sejalan dengan itu, Persepsi Komunitas Ketua Al Jamiyatul Alwasliyah yakni Dedi Iskandar berpandangan landasan ideologis Al-Washliyah dapat dilihat dari tujuan dilahirkannya Al-Washliyah yaitu untuk menjadi tempat berkumpulnya orang orang yang memiliki tujuan mulia, terutama membuat hubungan yang baikantara manusia dengan Allah (hablunminallah) dan hubungan baik antara manusia dengan manusia (hablunminannas) sesuai dengan surat Ali Imran ayat 103 dan 104.⁴⁵ Surat tersebut menjadi asas untuk membentuk suatu ikatan dalam organisasi agar dalam perjuangan menegakkan ajaran Islam menjadi lebih kuat dan memiliki pengaruh yang besar. Selain surat tersebut ada beberapa

⁴³ Wawancara bersama wakil ketua III BAZNAS Provinsi Sumatra Utara Bidang perencanaan, keuangan dan pelaporan yakni Bapak Ir. H.Syahrul jalal, M.BA pada 17 Desember 2021

⁴⁴ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

⁴⁵ Al-Butary, Ruh Pengembangan Al-Jam’iyatul Washliyah. Kisaran: Bunafitas, h. 28-29).

surat yang sering menjadi perhatian dan menjadi landasan perjuangan Al Washliyah yaitu surat Ash-Shaff ayat 10 dan 11, An-Nahl ayat 125, Ar-Rad ayat 21, As-Syuraa ayat 38, Ali Imran ayat 159, An-Nisaa' ayat 59, Al-Qolam ayat 4, Al-Maun ayat 1-3, Muhammad ayat 7 dan Al Qooriah ayat 6-9. Kandungan daripada surat-surat ini mengingatkan akan pentingnya menjalin hubungan dengan Allah, berdagangan dengan Allah, berakhlak yang mulia, solidaritas sosial dan menolong agama Allah.⁴⁶ Pada hakikatnya surat-surat ini menyentuh persoalan tauhid, ibadah dan muamalah. Dengan berdirinya Lembaga Amil Zakat LAZ Alwasliyah Beramal menjadi pionir untuk kita menjalin hubungan dengan Allah, menciptakan solidaritas social dan menolong Agama Allah melalui zakat yang kita berikan kepada amil yang terpercaya dan amanah yakni Lembaga Amil Zakat Alwasliyah Beramal (Washal).

Persepsi Media berpandangan bahwa Lembaga amil zakat merupakan suatu sarana untuk meningkatkan jumlah pengumpulan zakat sehingga zakat dapat terkumpul secara optimal dan dapat pula disalurkan dengan lebih teratur, sistematis dan procedural. Dalam hal ini lembaga amil zakat bertemu dalam satu organisasi yang dikenal dengan Forum Organisasi Zakat (FOZ) adalah asosiasi lembaga pengumpulan zakat di Indonesia yang tersebar lebih dari 200 di nasional dari aceh sampai papua. Sedangkan sumatera utara ada 19 anggota penuh dan 5 anggota mitra atau tidak penuh di sumatera utara. FOZ tugas dan wewenang nya Memiliki 4 bidang yaitu bidang sinergi, bidang pengembangan kapasitas jaringan, bidang advokasi dan bidang inovasi. Fungsinya yaitu Menjalankan program kerja nasional di cabang dan nasional.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ketua FOZ sekaligus Kepala perwakilan IZI sumatera utara menuturkan bahwa "Sumatera utara punya potensi yang sangat luar biasa banyak dan peta kompetisi terus hidup dalam Lembaga

⁴⁶ Heri Kusmanto dan Warjio, Politik Pembangunan Organisasi Kemasyarakatan Islam Indonesia-Malaysia, JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintah dan Sosial Politik UMA, Vol 7 No 2, 2019, h. 183-195

Amil zakat. Bertambah setiap tahunnya dan membuka perwakilan cabang nasional di medan dan Sumatera utara karena potensinya cukup besar.”⁴⁷

3. PERAN DAN USAHA STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN LAZ

Peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya. Pengertian peran menurut Soerjono Soekant, yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.⁴⁸ Dari hal di atas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang telah ditetapkan sebelumnya disebut sebagai peranan normatif. Sebagai peran normative dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban Kementerian Agama dan Bazas dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total *enforcement*, yaitu penegakan hukum secara penuh.⁴⁹

Akademisi berperan aktif dalam tim penyusun naskah akademik perda Amil Zakat Provinsi maupun Nasional. Saat ini di Indonesia Jurusan sarjana yang khusus memfokuskan agar sarjana-sarjananya menjadi pengelola zakat dan wakaf yang profesional.

“Peran Akademisi di FEBI Sumatera Utara pembelajaran zakat itu bisa didapatkan para mahasiswa dari kajian ilmu fiqh meski di FEBI itu hanya dua sks tapi di fakultas syariah dan hukum mereka lebih detail lagi. Setahu saya alumni syariah dan hukum ilmu tentang zakat mereka lebih mumpuni daripada di febi karena di febi materi zakat hanya tergabung dalam mata kuliah fiqh muamalah dan tergantung jurusannya. memang kalau Indonesia dan negara kita mau membangun dan mengembangkan ekonomi syariah perhatian mata kuliah atau apapun namanya itu perlu ditambah sehingga keahlian para amil zakat itu meningkat walaupun di uin memiliki mata kuliah manajemen wakaf dan itu bekal menjadi amil zakat yang profesional.”⁵⁰

⁴⁷ Wawancara bersama Ketua FOZ sekaligus pimpinan IZI yakni Bapak Muhammad Iqbal pada 15 Desember 2021 pukul 16.00-18.30 WIB

⁴⁸ Soekanto, Soerjono, *Teori Peranan*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2002), h. 243

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ Wawancara dengan akademisi yaitu Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Syariah UIN Sumatera Utara yakni Ibu Yenny samri pada 16 November 2021 pukul 14.00-16.00

Sambungannya....Di Jawa mungkin yang lebih baik pengelolaannya serta lembaga LAZ yang ada di Jawa itu jauh lebih berkembang. contohnya yang dikelola oleh Gontor.⁵¹

Seperti percontohan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batu Sangkar pada tahun 2017 telah mendirikan jurusan khusus untuk zakat dan wakaf yakni Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf.



Gambar 4.4

Home Website Jurusan Manajemen zakat dan Wakaf FEBI IAIN Batu Sangkar
Sumber: www.mazawa.iainbatusangkar.ac.id

Gambar diatas merupakan tampilan awal website jurusan Manajemen zakat dan wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar. Dalam website ini, masyarakat dapat melihat sejauh mana progress atau perkembangan dari prodi jurusan manajemen zakat dan wakaf secara lebih detail. Website ini juga memudahkan calon mahasiswa untuk mendapatkan informasi terkait program studi kapan saja dan dimana saja.

⁵¹ Ibid

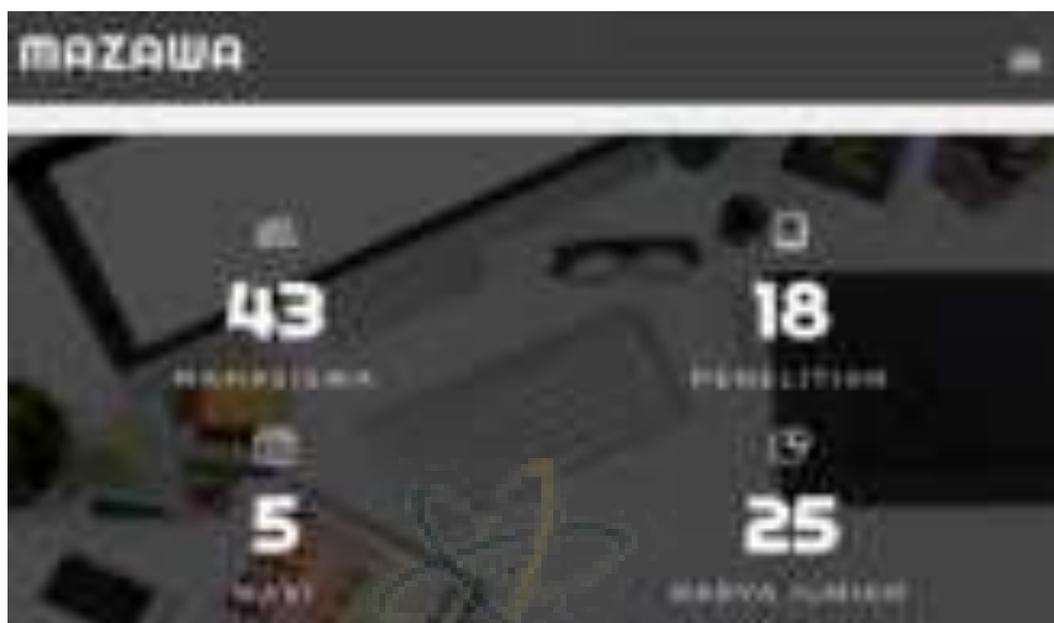


Gambar 4.5

Profil Lulusan Manajemen zakat dan Wakaf FEBI IAIN Batu Sangkar

Sumber: www.mazawa.iainbatusangkar.ac.id

Hal yang paling menarik adalah terkait dengan profil lulusan Mazama. Dalam hal ini sarjana-sarjana terdidik diharapkan mampu menjadi konsultan Manajemen zakat dan Wakaf yang ada di seluruh wilayah di Indonesia. Ini merupakan pangsa pasar yang besar untuk menumbuhkan semangat dan literasi umat islam dalam membayar zakat dan melakukan wakaf. Dengan adanya sarjana yang terdidik kepercayaan masyarakat dan kepedulian masyarakat akan semakin meningkat. Tak hanya itu, Akademisi dalam perannya memberikan pemahaman dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berzakat menjadi dasar atau pondasi bagi amil untuk meningkatkan pertumbuhan zakat di Indonesia.



Gambar 4.6

Manajemen Zakat dan Wakaf FEBI IAIN Batu Sangkar

Sumber: www.mazawa.iainbatusangkar.ac.id

Berdasarkan gambar diatas kita dapat melihat bahwa Mahasiswa calon sarjanawan tidaklah banyak, hal ini perlu mendapatkan pendampingan dan kajian ilmu yang mendalam. Jurusan Managemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Batusangkar terus mengedepankan kualitas dengan fokus untuk meningkatkan mutu layanan akademik jurusan dengan melaksanakan kunjungan kepada beberapa stakeholder Adapun beberapa bentuk progam kerjasama dengan beberapa steakholder yang sudah dijalankan ini diharapkan terwujudnya penguatan edukasi dan literasi tentang zakat dan wakaf yang dimana jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf menjadi pionir dalam kajian zakat dan wakaf, serta kerjasama dalam bentuk penelitian dan pengabdian masyarakat, selanjutnya jurusan juga dapat dilibatkan dalam program wakaf goes to campus dan menjadi partner Kementerian Agama dalam mengembangkan wakaf produktif.

Disamping itu, peran akademisi dalam hal penelitian dan pengabdian masyarakat juga tertuang sangat banyak dalam karya tulis ilmiah yang elah terpublikasi secara online sehingga sangat membantu masyarakat dalam mencari solusi dari berbagai masalah zakat yang tengah dihadapi oleh masyarakat. Sebagaimana gambar berikut.



Gambar 4.7
Pencarian Kata Zakat Pada Google Scholar

Zakat menjadi topik yang sangat menarik untuk diteliti. Berdasarkan pencarian peneliti dalam google scholar ketika mengetik kata kunci “Zakat” pada google scholar akan muncul sekitar 454.000 hasil. Yang menjadi tugas kita ialah apakah zakat ini hanya menarik untuk diteliti namun bagaimana pengaplikasian dan respon masyarakat itu sendiri.

Disisi lain, Peran Usaha Pemerinah diantaranya dalam hal ini kementerian Agama sebagai payung hukum dengan disahkannya Undang-Undang Nomer 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat yang menggantikan Undang-Undang Nomer 38 Tahun 1999, diharapkan dapat memberikan kepastian dan tanggung jawab baru kepada pemerintah dalam mengelola badan amil zakat (BAZNAS pusat, BAZNAZ propinsi, BAZNAS kabupaten/kota) dan mampu mengkoordinasikan kepentingan stakeholders. Menurut Undang-Undang Zakat,

pengelolaan zakat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam; 1. pengelolaan zakat; dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan ; 2. kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Sistem pengelolaan zakat dapat terdiri dari prosedur penerimaan zakat, prosedur pengeluaran zakat, dan prosedur pelaporan zakat untuk publik. Prosedur penerimaan zakat meliputi proses yang mengatur bagian penerimaan menerima zakat dan mencatatnya dalam buku sumber penerimaan zakat. Sebaliknya, prosedur pengeluaran zakat menggambarkan alur bagian pengeluaran ketika mengeluarkan dana zakat dan mencatatnya dalam buku pengeluaran zakat. Output dari sistem pengelolaan zakat adalah Laporan keuangan zakat yang disusun berdasarkan PSAK 109 Ikatan Akuntan Indonesia (IAI, 2011). Laporan keuangan yang dimaksud meliputi: (a) Neraca (Laporan posisi keuangan); (b) Laporan Perubahan Dana; (c) Laporan Perubahan Aset Kelolaan; (d) Laporan Arus Kas; dan (e) Catatan atas laporan keuangan.

Sesuai dengan UU No. 23/2011, BAZNAS menjadi koordinator dalam mengelola zakat tingkat nasional, termasuk mengkoordinir pengumpulan laporan secara berkala oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ). Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 333/2015 berisi tentang Pedoman Pemberian izin Lembaga Amil Zakat (LAZ), sehingga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memiliki wewenang dalam merekomendasikan Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk memiliki izin resmi maupun tidak memiliki izin resmi. Berdasarkan KMA No.333/2015 tersebut, Lembaga Amil Zakat (LAZ) dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu LAZ Nasional (LAZNAS), LAZ Provinsi, dan LAZ Kabupaten/Kota

Menurut bapak Ir. H.Syahrul jalal, M.BA, BAZNAS selalu mengupayakan peran BAZNAS dan LAZ untuk terus berkontribusi dalam mengentaskan kemiskinan dan membantu masyarakat ekonomi rendah. Baznas mengarahkan Lembaga Amil zakat untuk mengedepankan zakat yang sifatnya produktif. Hal ini dilakukan untuk merubah mustahik menjadi Muzakki. Sehingga dari dana zakat yang diberikan, mustahik mampu untuk menyelamatkan ekonomi keluarganya sendiri dan bangkit dari keterpurukan ekonomi.⁵²

⁵²Wawancara bersama wakil ketua III BAZNAS Provinsi Sumatra Utara Bidang perencanaan, keuangan dan pelaporan yakni Bapak Ir. H.Syahrul jalal, M.BA pada 17 Desember 2021

Zakat dapat membantu pemerintah mengentaskan kemiskinan. Hal ini sejalan dengan tujuan pengelolaan zakat dan sinergi dalam mewujudkan Masterplane Arsitektur Syariah Indonesia yaitu mendukung keuangan syariah memiliki peran untuk mewujudkan agenda SDGs, kami percaya upaya yang telah dilakukan akan menjadi warisan untuk menjaga stabilitas pasar keuangan dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan agar tercipta kesejahteraan dalam ekonomi. Dalam rangka pemanfaatan instrumen keuangan syariah, maka bagaimana peran strategis zakat agar mampu berperan besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat kurang mampu, harus lebih didorong dan diupayakan. Untuk menggali potensi tersebut, paling tidak diperlukan empat langkah yang harus dilakukan secara simultan. Seperti Sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat terkait dengan hukum dan hikmah zakat, harta objek zakat sekaligus tata cara perhitungannya, dan kaitan zakat dengan pajak.

Dalam kaitan dengan hikmah dan fungsi zakat misalnya, bahwa kesediaan berzakat akan membangun etos dan etika kerja (QS. Al-Mu'minun:1-4), mengembangkan dan memberkahkan harta (QS. Al-Baqarah : 276 dan QS. Ar-Rum: 39), menjernihkan pikiran dan jiwa (QS. At-Taubah: 103), membantu dan menolong kaum dhuafa dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya (QS. At-Taubah: 60), sekaligus memperkuat kegiatan ekonomi masyarakat karena harta tidak hanya terakumulasi di tangan sekelompok orang kaya saja (QS. Al-Hasyr: 7), dan masih banyak fungsi serta hikmah lainnya. Penguatan amil zakat sehingga menjadi amil yang amanah, terpercaya, dan profesional. Untuk mencapai hal ini, diperlukan SDM-SDM zakat yang memiliki akhlakul karimah, pengetahuan tentang fiqih zakat, dan manajemennya secara baik. Amil zakat pun diharapkan memiliki data base mustahik dan muzaki yang akurat dan up to date sehingga pengumpulan dan penyaluran zakat dapat dipetakan dengan baik.

Penyaluran zakat yang tepat sasaran sesuai dengan ketentuan syariah dan memperhatikan aspek-aspek manajemen yang transparan dan akuntabel. Misalnya, zakat di samping diberikan secara konsumtif untuk memenuhi kebutuhan primer secara langsung (QS Al-Baqarah : 273), juga diberikan untuk meningkatkan kegiatan usaha dan kerja mustahik/zakat produktif (al-hadis).

Sinergi dan koordinasi atau taawun baik antarsesama amil zakat (tingkat daerah, nasional, regional, dan internasional) maupun dengan komponen umat yang lain seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), lembaga-lembaga pemerintah, organisasi-organisasi Islam, lembaga pendidikan Islam, perguruan tinggi, media massa, dan lain -lain. Diharapkan aktualisasi potensi zakat merupakan sebuah gerakan bersama yang masif yang lintas etnis, organisasi, dan teritorial (perhatikan QS Al-Maidah: 2 dan QS At-Taubah: 71).⁵³

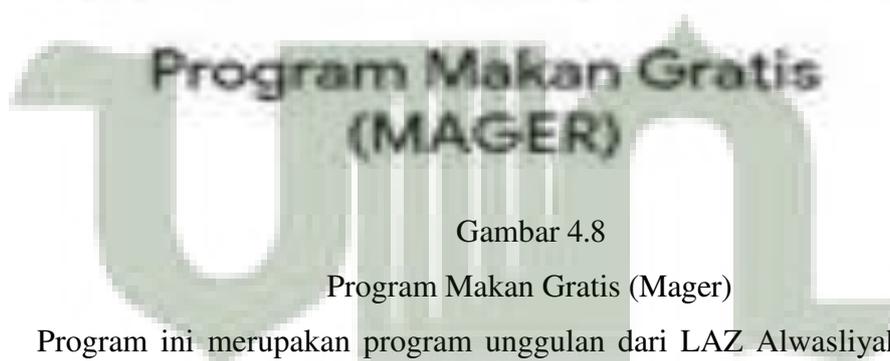
Peran bisnis dalam pengembangan LAZ adalah dengan mengajak dan mensosialisasikan kesadaran berzakat bagi umat islam dalam hal ini. LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) membangun kepercayaan kepada muzakki untuk terus menerus membayar zakat dan meningkatkan kepercayaan muzakki dalam membayar zakat.

Berdasarkan wawancara kepada direktur Alwasliyah Beramal (Washal) menyatakan langkah konkrit telah kita laksanakan salah satunya adalah mengadakan makan gratis disetiap jumat pagi rutin tidak terputus didepan kantor pimpinan wilayah al jam'iyatul wasliyah tepatnya di jalan sisingamangaraja depan makam pahlawan kota medan. Kita rutin melakukan itu guna syiar dan kita selalu berkordinasi dengan ketua PW ayahanda Dedi Iskandar Batubara ini untuk momentum yang baik ketika kita melakukan ini orang bisa akrab dengan alwashliyah dan tau ada lembaga amil zakat. Satu langkah konkrit kita lakukan beberapa bulan terakhir untuk membenahi jalannya lembaga amil zakat selama satu tahun ini kemudian juga tak luput kita guna membuat program makan gratis tidak hanya untungnya untuk lembaga amil zakat saja diketahui tapi kita juga mensyiarkan bahwa ada organisasi islam bernama Al Washliyah dikota medan ini dan itu aktif. Jika kita lihat dahulu ada berdampingan Al Washliyah, muhammadiyah sehingga kita juga bisa membangun itu kepada masyarakat, kami juga ingin mensyiarkan bahwa ada bank washliyah didalamnya. Selain dapat makan gratis orang juga bisa dapat bank wahliyah, dan juga ada AW Coffe, jadi sambil makan gratis juga bisa dapat AW Coffe itulah bentuk upaya kita langkah konkritnya. Selanjutnya jika ditanya lagi ada program yang baru saja kita lakukan alhamdulillah ayahanda Basyarul Ulya Nst juga hadir ditengah kita bekerjasama dengan FEBI UINSU untuk pengabdian masyarakat kajian muslim produktif itu langkahnya. Kemudian kita buat program seribu yatim guna untuk mensyiarkan bahwasanya washliyah hadir untuk anak anak yatim kita sudah buat langkah awal itu 91 paket anak yatim di ulang tahun ke 91 al washliyah jadi semacam itu langkah kita memang tidak zakat sehingga jika kita debat secara mendalam, mengapa tidak fokus kepada zakat maka saya pikir cara mengundang orang

⁵³ Hafidhuddin, D. 2011. Peran strategis organisasi zakat dalam menguatkan zakat di dunia, AL-INFAQ, 2(1).

membayar zakat dimenangkan dulu dalam bentuk infak dan sedekah. Jadi itulah langkah yang kita lakukan⁵⁴

Adapun program unggulan dari LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) dalam meningkatkan trust dan meningkatkan kepedulian umat ialah dengan memberikan program makan gratis yang diadakan setiap hari jumat.



Gambar 4.8

Program Makan Gratis (Mager)

Program ini merupakan program unggulan dari LAZ Alwasliyah Beramal dalam rangka meningkatkan trust masyarakat dan menciptakan brand yang baik dimasyarakat. Adanya program ini diharapkan mampu membuat masyarakat untuk berpartisipasi dan peduli antar sesama umat.

Peran komunitas sebagai bagian dari Social Capital mengarah pada *Social Capital* sebagai segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kerja sama dalam masyarakat atau bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti *trust* (rasa saling mempercayai), ketimbal-balikan, aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat atau bangsa dan sejenisnya

⁵⁴ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

Adapun beberapa fungsi dan peran *Social Capital* LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) adalah sebagai berikut;

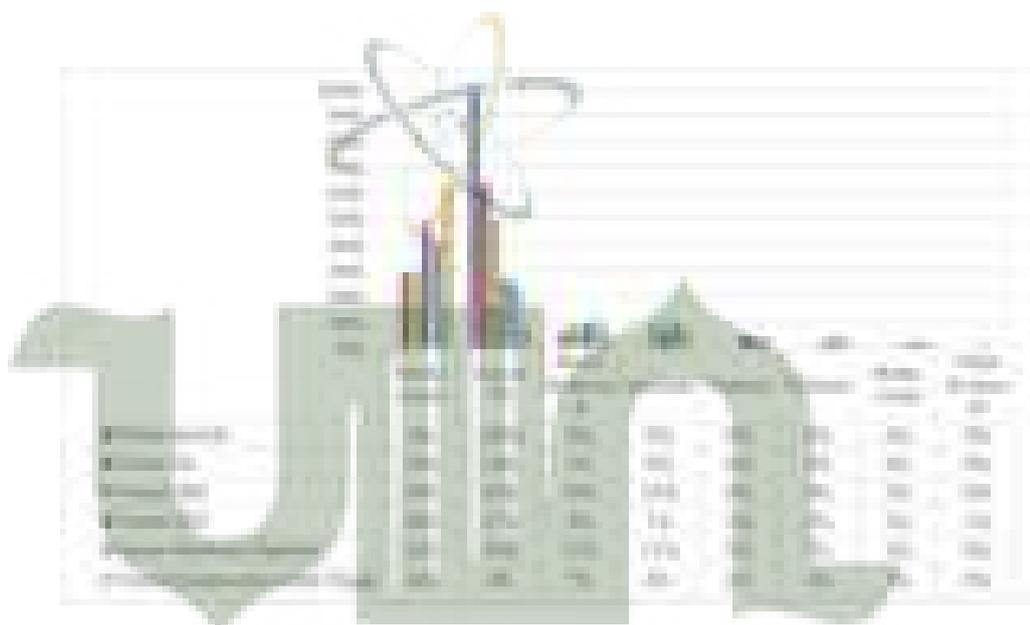
1. Membentuk solidaritas sosial masyarakat dengan pilar kesukarelaan menumbuhkan muzakki.
2. Membangun partisipasi masyarakat dengan meningkatkan kesadaran berzakat serta membentuk citra yang baik dimasyarakat dengan rangkaian program yang bersimultan seperti gerakan Makan Gratis di setiap Jumat .
3. Penyeimbang hubungan sosial dalam masyarakat dalam hal ini dengan membantu menyelamatkan ekonomi masyarakat penerima zakat dan memberikan zakat produktif sebagai solusi dalam membangun ekonomi keluarga mustahik.
4. Agar masyarakat mempunyai *bargaining position* (posisi tawar) dengan pemerintah dalam hal ini adanya regulasi zakat yang jelas menjadi bagian penting acuan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan zakat.
5. Membangkitkan keswadayaan dan keswasembadaan ekonomi melalui zakat produktif.
6. Sebagai bagian dari mekanisme manajemen konflik dalam hal ini LAZ mampu memberikan solusi dalam konflik keuangan keluarga mustahik.
7. Menyelesaikan konflik sosial yang terjadi dalam masyarakat yakni dengan penyetaraan antara si kaya dan si miskin.
8. Memulihkan masyarakat akibat konflik, yaitu guna menciptakan dan memfasilitasi proses rekonsiliasi dalam masyarakat pasca konflik terutama konflik keuangan dan ekonomi.

Social Capital yang berasal dari hubungan antar individu dan kelompok bisa menghasilkan *trust*, norma pertukaran, serta *civic engagement* sehingga dapat berfungsi menjadi perekat sosial yang mampu mencegah konflik ekonomi dan keuangan yang tenagh dihadapi oleh masyarakat.

Peran komunitas dalam pengembangan LAZ sebagaimana yang dalam wawancara dengan komunitas bahwa “Fokus kita adalah membangkitkan ekonomi bagaimana caranya nanti zakat itu kita salurkan kepada fakir, miskin yang tidak mampu lagi untuk bekerja selain itu kita juga memberikan bantuan kepada saudara saudara kita yang miskin mungkin dengan modal usaha seperti alat laundry, mesin cuci, mesin perekat plastik dan jualan sembako dan lainnya

dengan catatan kita menghimpun dana dari para muzakki-muzakki kekuatannya seperti itu”⁵⁵

Peran media dalam pengembangan LAZ sangat dibutuhkan guna membangun kepercayaan dan loyalitas muzakki untuk senantiasa membayar zakat kepada suatu lembaga amil zakat. Media baik media massa, media elektronik menjadi bagian yang sangat membantu peningkatan muzakki dalam rangka meningkatkan fundraising. Berikut gambaran penggunaan media kampanye yang disukai masyarakat dengan tingkat pendidikannya



Grafik 4.1

Media Kampanye Yang Paling Disukai Berdasarkan Pendidikan

Sumber: Baznas 2020

Berdasarkan gambar diatas media kampanye yang disukai berdasarkan pendidikan responden memiliki hasil yang cukup beragam. Untuk responden yang berada pada cluster tamat sarjana atau lebih tinggi media sosial (64%) dan siaran TV (8%) menjadi media kampanye yang paling disukai. Senada dengan cluster tamat sarjana atau lebih tinggi, cluster tamat akademi dan tamat SMA memilih media sosial sebagai media yang paling disukai dengan persentase 42% dan 48%.

⁵⁵ Wawancara bersama Pimpinan Al Jamiyatul Wasliyah yakni Dr. H. Dedi Iskandar pada 20 Desember 2021 pukul 13.00-15.00

Sedangkan bagi cluster tamat SMP, tamat SD, dan tidak sekolah, media kampanye yang paling disukai adalah siaran TV dengan persentase masing-masing 50%, 64%, dan 100%.

Tabel 4.2
Korelasi Pendidikan dengan Pilihan Media Kampanye

Pendidikan	Pilihan Media Kampanye
Tamat SD	Website
Tamat SD	Media Cetak
Tamat SD	Spanduk
Tamat SD	Festival
Tamat SD	Media Elektronik
Tamat SD	Siaran TV
Tamat SMP	Website
Tamat SMP	Media Cetak
Tamat SMP	Spanduk
Tamat SMP	Festival
Tamat SMP	Media Elektronik
Tamat SMP	Siaran TV
Tidak Sekolah	Website
Tidak Sekolah	Media Cetak
Tidak Sekolah	Spanduk
Tidak Sekolah	Festival
Tidak Sekolah	Media Elektronik
Tidak Sekolah	Siaran TV

Sumber: Baznas 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa media sosial memiliki korelasi terbanyak yakni 0,205 dibandingkan dengan website, media cetak, spanduk, festival, media elektronik dan siaran TV. Oleh karena itu, secara umum media sosial dapat menjadi media kampanye dalam strateginya menysasar masyarakat berdasarkan tingkat pendidikan. Hal ini dapat dijadikan sumber acuan dan rejeikan bagi LAZ Alwasliyah Beramal dalam melakukan mempromosikan lembaga dan produk Zakat, Infaq dan Shadaqah.

Sebagaimana wawancara dengan Bapak Muhammad Arifin Lubis menyatakan bahwa media menjadi bagian yang penting dalam rangka meningkatkan fundraising. Melalui media masyarakat dapat tertarik untuk berzakat, infaq dan shadakah. Media ini sangat membantu penyebaran informasi baik penghimpunan maupun penyaluran zakat agar lebih tranparansi. Media yang paling ampuh adalah media sosial diantaranya instagram, Whatsapp, Facebook.⁵⁶

Sementara itu, berikut beberapa media yang telah dimiliki LAZ Washal dalam meningkatkan fundraising yakni:

⁵⁶ Wawancara bersama Bapak Muhammad Arifin Lubis selaku ketua Lazismu Kota Medan pada 1 Desember 2021



Gambar 4.9
Website resmi LAZ Washal



Gambar 4.10
Akun Instagram Resmi LAZ Washal

4. FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT PENYELENGGARAAN LAZ ALWASLIYAH BERAMAL (WASHAL) DI SUMATERA UTARA

a. Faktor pendukung LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) adalah:

1) Lokasi Strategis

Secara letak geografis lokasi LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) beralamat di Jl. Sisingamangaraja No. 144 Medan memiliki lokasi yang strategis karena berada di kawasan yang ramai, dipinggir jalan serta berada di lingkungan Al Jamiyatul Wasliyah

2) Mempunyai jejaring yang jelas.

Al Jamiyatul Wasliyah Prov.Sumatera Utara hingga tahun 2021 memiliki asset yang cukup besar yang terdiri dari TK, SD, SMP, SMA, SMK, MI, MTS dan MA, perguruan tinggi, Panti asuhan, BPRS, dan Pesantren.⁵⁷

Tabel 4.3

Asset Al Jamiyatul Washliyah Provinsi Sumatera Utara

NO	ASSET	JUMLAH
1	TK (Taman Kanak-Kanak)	210
2	SD (Sekolah Dasar)	75
3	MI (Madrasah Ibtida'iyah)	73
4	SMP (Sekolah Menengah Pertama)	34
5	MTS (Madrasah Tsanawiyah)	128
6	SMA (Sekolah Menengah Atas)	7
7	SMK (Sekolah Menengah Kejuruan)	24
8	MA (Madrasah Aliyah)	65
9	Pesantren Al washliyah Tanjung Balai	1
10	Perguruan Tinggi	5

⁵⁷ Pengurus Wilayah Alwashliyah Prov.Sumatera Utara, 2021

11	BPRS AL Washliyah	1
12	Panti Asuhan	7

Sumber: Pengurus Wilayah Alwasliyah Prov.Sumatera Utara

Tabel diatas menunjukkan bahwa Al Jamiyatul Alwasliyah memiliki asset yang besar. Apabila asset-aset ini diberdayakan dengan semaksimal mungkin maka ini akan menjadi kekuatan vital yang mampu menggerakkan peningkatan fundraising LAZ Alwasliyah Beramal (Washal).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal), beliau menuturkan bahwa “kekuatan kita adalah potensi bahwa warga washliyah itu kaya-kaya warganya dan beberapa asetnya juga banyak dan kami menyoroti tanah tanah wakaf seperti alm hasyim batubara kemudian juga anak-anaknya ifan iskandar dan bendahara umum hidayat batubara yang merupakan bendahara umum pengurus wilayah dan ada jalaludin pane fundition (DPF), dan kita ingin infokan bahwa jalaluddin pane ini menurut informasi beliau adalah warga washliyah dan bisa nanti bisa bersinergi dengan jalaluddin pane foundation dan kita bisa melihat arahnya fokusnya kepada yatim sangat baik sekali kemudian yang lainnya fokus kepada yang lain ada yang keguru ngaji dan yang lain.⁵⁸

3) Mempunyai payung hukum yang jelas

Pada tahun 2020 Pengurus Wilayah Al-Jam'iyatul Washliyah Propinsi Sumatera Utara di pimpin oleh DR Dedi Iskandar Batubara meresmikan Lembaga Amil Zakat Al Washliyah Beramal (Washal) Provinsi Sumatera Utara setelah mendapatkan izin resmi dari Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara Nomor 517 Tahun 2020 ialah tentang pendirian LAZ Alwasliyah.

Sebelumnya LAZ Alwasliyah ini telah ada didalam anggaran dasar dan anggaran rumah tangga Al-Washliyah juga dijelaskan beberapa hal yang terkait dengan lembaga zakat. Dalam kaitannya dengan lembaga zakat telah tertuang pada AD/ART Al Washliyah Pasal 42 Tahun 2015 (angka 2 huruf d) disebutkan: *Pasal 42 (2) Badan Otonom Al Washliyah terdiri atas: Badan Amil Zakat dan Infak Al Washliyah.* Selanjutnya Anggaran Dasar Al-

⁵⁸ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

Washliyah Tahun 2010 (Pasal 6) tentang usaha. Untuk mencapai tujuan organisasi, Al Washliyah melakukan usaha: meningkatkan kesejahteraan umat melalui pembinaan dan pengembangan ekonomi. Anggaran Rumah Tangga Al-Washliyah Tahun 2010 Pasal 7 Ayat 8 (huruf a & h) pembinaan ekonomi berfungsi untuk: a. Mengadakan usaha usaha perbaikan, pengembangan dan peningkatan taraf hidup sosial ekonomi warga Al Washliyah dan masyarakat Islam dengan jalan halal. h. Menghimpun, mengelola dan mendayagunakan infak sedekah, hibah dan wakaf.

4) Mempunyai segmentasi yang jelas

Al Jamiyatul Wasliyah hingga tahun 2019 memiliki lembaga pendidikan umum Alwasliyah sebanyak 66 unit yang terdiri dari TK, SD, SMP, SMA, sekolah kejuruan seperti Sekolah Pendidikan Guru (SPG), Sekolah Menengah Ekonomi Atas (SMEA) dan Sekolah Menengah Tinggi (STM) dan 2 perguruan tinggi yakni Universitas Al Wasliyah (UNIVA) dan Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Wasliyah.⁵⁹ Dalam hal ini jika potensi ini diberdayakan seperti tenaga pengajarnya diberikan bekal keilmuan terkait pentingnya berwakaf maka secara tidak langsung ilmu itu nantinya akan diturunkan kepada anak didik sehingga siswa maupun mahasiswa bahkan guru-guru tersebut dapat menjadi relawan zakat yang membantu amil dalam fundraising.

5) Berada di Bawah Naungan brand Organisasi yang terkenal

LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) berada dibawah naungan Al-Jam`iyatul Washliyah atau yang sering disebut dengan Al Washliyah yang dikenal sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Sumatera Utara.⁶⁰ Telah berdiri sejak 30 November 1930 dan bertepatan 9 Rajab 1349H di Kota Medan, Sumatera Utara.

⁵⁹ Hafnita Sari Lubis dan Imro Atur Rusyda, *Perkembangan Pendidikan Al-Jamiyatul Wasliyah Pada Masa Reformasi di Kota Medan*, Jurnal Universitas Negeri Medan, 2021

⁶⁰ Fauzi Arif Lubis, *Preferensi Masyarakat Al Wasliyah Terhadap Asuransi Syariah di Sumatera Utara*, (Disertasi: UIN Sumatera Utara, 2020), h. 12

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Kepala Perwakilan IZI yakni Bapak Iqbal Farizi yakni “ alwashliyah punya peluang sebagai basis organisasi masyarakat islam terbesar di sumatera utara yang mempunyai potensi dan pengelolaan zakat berbasis komunitas dan sangat disayangkan kalau potensi itu tidak di manfaatkan dan di maksimalkan. Sangat baik jika alwashliyah sudah punya pengelolaan Lembaga amil zakat yang berbasis komunitas.”⁶¹

6) Fasilitas yang memadai

LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) memiliki fasilitas yang memadai karena dilengkapi oleh ruangan khusus tersendiri sehingga operasional LAZ berjalan dengan baik.

Mantan Direktur LAZ Washal menuturkan “kita mempunyai ruangan yang lapang utk bekerja dan kita berharap mempunyai ruangan kantor kas di luar pinggir jalan dan memiliki kantor kas yang bisa dimanfaatkan dan ini termasuk dalam kelemahan belum mempunyai ruangan kas. Seperti lazismu yang mempunyai kantor di pinggir jalan seperti bank dan langsung bisa menerima zakat. Fasilitas lain seperti Printer kita punya dan kita memerlukan banyak sdm yang memajukan lembaga lashwashal ini”.⁶²

b. Faktor penghambat LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) dalam mendapatkan muzakki adalah:

1) Masih banyak pengurus Al-waliyah (yang belum memiliki kesadaran untuk ikut mengembangkan LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Dalam hal ini, Mantan Direktur LAZ ALwasliyah Beramal menuturkan bahwa pengurus LAZ Alwasliyah beramal (Washal) masih belum menyadari peran dan tugas dari masing-masing pengurus Al Wasliyah Beramal (Washal)⁶³

Namun demikian setelah bergantinya masa direktur Laz Alwasliyah Beramal yang pertama maka pada kepemimpinan Direktur LAZ Washal yang baru dilakukan perombakan sehingga setelah adanya perombakan ini atau restrukturisasi maka LAZ Alwasiyah beramal (Washal) mulai bergerak dan terlihat kinerjanya. Hal ini dibuktikan dengan sudah adanya social

⁶¹ Wawancara bersama Kepala Perwakilan IZI yakni Bapak Iqbal Farizi pada 15 Desember 2021 pukul 16.00-18.30 WIB

⁶² Wawancara bersama Mantan Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni yakni Alfin Nashri Karim pada 16 Juni 2021 pukul 13.00-17.00

⁶³ Wawancara kepada Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Ryan parinduri dilaksanakan pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

media LAZ Washal yang lebih update dan terkini. Baik instagram, facebook maupun website resmi LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

2) Minimnya kerjasama dengan pihak eksternal

Kerjasama dengan berbagai perusahaan maupun media dan berbagai kalangan merupakan salah satu cara dalam meningkatkan fundraising IAZ Washal namun demikian saat ini LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) belum masih perlu bekerja ekstra dalam mencari kerjasama dengan pihak-pihak lain. Sejauh ini upaya kerjasama yang dilakukan kepada pihak eksternal belum ada. Karena lembaga ini merupakan lembaga yang baru berdiri dan masih berusia muda yakni 1 tahun. Maka laz Alwasliyah beramal (washal) ini terus menjalin silaturahmi dan studi banding antar lembaga IAZ yang ada di kota medan seperti Lazismu, nurul hayat maupun Aksi Cepat Tanggap (ACT). Dalam hal ini lembaga LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) menganggap pentingnya *Capacity Building*. *Capacity Building* adalah upaya sebuah organisasi untuk meningkatkan kapasitas baik institusi, sistem, maupun individual dalam memperbaiki kinerja organisasi secara keseluruhan.⁶⁴

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Direktur Alwasliyah Beramal (Washal) yakni beberapa kerjasama yang dilakukan pernah kita lakukan dengan lembaga amil zakat yang ada di sumut ini. Seperti beberapa kali kita studi banding ke lazismu medan, kemudian kita juga sudah diskusi atau tukar pikiran dengan ketua nurul hayat dan mantan nurul hayat juga yang sekarang membuat baitul mal muhammad bin abdullah, saudara fadli itu juga bentuk kerjasamanya juga beliau memberikan pelatihan amil kepada kita, pak muhammad arifin lubis juga memberikan pelatihan amil kepada kita. Kemudian juga act juga sudah audiensi ke kita dan melakukan mou ada beberapa hal yang dicatat disitu, ketemu dan kemudian tentunya instansi instansi terdekat sebelum kita jauh kesana ada univa, umn dan sekolah washliyah kita sedang proses bahkan beberapa tahun pertama ini alhamdulillah sudah menerima zakat dan sangat senang sekali ketika ini bisa dekat dengan instansi lain.⁶⁵

⁶⁴Mutiarin, Dyah dan Arif Zainudin. *Manajemen Birokrasi dan Kebijakan*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2014), h.182

⁶⁵ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

3) Minimnya kapasitas sumber daya manusia LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) di lapangan baik secara kualitas maupun kuantitas.

Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) menuturkan “melihat kita ini baru maka kita butuh kerja keras jadi itulah yang menjadi kelemahan karena baru tidak sebanding dengan lembaga-lembaga zakat yang ada di sumut. Kami belum menemukan kelemahan konkrit yang lain karena lembaga ini baru harus kerja keras dan SDM nya harus meningkat, nah satu hal harus dihimbau disampaikan kepada kader-kader washliyah di ikatan pelajar seperti Univa Hikmah Mahasiswa al-washliyah untuk ikut serta turun tangan menjadi amil karena tenaga muda yang lebih kuat dan bisa join kepada lembaga amil untuk kedepannya”⁶⁶

Harapan adanya relawan zakat dari kalangan mahasiswa yang berada dibawah kepengurusan Aljamiyatul Alwasliyah menjadi amunisi yang sangat berperan dalam meningkatkan fundraising secara komprehensif dan aktif. Mahasiswa biasanya sangat aktif dalam kegiatan kemasyarakatan apalagi yang basisnya turun langsung kelapangan. Dalam hal ini seyogyanya pengurus dari LAZ Alwasliyah beramal (Washal) perlu mengambil simpai mahasiswa dengan memotivasi mahasiswa mendirikan organisasi yang ntabenanya berfokus pada zakat, infaq dan shedekah setelah itu, LAZ Washal menjalin kerjasama dengan organisasi tersebut dan memfasilitasi kebutuhan dari organisasi tersebut agar terjalin hubungan organisasi yang bersimbiosis mutualisme. Sejauh ini peneliti mengkaji bahwa rendahnya motivasi dari pengurus LAZ itu sendiri dapat disebabkan oleh rendahnya insentif maupun ujah yang ada. Padadasarnya lembaga ini merupakan lembaga social dan notabenenya telah memiliki aturan yang khusus namun dalam hal pemberian insentif perlu mendapatkan perhatian yang khusus pula agar amil semnagat dalam bekerja.

Sejauh ini implementasi dilapangan, direktur LAZ Alwasliyah Beramal (washal) menuturkan bahwa kita tidak terpaku kepada isentif, kita sebenarnya terpaku kepada himpunan amilnya dan persentasi yang telah saya sampaikan tadi yang 15 persen utk sedekah, 10 persen untuk zakat dan ada beberapa operasional, dan operasional ini dioper kepada isentif teman teman yang mungkin satu bulan itu yang tidak bisa mendapatkan satu rupiah

⁶⁶ Ibid

pun sehingga ini yang mendasari pengurus banyak yang sebentar ada sebentar pergi.⁶⁷

5. SINERGITAS ANTAR STAKEHOLDER PENTA HELIX

Sinergitas Akademisi menjadi bagian yang penting dalam memajukan LAZ Alwasliyah Beramal (Washal). Dalam hal ini sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) berada dibawah naungan organisasi yang besar yakni Aljamiyatul Alwasliyah yang memiliki beberapa perguruan tinggi. SDM yang ada di perguruan tinggi dapat menjadi SDM yang unggul jika diberikan pelatihan dan literasi terkait zakat ini. SDM tenaga pengajar contohnya dapat berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung seperti membantu LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) dalam mengkampanyekan zakat di lingkungan kampus.

Hadirnya SKKK Amil Zakat yang telah disempurnakan menjadi SKKNI Amil Zakat merupakan modal utama untuk mempertemukan Kompetensi yang ada dalam Gerakan Zakat dengan Capaian Pembelajaran Lulusan, ataupun Capaian Pembelajaran Mata Kuliah dari berbagai Prodi/Jurusan. Sehingga kegelisahan dosen atas kepastian capaian Sikap, Pengetahuan dan Keterampilan oleh mahasiswa dapat terjawab secara harmonis dengan kebutuhan Gerakan Zakat atas hadirnya amil yang kompeten bersamaan dengan tata kelola yang matang secara praktis juga memiliki landasan akademik.⁶⁸

Menurut Sekretaris Umum Forum Zakat Irvan Nugraha mengatakan Program Kampus Zakat ini hadir karena menyadari karena tidak terhitungnya ide besar yang untuk Gerakan Zakat yang lahir dari instansi Pendidikan Tinggi. Untuk alur dan proses pengelolaan Magang disederhanakan melalui platform kampuszakat.com. Pada tahap awal ini, platform sementara dibatasi hanya untuk OPZ anggota FOZ dan Prodi anggota APSEII. Namun setelahnya tentu sangatlah inklusif, kampus manapun, dan industri/perusahaan manapun, asalkan memiliki

⁶⁷ Ibid

⁶⁸ Forum Zakat, Kolaborasi kampus dan OPZ Kemenag Apresiasi Program Inovasi Kampus Zakat, dalam <https://forumzakat.org>, dipublish pada 14 Agustus 2021

goals yang sama dengan gerakan zakat, mari bergabung dengan kampuszakat.com.⁶⁹

Dalam agenda ini juga dilakukan penandatanganan MoU antara kampus 61 OPZ dan 16 Kampus. Turut hadir, Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah KNEKS – Dr. Sutan Emir Hidyat, MBA, Ketua Dewan Pengurus Nasional Asosiasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Indonesia (AFEBI), Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro – Prof. Dr. Suharmono, SE, M.Si, Ketua APSEII – Noven Suprayogi, Pejabat Kampus dan Pimpinan OPZ kolaborator.⁷⁰

Namun demikian, LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) saat ini belum terlibat didalamnya, kedepannya LAZ Alwasliyah beramal dapat menerapkan ini pada lembaga pendidikan yang berada dibawah naungan Al jamiyatul Alwasliyah. Selain itu, mahasiswa yang merupakan motor pergerak perubahan dapat dijadikan volunter dalam menarik simpati muzakki. Selain itu, LAZ Washal dapat memberikan beasiswa pendidikan bagi mahasiswa yang memiliki kesungguhan untuk belajar namun memiliki keterbatasan ekonomi. Tentunya beasiswa ini menjadi program kerja LAZ yang sangat dibutuhkan bagi mahasiswa.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada akademisi menuturkan bahwa lembaga amil zakat sebagai lembaga yang baik seyogyanya harus memiliki kepercayaan dari seluruh pihak yang bekerjasama dengan lembaga ini. semakin tinggi kepercayaan yang dibangun dan semakin bagus pelaporannya atau transparansinya itu akan sangat baik sekali dalam meningkatkan social Capital sebuah lembaga. sekalipun ketika orang-orang di dalam lembaga ini sudah diyakini amanahnya dan sudah diyakini bagaimana mereka mengumpulkan memberikan dan mengembangkan ini kepada zakat produktif. dan selanjutnya social Capital sebagai lembaga itu seyogyanya akan meningkat jadi kata kuncinya amanah yang dimiliki oleh LAZ itu harus menjadi motor utama supaya Lembaga ini bisa meningkat secara sosial capitalnya.⁷¹

Disamping itu, sinergitas pemerintah juga sangat dibutuhkan dalam rangka menjaga konsistensi hukum dan konsistensi eksistensi LAZ itu sendiri. Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 maupun Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014, setidaknya terdapat 10 pemangku kepentingan

⁶⁹ Ibid

⁷⁰ Ibid

⁷¹ Wawancara dengan akademisi yaitu Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Syariah UIN Sumatera Utara yakni Ibu Yenny samri pada 16 November 2021 pukul 14.00-16.00

dalam pengelolaan zakat di Indonesia, yaitu: (a) Presiden RI; (b) DPR RI; (c) Menteri Agama RI; (d) BAZNAS; (e) BAZNAS Provinsi; (f) BAZNAS Kabupaten/Kota; (g) Pemerintah Daerah (Provinsi atau Kabupaten/Kota); (h) DPRD (Provinsi atau Kabupaten/Kota); (i) LAZ; dan (j) masyarakat. Meskipun BAZNAS merupakan pengelola zakat di Indonesia, namun Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 masih memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengelola zakat sebagaimana dalam Undang-undang Nomor 38 Tahun 1999, melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ). Masyarakat dapat mengajukan izin pembentukan LAZ kepada Menteri Agama, dengan terlebih dahulu mengajukan rekomendasi izin pembentukan LAZ dari BAZNAS. Pemberian izin LAZ dalam bentuk Surat Keputusan (SK) dilakukan oleh Menteri Agama untuk LAZ tingkat nasional, Dirjen Bimas Islam untuk LAZ tingkat provinsi, dan Kepala Kantor Wilayah (Kanwil) Kemenag Provinsi untuk LAZ tingkat kabupaten/kota. Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011, peran LAZ adalah untuk membantu BAZNAS dalam melaksanakan fungsi pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. LAZ tingkat nasional dapat membentuk 1 perwakilan di tingkat provinsi dan LAZ tingkat provinsi dapat membentuk 1 perwakilan di tingkat kabupaten/kota. Untuk membentuk perwakilan tersebut, LAZ harus mengajukan pertimbangan izin kepada BAZNAS Provinsi atau BAZNAS Kabupaten/Kota.



Gambar 4.11
Stakeholder Zakat Indonesia

Dalam mengatasi kesenjangan potensi zakat dan realisasi zakat di Indonesia, di tahun 2014 pemerintah Indonesia melalui Inpres No. 3 Tahun 2014 menginstruksikan agar OPZ dan LAZ di Indonesia bekerjasama dengan BAZNAS untuk mensosialisasikan mengenai kewajiban dan kesadaran menunaikan zakat kepada masyarakat yang berada dalam suatu institusi dan menunaikannya melalui OPZ dan LAZ yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, LAZ Washal terus berupaya melaksanakan berbagai program zakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat, seperti dengan penyebaran spanduk maupun baliho, edukasi zakat melalui berbagai media sosial seperti instagram, twitter, dan facebook. Melalui berbagai platform, LAZ Washal berusaha untuk menjangkau segala segmen masyarakat dalam mengkampanyekan zakat.

Sinergitas Bisnis Pengurus Wilayah Al Jamiyatul Wasliyah yakni Fathoni berpendapat bahwa saat ini Alwasliyah sedang dalam proses pendataan anggotanya dan tercatat anggota yang telah mencatatkan dirinya sebagai bagian dari Al Jamiyatul Wasliyah ialah sebanyak 7.000 orang dan dimungkinkan angka ini terus bertambah hingga 1.000.000.000 orang.⁷²

Untuk meningkatkan potensi LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) dalam meningkatkan fundraising di Sumatera utara tentunya dibutuhkan sinergitas kepada berbagai pemangku kepentingan agar banyak pihak yang menjadikan LAZ Alwasliyah Beramal (washal) sebagai LAZ yang terpercaya dalam menghimpun dan menyalurkan zakat yang telah diberikan. Dalam hal ini, LAZ Washal telah melakukan upaya-upaya pendekatan kepada berbagai pihak.

Berdasarkan wawancara dengan Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal), beliau menuturkan beberapa kerjasama yang dilakukan pernah kita lakukan dengan lembaga amil zakat yang ada di sumut ini. Seperti beberapa kali kita studi banding ke lazismu medan, kemudian kita juga sudah diskusi atau tukar pikiran dengan ketua nurul hayat dan mantan nurul hayat juga yang sekarang membuat baitul mal muhammad bin abdullah, saudara fadli itu juga bentuk kerjasamanya juga beliau memberikan pelatihan amil kepada kita, pak muhammad arifin lubis juga memberikan pelatihan amil kepada kita. Kemudian juga act juga sudah audiensi ke kita dan melakukan mou ada beberapa hal yang dicatat disitu, ketemu dan kemudian tentunya instansi instansi terdekat sebelum kita jauh kesana ada univa, umn dan sekolah washliyah kita sedang proses bahkan beberapa tahun pertama ini alhamdulillah sudah menerima zakat dan sangat senang sekali ketika ini bisa dekat dengan instansi lain. Beberapa kegiatan pertama seperti itu kurang lebihnya⁷³

Berikut beberapa dokumentasi kerjasama yang telah dilakukan LAZ Washal dalam membangun sinergisitas kepada berbagai stakeholder diantaranya:

1. LAZ Washal Silaturahmi dengan Wakil Rektor I Univa Medan

⁷² Wawancara bersama Pengurus Wilayah Al Jamiyatul Alwasliyah, Fhatoni, dilaksanakan pada 16 Juni 2021.

⁷³ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00



Gambar 4.12

Silaturahmi Bersama Wakil Rektor I Univa Medan

2. LAZ Washal Silaturahmi dengan Muslimat Alwasliyah Sumatera Utara



Gambar 4.13

Silaturahmi Bersama Muslimat Alwasliyah Sumatera Utara

3. LAZ Washal Silaturahmi kepada Penerbit Merdeka Kreasi Medan



Gambar 4.14

Silaturahmi Bersama Penerbit Merdeka Kreasi Medan

Tidak hanya sinergisitas pemerintah yang dibutuhkan, sinergisitas komunitas berperan besar dalam memajukan LAZ khususnya LAZ Washal. Di Indonesia, terdapat suatu Forum Zakat yang disebut dengan FOZ. Lembaga ini

didirikan pada Jumat, 19 September 1997 oleh 11 lembaga yang terdiri Dompot Dhuafa Republika, Bazis DKI Jakarta, Baitul Mal Pupuk Kujang, Baitul Mal Pupuk Kaltim, Baitul Mal Pertamina, Telkom Jakarta, Bapekis Bank Bumi Daya, Lembaga Keuangan Syariah Bank Muamalat Indonesia, PT Internusa Hasta Buana dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta. Pada awal berdirinya, Forum Zakat berbentuk yayasan, namun sejak Musyawarah Kerja Nasional I (Mukernas I) tanggal 7-9 Januari 1999, status yayasan tersebut diubah menjadi asosiasi dengan Ketua Umumnya Drs Eri Sudewo. Perubahan badan hukum dari Yayasan menjadi Asosiasi, kemudian dicatatkan di notaris sebagai Perkumpulan. Badan hukum perkumpulan inilah yang sampai sekarang dimiliki oleh Forum Zakat, dan sudah dicatatkan di lembaran negara

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Forum Zakat Sumatera Utara yakni Bapak Iqbal Farizi menuturkan FOZ adalah asosiasi lembaga pengumpulan zakat di Indonesia yang tersebar lebih dari 200 di nasional dari aceh sampai papua. Sedangkan sumatera utara ada 19 anggota penuh dan 5 anggota mitra atau tidak penuh di sumatera utara. FOZ tugas dan wewenang nya Memiliki 4 bidang yaitu bidang sinergi, bidang pengembangan kapasitas jaringan, bidang advokasi dan bidang inovasi. Fungsinya yaitu Menjalankan program kerja nasional di cabang dan nasional.⁷⁴

Forum zakat memiliki visi dan misi yang mulia untuk menyelaskan tujuan lembaga-lembaga zakat yang ada di Indonesia. Adapun visi dan misi tersebut ialah:

Visi:

Menjadi asosiasi Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang amanah dan profesional guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Misi:

1. Mengarahkan organisasi pengelola zakat sehingga mencapai optimalisasi mobilisasi dan sinergi zakat untuk mencapai positioning zakat di Indonesia yang menyejahterakan.

⁷⁴ Wawancara bersama Ketua FOZ Sumut yakni Bapak Iqbal Farizi pada 15 Desember 2021 pukul 16.00-18.30 WIB

2. Melakukan capacity building terhadap OPZ agar memenuhi standar manajemen mutu pengelola zakat baik tingkat nasional, maupun internasional.
3. Menjadi fasilitator OPZ di dalam menjalankan fungsinya.
4. Melakukan advokasi dalam rangka memperkuat OPZ dan mewujudkan cita ideal zakat di Indonesia.
5. Melakukan standardisasi dan akreditasi terhadap OPZ sehingga sesuai dengan standar manajemen mutu pengelola zakat.

Menjadi bagian yang penting apabila Lembaga Alwasliyah beramal (wasahal) menjalin sinergisitas dengan lembaga FOZ itu sendiri karena FOZ ini tidak bergerak sendiri melainkan bergerak bersama-sama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. FOZ bekerja sama dengan Lembaga-lembaga zakat yang berada dinaungannya membuat program-program yang mampu meningkatkan trust masyarakat dan meningkatkan kepedulian umat untuk saling membantu. Adapun beberapa kegiatan FOZ yang dapat dijadikan rujukan bagi LAZ Alwasliyah beramal (wasahal) adalah:

1. IZI dan MTT Peduli Veteran Lewat Program Keluarga tangguh

Dalam rangka memberikan apresiasi dan kepedulian kepada para pejuang veteran di tengah pandemi covid-19, anggota Forum Zakat yakni Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) perwakilan Kalimantan membagikan kado dalam bentuk paket sembako serta suplemen kepada Veteran yang berada di wilayah kota Balikpapan.

Rahmad Bahari selaku Kepala Pendayagunaan IZI Kaltim menjelaskan, untuk saat ini usia Veteran pejuang rata-rata sudah 80 tahunan, jadi sudah sepuh, sehingga tidak bisa kemana-mana, “jadi dengan umur yang sudah renta dan dalam kondisi seperti ini, Tim IZI bekerjasama dengan TKSK membagikan paket tersebut langsung ke rumah-rumah Veteran memuliakan mereka juga sebagai bentuk hormat kita kepada para Veteran.” ucap Rahmat.⁷⁵

⁷⁵ Forum zakat, IZI dan MTT Peduli Veteran Lewat Program Keluarga tangguh, dalam website <https://forumzakat.org> dipublish pada 2 November 2021

2. Day 5 ZIW – Baitul Maal Muamalat: Program Pembangunan Infrastruktur dan Sarana Prasarana Perumahan
Program rumah Harapan bertujuan untuk membangun/merenovasi rumah yang layak dan sehat sebagai kebutuhan dasar masyarakat sehingga tercipta masyarakat yang produktif serta mandiri hingga tercapai ketahanan keluarga yang baik
3. Kolaborasi Kampus dan OPZ dalam program Inovasi Kampus Zakat
Direktur Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Kemenag RI, Drs. H. Tarnizi Tohor menyatakan bahwa saat ini, kebanyakan orang hanya tau bahwa jika tidak berzakat maka akan berdosa. “Orang harus tau bagaimana zakat bisa memperbaiki ekonomi, bagaimana zakat itu bisa merubah kehidupan orang, dan bagaimana zakat itu bisa menciptakan pemberdayaan sosial. Karena itu, perlu sekali kerjasama dengan perguruan tinggi untuk mengembangkan literasi zakat di tengah masyarakat, sehingga nantinya, akan lahir amil professional yang adaptif, strategis dan mampu menjawab tantangan zaman. “Jadi ke depan, amil bukan hanya sekedar bekerja mengumpulkan zakat tapi dia juga bisa memberikan penjelasan secara modern di tengah masyarakat”.⁷⁶
4. Program Gerobak Berkah oleh Yakesma Sumbar
Kepala Divisi Program Yakesma Sumbar Fauzan Utama Putra menjelaskan bahwa program tersebut bertujuan untuk membuka peluang usaha baru bagi masyarakat dan membantu masyarakat yang terdampak pandemi. Selain itu kita ingin meningkatkan taraf hidup masyarakat, jika sekarang menjadi mustahik, harapannya ke depan bisa jadi muzakki.

Paparan diatas merupakan beberapa program yang telah dilaksanakan oleh FOZ dan Anggota FOZ. Sumatera utara memiliki potensi yang sangat luar biasa banyak dan peta kompetisi terus hidup dalam Lembaga Amil zakat. Bertambah

⁷⁶ Forum Zakat, Kolaborasi kampus dan OPZ Kemenag Apresiasi Program Inovasi Kampus Zakat, dalam <https://forumzakat.org> , dipublish pada 14 Agustus 2021

setiap tahunnya dan membuka perwakilan cabang nasional di medan dan sumatera utara karena potensinya cukup besar.

Berdasarkan wawancara dengan ketua FOZ Sumut, beliau menuturkan bahwa Sebagai LAZ baru Harus cepat ekspansi, bergerak dan beradaptasi. Tantangan nya adalah Jika brand baru maka harus mencari trust masyarakat dan diperkenalkan agar dikenal sebagai lembaga pengelolaan zakat. Laz washal wajib bergabung ke FOZ untuk penguatan jaringan.⁷⁷

Dalam hal ini, LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) dikonfirmasi belum bergabung kedalam Forum Zakat yang ada di Sumatera Utara secara resmi, namun demikian, LAZ ALwasliyah beramal sudah melakukan silaturahmi kepada Forum Zakat yang ada di Sumatera utara.

Sebagaimana wawancara yang telah dilakukan kepada Pimpinan LAZ ALwasliyah Beramal (Washal) menuturkan bahwa sejauh ini belum dan akan segera bergabung dengan FOZ. Kita harus tau bagaimana potensinya jika bergabung dan kita akan berdiskusi bagaimana plusnya kita bergabung dengan FOZ ini, dengan kita baru ini ada yang saya dengar ada biaya jika ingin bergabung disitu. FOZ yang umum kita bergabung di grupnya jika ada hal hal terkait kita di undang oleh FOZ.⁷⁸

Selanjutnya yang juga sangat penting adalah adanya sinergisitas Media dalam mempromosikan dan meningkatkan citra LAZ Alwasliyah beramal (Washal). Sinergisitas yang dapat dilakukan adalah dengan menjalin kerjasama dengan media massa baik cetak maupun elektronik. Dalam hal ini LAZ Alwasliyah beramal (Washal) dapat menjadi penulis tetap dalam Koran seperti Waspada, Tempo, kompas, Buletin dll sebagai sarana dalam meningkatkan literasi dan kesadaran umat dalam berzakat, infaq dan shadaqah. Selain itu juga dapat dijadikan media promosi agar masyarakat mengenal LAZ Washal. Meskipun hal ini memberikan dampak yang tidak begitu signifikan namun ini dapat menjadi salah satu alternative promosi begitu pula dengan penulis yang nantinya akan senantiasa terus berkembang dan mencari solusi dari setiap permasalahan zakat yang tengah dihadapi.

Berdasarkan wawancara kepada pimpinan Lazismu, beliau menuturkan bahwa pendekatan memberi info terkait kegiatan LAZ, bagaimana terus mengkemas kegiatan ini menjadi tidak biasa harus kreatif, inovatif agar donatur

⁷⁷ Wawancara bersama Ketua FOZ Sumut yakni Bapak Iqbal Farizi pada 15 Desember 2021 pukul 16.00-18.30 WIB

⁷⁸ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

tertarik. Beda antara lembaga dan individu yang mengatur termasuk media. Bagaimana dokumentasi itu dibuat kreatif dan donatur merasa terbantu karena bantuannya disampaikan dan terlaksana.⁷⁹

6. PERMASALAHAN PENGEMBANGAN LAZ ALWASLIYAH BERAMAL (WASHAL)

Potensi zakat terus meningkat setiap tahunnya dan hal ini menjadi kesempatan bagi lembaga amil zakat untuk menghimpun dan mengelola zakat. Pada tahun 2019, besaran potensi zakat di Indonesia mencapai 233.8 triliun Rupiah.⁸⁰ Besarnya potensi tersebut diikuti oleh pertumbuhan pengumpulan zakat tiap tahunnya. Tahun 2020, BAZNAS mendata bahwa secara keseluruhan dalam tiga tahun terakhir (2015-2018), terjadi peningkatan yang besar dari pengumpulan zakat sebesar 122% atau sekitar Rp4,5 Triliun.⁸¹ Meskipun mengalami peningkatan pengumpulan zakat tiap tahunnya, realisasi dari potensi yang ada masih sangat minim. Berdasarkan Outlook Zakat Indonesia 2020 milik Puskas BAZNAS, realisasi pengumpulan zakat hanya sekitar 8,2 triliun rupiah di tahun 2018 atau hanya sekitar 3,51% dari total potensi sebesar 233 triliun rupiah. Salah satu alasan rendahnya penghimpunan zakat di Indonesia ialah masih lemahnya kepercayaan masyarakat terhadap Badan atau Lembaga Amil Zakat di Indonesia. Akibatnya, masyarakat lebih percaya dengan menyalurkannya secara langsung kepada mustahik.⁸² Masalah kepercayaan dan profesionalitas menjadi prasyarat penting lembaga-lembaga zakat saat ini dan ke depan.⁸³ Untuk meningkatkan

⁷⁹ Wawancara bersama Bapak Muhammad Arifin Lubis selaku ketua Lazismu Kota Medan pada 1 Desember 2021

⁸⁰ BAZNAS, Outlook Zakat Indonesia 2020: Pusat Kajian Strategis Baznas, (Jakarta: Pusat Kajian Strategis-Badan Amil Zakat Nasional (Puskas Baznas) , 2020

⁸¹ Ibid

⁸² Hafidhuddin, D. 2011. Peran strategis organisasi zakat dalam menguatkan zakat di dunia, AL-INFAQ, 2(1)

⁸³ Jahar, Asep Saepudin. 2010, Masa Depan Filantropi Islam Indonesia : Kajian Lembaga-lembaga Zakat dan Wakaf. Makalah disajikan dalam Annual Conference on Islamic Studies (ACIS) ke-10, Banjarmasin, 1-4 November.

kepercayaan masyarakat terhadap LAZ dibutuhkan tata kelola organisasi yang baik, yaitu terciptanya transparansi dan akuntabilitas LAZ.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (washal) menyatakan bahwa kalau untuk donatur tetap, kalau waqif kita belum pernah mengumpulkan wakaf tapi kalau muzakki, ada beberapa muzakki tapi tidak banyak, kita baru ada beberapa muzakki dan ini perlu menjadi catatan penting untuk disampaikan, karena langkah awal, kalau kita belum merumuskan donatur tetap. Ini akan dirumuskan tapi kita akan tetap menerima zakat setiap bulannya. Tapi ini akan menjadi catatan penting dan akan dirapatkan akan kita formulasikan bahwa donatur tetap akan dibuat formatnya sedemikian rupa.⁸⁴

Masalah lain yang tengah dihadapi oleh LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) ialah adanya lembaga amil zakat yang sejenis yakni Laziswa. Laziswa ini merupakan lembaga infak zakat washliyah yang dimiliki oleh pengurus daerah medan. Kehadiran Laziswa ini berpotensi dapat memunculkan persaingan bisnis internal antar keduanya.

Dalam hal ini, direktur LAZ Alwasliyah beramal menuturkan bahwa LAZ Washal itu resmi, namun laziswa saya belum melihat apakah itu resmi atau tidak di kota medan. Jika misalnya beda nama saya khawatir wahliyah akan bingung untuk memilih yang mana kemana akan disalurkan⁸⁵

Direktur LAZ Washal juga menuturkan bahwa ini juga merupakan peluang karena setiap hal itu adalah peluang kita harus bisa lebih unggul dari hal transparansi dan lainnya.⁸⁶

Penelitian Lestari, et al (menunjukkan, bahwa “mayoritas Muslim masih membayarkan zakatnya secara individual langsung ke mustahik, disamping pemahaman keagamaan yang bersifat konservatif, faktor kepercayaan masih menjadi kendala pengelolaan zakat.” Survey Public Interest Research and Advocacy Center (PIRAC) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat pada lembaga zakat pada tahun 2004 hanya 15%.⁸⁷ Nikmatuniyah membuktikan, bahwa masih terdapat kelemahan dalam kepatuhan terhadap pengendalian intern LAZ, antara lain ditunjukkan dalam hal melemahnya pemisahan tugas, pemegang

⁸⁴ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

⁸⁵ Wawancara bersama Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Riyan Parinduri, ME pada 20 Desember 2021 pukul 15.00-17.00

⁸⁶ Ibid

⁸⁷ Lestari P, Pratiwi U, Ulfah P. 2015. Identifikasi Faktor Organisasional dalam Pengembangan “E-Governance” pada Organisasi Pengelola Zakat, MIMBAR, Vol. 31, No 1, Juni, pp. 221-228.

otorisasi, rotasi jabatan, dokumen tidak bernomor urut tercetak, dan pengawasan internal.⁸⁸

Lembaga Amil Zakat Al Wasliyah Beramal (LAZ Washal) hingga saat ini terus berupaya dalam memberikan kontribusi yang baik dan semaksimal mungkin dalam mengembangkan ekonomi umat melalui program-program yang telah direncanakan antara lain:

Tabel 4.4
Program Penghimpunan

No	Jenis
1	Zakat
2	Infaq dan Shodaqah
3	CSR
4	Dana Sosial lainnya

Sumber: LAZ Washal

Hingga saat ini, program-program LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) belum berkembang sebagaimana semestinya. Dana CSR juga belum dapat dimaksimalkan. Dari sisi administrasi, tidak mungkin jika usaha-usaha organisasi Al-Washliyah ini dapat diselenggarakan dengan baik tanpa administrasi yang baik. Dengan kata lain baik buruk usaha dapat dilihat salah satunya dari baik tidaknya penyelenggaraan administrasi itu sendiri. Dari sisi manajemen, bahwa tugas masing-masing pejabat baik yang membantu administrator maupun yang membantu manajer/ eksekutif, berbeda-beda satu sama yang lain sesuai dengan sasaran yang akan dicapai masing-masing. Dalam melaksanakan tugas, semua pejabat perlu bekerja sama yang mengarah kepada pencapaian tujuan pokok organisasi. Supaya semua kegiatan yang berbeda-beda namun menuju pencapaian tujuan akhir maka perlu ada yang mengarahkan dan yang menyelaraskan. Unsur-unsur itu disebut unsur manajemen yang terkenal dengan 6 M (man, money, material, machine, method, dan marketing). Demikian pentingnya peran

⁸⁸ Nikmatuniayah, N., & Marliyati, M. 2015. Akuntabilitas Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat di Kota Semarang, MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan, 31(2), 485-494

manajemen yang dapat mempengaruhi dalam pengelolaan dan penataan usaha agar berfungsi sesuai fungsi masing-masing mencapai tujuan organisasi.

Mantan Direktur LAZ Washal mengaku pentingnya kesadaran pengurus LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) untuk saling bekerjasama menjalankan tugas dan amanah yang telah diberikan kepada pengurus. Ditambah lagi Pandemi Covid 19 yang belum berakhir mengharuskan pengurus hanya dapat menjalankan tugasnya dari rumah (WFH). Hal ini tentunya berdampak pada kinerja LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) baik dalam hal penghimpunan maupun penyaluran dananya.⁸⁹

Penelitian terkait potensi pengembangan zakat dilakukan oleh Abdul Kholiq Syafaat dan Lely Ana Ferawati Ekaningsih dalam penelitiannya yang berjudul “Potensi Zakat, Infaq Dan Shodaqah Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Di Kabupaten Banyuwangi” menemukan bahwa apabila PNS membayar zakat dengan rutin maka potensi jumlah muzakki akan meningkat dan dana ZIS akan meningkat pula.⁹⁰ M Nasri Hamang dan Munawwir Anwar dalam penelitiannya berjudul “Potensi Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Dalam Pengembangan UMKM Di Lazismu Kota Pare-Pare” menemukan bahwa dengan memberikan bantuan dana sebagai modal usaha UMKM tanpa bunga dan tidak ada batasan waktu akan meningkatkan motivasi masyarakat dalam berinfaq, sedekah dan berzakat serta melibatkan pelaku UMKM dalam kegiatan keagamaan akan meningkatkan pemberdayaan Lazismu dalam hal kerohanian.⁹¹ Andi Mardiana dalam penelitiannya yang berjudul “Potensi Zakat di Provinsi Gorontalo” mendeskripsikan tentang konsep zakat yang ditawarkan Islam menjanjikan dimensi kemaslahatan dan pengelolaan potensi sumber daya ekonomi dalam kehidupan masyarakat.⁹² Dwita Darmawati dan Alisa Tri Nawari dengan

⁸⁹ Wawancara bersama Mantan Direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) yakni Alfin Nashri Karim pada 16 Juni 2021 pukul 13.00-17.00

⁹⁰ Abdul Kholiq Syafaat dan Lely Ana Ferawati, *Potensi Zakat, Infaq Dan Shodaqah Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Di Kabupaten Banyuwangi*, Jurnal Ijtihad IAIN Salatiga, 2015, h. 25-46

⁹¹ M Nasri Hamang dan Munawwir Anwar, *Potensi Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Dalam Pengembangan UMKM Di Lazismu Kota Pare-Pare*, Jurnal Al-Ibrah Vol 8.No. 1, h. 2019, h. 129-143.

⁹² Andi Mardiana, *Potensi Zakat di Provinsi Gorontalo*, Jurnal Al-Mizan, Vol 10 No.1, 2014, h. 35-47.

penelitiannya yang berjudul “Potensi, Pencapaian Pengumpulan Zakat Dan Permasalahannya Di Kabupaten Banyumas Dan Purbalingga” menemukan bahwa potensi zakat yang besar tidak disertai dengan perhatian kepuasan yang khusus terhadap muzakki yang lama sehingga diperlukan pelayanan yang baik dan komunikasi yang baik dalam meningkatkan kepuasan muzakki.⁹³

7. EFEKTIFITAS FUNDRISHING ZAKAT LAZ ALWASLIYAH BERAMAL (WASHAL)

Zakat di Indonesia memiliki potensi yang cukup tinggi mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dan juga dikenal sebagai bangsa yang paling dermawan menurut World Giving Index di tahun 2018. Dana zakat yang terkumpul dapat digunakan untuk pemberdayaan sesuai dengan delapan asnaf terutama kepada fakir dan miskin. Oleh karena itu, dengan potensi zakat yang ada diharapkan mampu mengentaskan kemiskinan yang ada di Indonesia.

Penghimpunan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan.⁹⁴ Menurut Huda penghimpunan dana (fundraising) dapat pula diartikan sebagai proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dana atau sumber dayanya kepada sebuah organisasi atau lembaga.⁹⁵ Fundraising adalah proses mempengaruhi masyarakat, baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada suatu organisasi.⁹⁶

⁹³ Dwita Darmawati dan Alisa Tri Nawari, *Potensi, Pencapaian Pengumpulan Zakat Dan Permasalahannya Di Kabupaten Banyumas Dan Purbalingga*, Jurnal Al Tijary Vol 1 No. 2, 2016

⁹⁴ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, dalam situs <http://kbbi.web.id/himpun>

⁹⁵ Miftahul Huda, “Model Manajemen Fundraising Wakaf” dalam Jurnal Ahkam. (Nomor 01, Th XIII Januari 2013), p. 32

⁹⁶ Sabar Waluyo, Analisis Strategi Fundrising Lembaga Amil Zakat, Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyuman Dalam Mendapatkan Muzakki, Jurnal IAIN Purwokerto, 2016

Ada beberapa hal yang menjadi tujuan dari fundraising bagi sebuah Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah (LAZIS) adalah sebagai berikut:⁹⁷

a. Pengumpulan dana.

Dana dalam hal ini tidak hanya uang saja, namun mempunyai arti luas yaitu sumber daya (termasuk barang dan jasa) yang memiliki nilai materi. Pengumpulan dana dalam LAZIS ini sangat penting untuk mendukung jalannya program dan operasional yang telah dicanangkan.

b. Penambahan jumlah muzakki dan donatur.

LAZIS yang baik adalah yang setiap hari memiliki data pertambahan muzakki dan donatur. Dengan bertambahnya muzakki dan donatur secara otomatis akan bertambah pula jumlah dana yang terhimpun.

c. Meningkatkan citra LAZIS.

Aktivitas fundraising yang dilakukan oleh sebuah LAZIS, baik langsung maupun tidak langsung akan membentuk citra lembaga itu sendiri. Jika citra lembaga baik, akan membuat respon masyarakat positif, dan tentunya akan semakin banyak menarik muzakki dan donatur untuk ikut bergabung.

d. Menjaga loyalitas muzakki dan donatur.

Menjaga loyalitas muzakki dan donatur agar selalu memberikan bantuan pada LAZIS merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang. Hal ini dapat ditempuh dengan memberikan kepuasan kepada muzakki dan donatur dengan pelayanan, program dan operasional LAZIS.

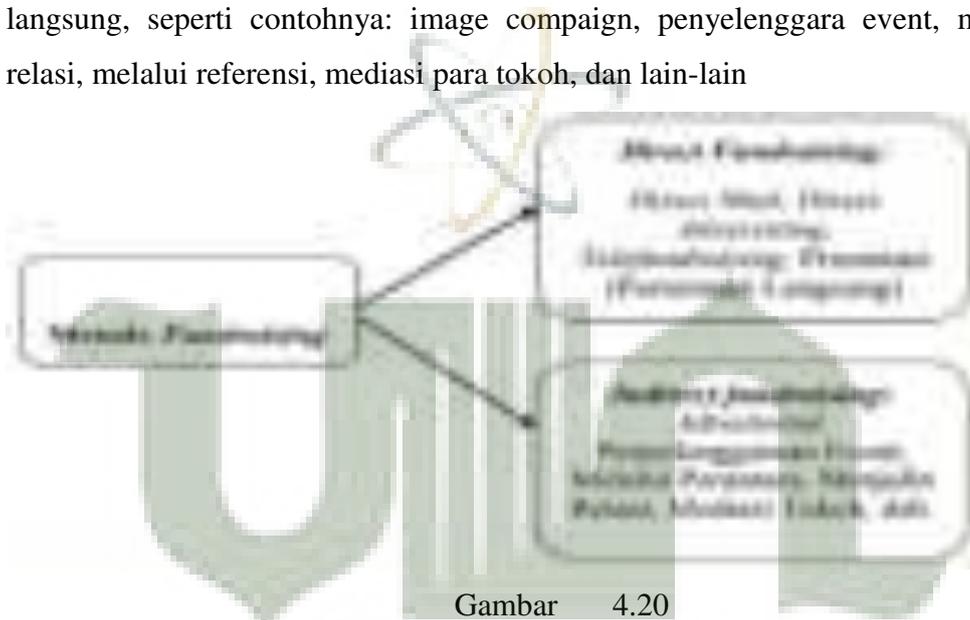
Substansi fundraising berupa metode diartikan sebagai pola, bentuk atau cara-cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga dalam rangka penggalangan dana dari masyarakat. Metode fundraising harus mampu memberikan kepercayaan, kemudahan, kebanggaan dan manfaat lebih bagi masyarakat donatur dan muzakki.

⁹⁷ Kementrian Agama, Manajemen Pengelolaan Zakat, (Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama Republik Indonesia, 2009), p. 67

Menurut Juwaini metode ini pada dasarnya dapat dibagi kepada dua jenis yaitu: Direct Fundraising (secara langsung) dan Indirect Fundraising (secara tidak langsung).⁹⁸

a. Direct Fundraising (secara langsung) Metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti: direct mail, direct advertising, telefundraising dan presentasi langsung.

b. Indirect Fundraising (secara tidak langsung) Metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, seperti contohnya: image campaign, penyelenggara event, menjalin relasi, melalui referensi, mediasi para tokoh, dan lain-lain



Gambar 4.20

Metode Fundraising

Sebagai percontohan, Lazismu Ajibarang melakukan 2 metode dalam meningkatkan fundring di lembaganya yakni dengan metode fundraising langsung (direct fundraising) dan metode fundraising tidak langsung (indirect fundraising). Fundraising langsung (direct fundraising) yakni LAZIMU Ajibarang menjalankan 7 metode yakni:

1. Direct mail
2. Prentasi langsung

⁹⁸ Atik Abidah. "Analisis Strategi Fundraising terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo" dalam Jurnal Kodifikasia. (Nomor 01, Vol 10 2016). p.179

3. Bayar langsung
4. Jemput Zakat ke pihak donatur
5. Counter atau gerai
6. Pemotongan gaji karyawan
7. Kerja sama pemanfaatan atau penyaluran dana zakat.

Sementara itu, strategi fundraising tidak langsung (indirect fundraising) dalam pelaksanaannya LAZISMU Ajibarang mengaplikasikan metode tidak langsung yaitu :

1. Membuat brosur atau poster untuk media komunikasi dan informasi, membuat aksesoris seperti bolpoint, sticker, dan sebagainya
2. Mengadakan event, baik yang diadakan mandiri atau bekerja sama dengan lembaga lain
3. Sponsorship sebagai salah satu bentuk kerja sama dengan lembaga atau elemen masyarakat di samping sebagai eksistensi lembaga zakat (LAZISMU Ajibarang).⁹⁹

Dalam rangka meningkatkan efektifitas kampanye zakat terhadap brand lembaga dan pengumpulan zakat LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

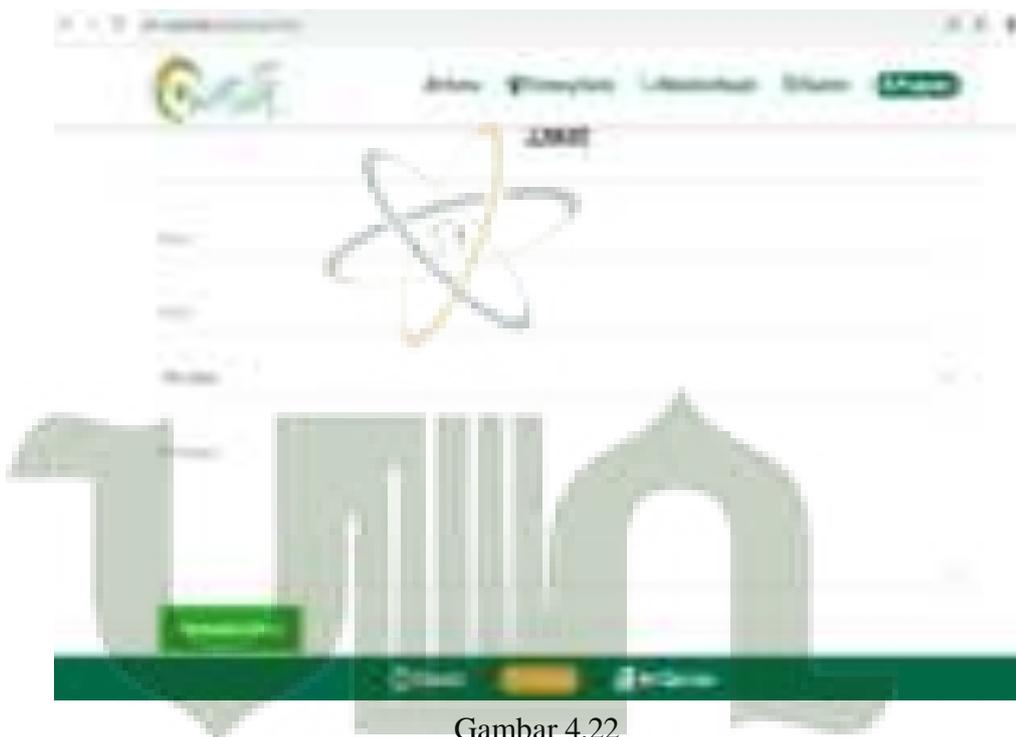


Gambar 4.21

Konsultasi Zakat LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

⁹⁹ Sabar Waluyo, Analisis Strategi Fundrising Lembaga Amil Zakat, Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Ajibarang Kabupaten Banyuman Dalam Mendapatkan Muzakki, Jurnal IAIN Purwokerto, 2016

Kemudian setelah menekan klik akan keluar gambar dan tulisan yang menarik perhatian pengunjungnya yakni “Konsultasi Zakat”. Sebagai pembuka dalam website ini, konsultasi zakat menjadi bagian yang sangat penting untuk dilakukan karena saat ini masih banyak masyarakat yang belum memahami zakat itu sepenuhnya. Pengunjung bisa langsung berkonsultasi zakat dengan mengkliknya.



Gambar 4.22

Konsultasi Zakat Tahap I LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Dalam website, LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) telah menyediakan form yang harus diisi yakni terkait nama, email, pilihan kategori pertanyaan yang ingin diajukan dan pertanyaannya.



Gambar 4.23

Konsultasi Zakat Tahap II LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

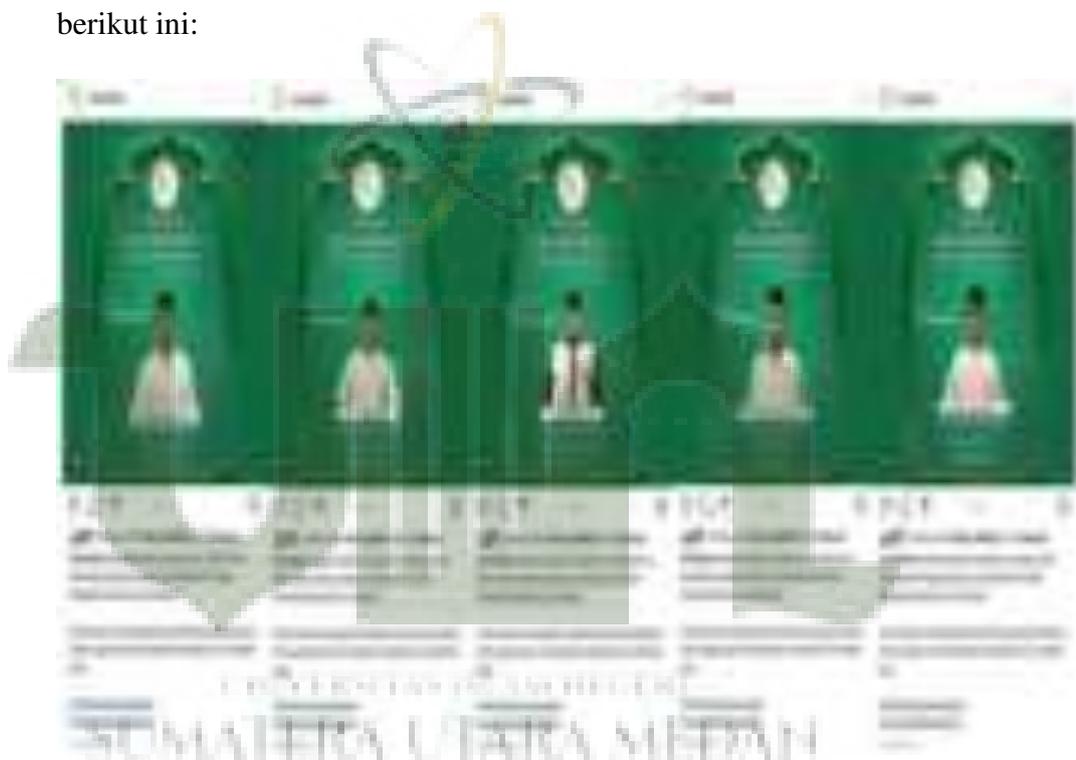
Peneliti mencontohkan formulir pengisian konsultasi zakat seperti nama, email dan kategori yang ingin diajukan ialah terkait topic penghasilan, emas, mal, pertanian, perdagangan dan tabungan. Pengunjung website LAZ Alwasliyah beramal hanya memilih topiknya lalu kemudian mendeskripsikan pertanyaan terkait topik.



Gambar 4.24

Konsultasi Zakat Tahap III LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Selanjutnya calon muzakki akan diarahkan ke whatsapp direktur LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) untuk melakukan diskusi secara personal. Konsultasi zakat yang akan dilakukan oleh calon muzakki tidak hanya melalui website resmi <https://lazwashal.or.id> namun dapat pula dilakukan melalui instagram resmi @laswashal. Berikut tampilan yang telah disajikan dalam postingan instagram LAZ Alwasliyah Beramal (washal) berikut ini:



Gambar 4.25

Konsultasi Zakat pada instagram LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Selain itu, LAZ Alwasliyah beramal (Washal) juga telah melakukan berbagai cara untuk mempermudah masyarakat dalam menunaikan zakat dengan melakukan berbagai digitalisasi zakat, beberapa di antaranya ialah dengan menggunakan QRIS yang sudah terkoneksi dengan berbagai e-commerce dan lain sebagainya. Upaya-upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat di era digital ini. Citra lembaga (brand) menjadi salah satu hal

penting yang memengaruhi lemahnya kepercayaan masyarakat untuk berzakat melalui LAZ Alwasliyah beramal (Washal).



Gambar 2.26

Barkot QRIS Zakat Di LAZ Alwasliyah Beramal (Washal)

Masyarakat cenderung masih awam terhadap pengetahuan lembaga zakat dan mekanisme pengumpulan zakat, infaq dan sedekah yang dilakukan oleh institusi zakat LAZ Alwasliyah beramal (Washal) sehingga citra yang terbangun belum cukup baik. Dengan demikian, kampanye zakat menjadi sebuah solusi dalam menangani permasalahan rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap pengelolaan institusi zakat yang juga berimplikasi pada pengumpulan zakat. merupakan lembaga negara yang secara khusus didirikan untuk melakukan pengelolaan zakat di Indonesia. LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) harus terus melakukan berbagai kampanye zakat, infaq dan sedekah demi meningkatkan masyarakat

mengenai kesadaran berzakat dan pengelolaan zakat di Indonesia. sehingga potensi zakat di Indonesia khususnya di Sumatera Utara dapat terealisasi dengan baik. Riset dari Istikhamah dan Asrori menemukan pentingnya sosialisasi berkelanjutan dan pendidikan publik mengenai konsep zakat karena dua hal tersebut menjadi salah satu faktor yang memengaruhi seseorang untuk membayar zakat melalui lembaga zakat. Oleh karena itu, kesadaran untuk menunaikan zakat harus dikembangkan melalui metode yang efektif dan efisien. Mereka menekankan peran kampanye zakat melalui media yang dapat memengaruhi persepsi dan kesadaran masyarakat.¹⁰⁰

Di Indonesia pengelolaan zakat menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 merupakan kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengkoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat. Definisi tersebut kemudian menjadikan pengumpulan zakat sebagai salah satu dari tugas utama lembaga pengelola zakat. Untuk membuat proses pengumpulan zakat yang efektif, lembaga zakat perlu melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berzakat yang kedepannya dapat meningkatkan jumlah penghimpunan zakat setiap tahunnya.

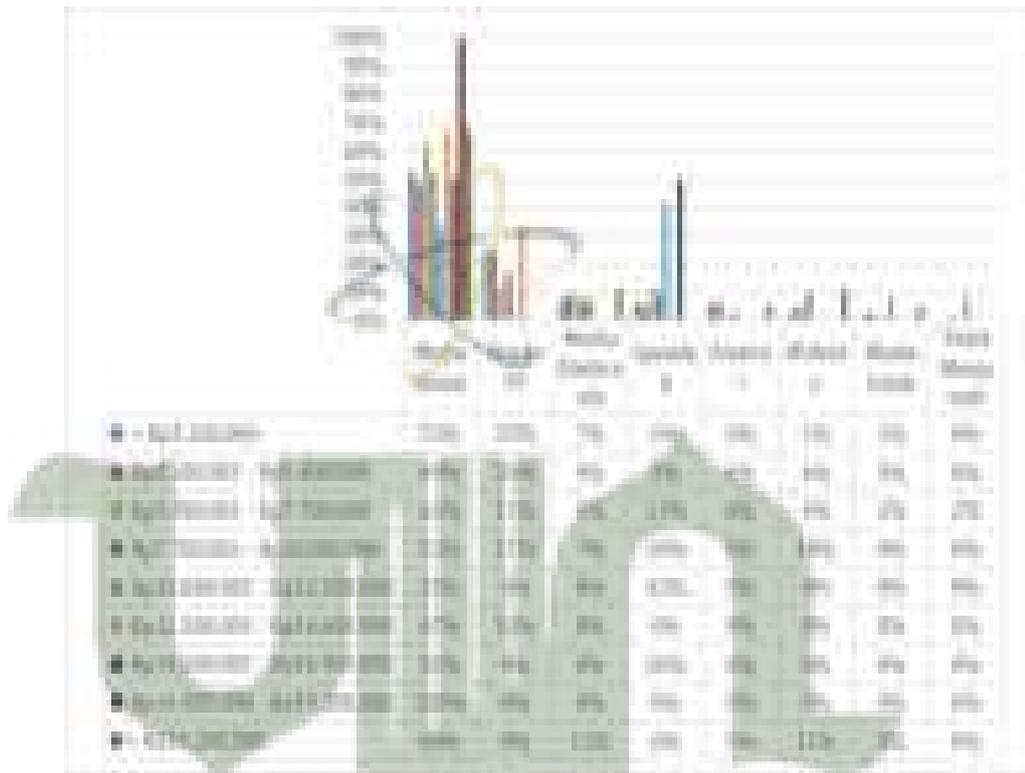
Media kampanye zakat terdiri dari pendidikan, pendapatan, pekerjaan.¹⁰¹ Secara umum, media sosial menjadi media kampanye terfavorit. Sebagaimana dalam gambaran yang telah diteliti oleh BAZNAS. Ada beberapa hal penting yang menjadi sumber acuan dan informasi penting yang dapat kita ambil yakni:

a. Pendapatan dengan Media Kampanye yang Disukai Berdasarkan kategori pendapatan, media sosial umumnya masih menjadi preferensi utama. Akan tetapi, cluster dengan pendapatan Rp10.000.000 -

¹⁰⁰ Istikhomah, D., & Asrori. Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat dengan Akuntabilitas dan Transparansi sebagai Variabel Intervening. *Economic Education Analysis Journal*. 2019.

¹⁰¹ Indrawijaya, S. (2016). Peran Kampanye Social Marketing Terhadap Keputusan Masyarakat Untuk Membayar Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat. Vol 5 No 2 (2016): *JURNAL MANAJEMEN TERAPAN DAN KEUANGAN*

Rp12.300.000 lebih memilih spanduk (42%) sebagai media kampanye yang disukai. Di sisi lain, cluster pendapatan Rp14.600.001 - Rp16.900.000 juga memilih spanduk serta media sosial sebagai media kampanye yang disukai dengan persentase masing-masing media kampanye sebesar 50%.



Grafik 4.2

Media Kampanye yang Paling Disukai Berdasarkan Pendapatan

Sumber: Baznas 2020

Selanjutnya, apabila dilihat korelasi antara tingkat pendapatan dengan media yang paling disukai, dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan responden memiliki korelasi positif dengan responden yang cenderung memilih website dengan korelasi atau kekuatan tingkat hubungan sebesar 0.109, diikuti media sosial (0,078), media cetak (0,490), spanduk (0,045). Sedangkan untuk media elektronik, festival dan siaran TV memiliki hubungan korelasi dengan kekuatan sebesar -0,0004, -0,0581 dan -0,177, yang artinya tingkat pendapatan memiliki hubungan terbalik

atau negatif dengan event (festival) dan siaran TV. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka sedikit peluang event dan siaran TV dipilih sebagai media kampanye yang paling disukai.

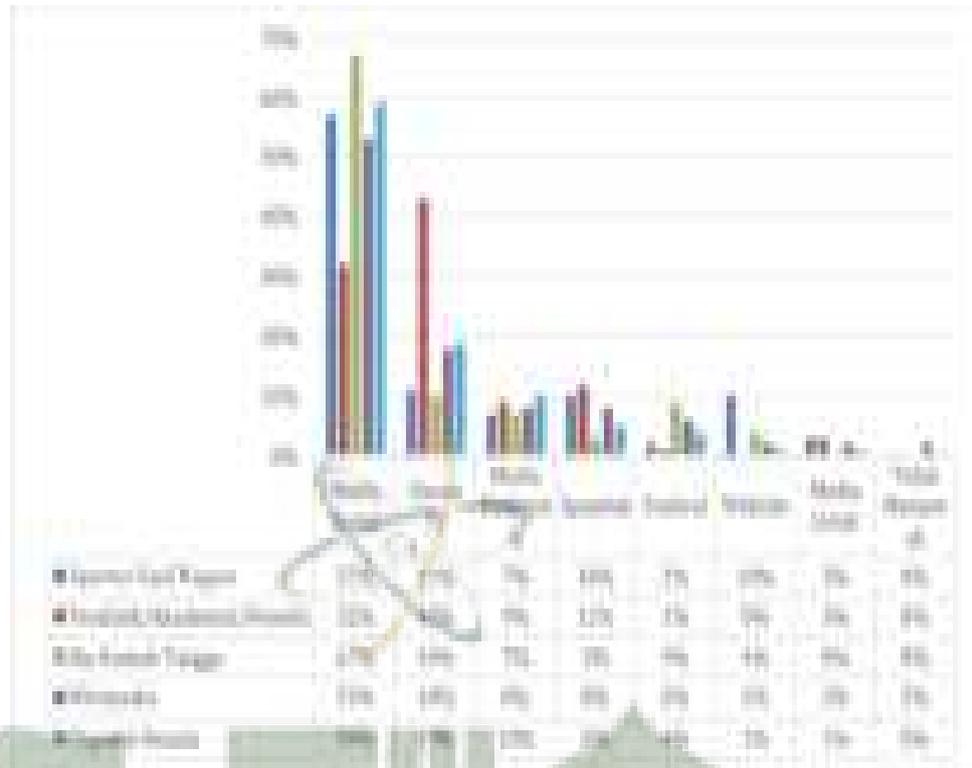
Tabel 4.5

Korelasi Pendapatan dengan Pilihan Media Kampanye

Kategori	Pilihan
1. Tidak Bekerja	65,18%
2. Bekerja Swasta	63,27%
3. Bekerja Pegawai	60,00%
4. Bekerja ASN	60,00%
5. Bekerja PNS	60,00%
6. Bekerja TNI	60,00%
7. Bekerja Polri	60,00%

a. Pekerjaan dengan media kampanye yang disukai

Berdasarkan kategori pekerjaan, media kampanye yang paling disukai masih didominasi oleh media sosial, di mana cluster pekerjaan pendidik menjadi cluster dengan jumlah responden paling banyak yang memilih media sosial (67%). Terbesar kedua adalah Aparatur Sipil Negara (ASN) dengan tingkat keterpilihan yang cukup besar, yaitu 57% di media sosial. Cluster ASN perlu diperhatikan karena berhubungan pada program zakat ASN yang sedang diintensifkan. Hasil survei ini menunjukkan media sosial mayoritas dipilih oleh ASN sehingga media sosial dapat dijadikan media kampanye untuk menyelesaikan program zakat ASN.



Grafik 4.3

Media Kampanye yang Paling Disukai Berdasarkan Pekerjaan

Untuk responden dengan latar belakang ibu rumah tangga, siaran TV dipilih oleh mayoritas responden, yaitu sebanyak 43%. Hal ini dapat disebabkan pekerjaan ibu rumah tangga yang lebih banyak dilakukan di rumah sehingga memiliki peluang menonton TV yang lebih tinggi. Cluster Ibu Rumah Tangga cukup penting diperhatikan karena secara umum Ibu Rumah Tangga merupakan cluster yang menentukan keputusan keuangan dalam sebuah rumah tangga. Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa media kampanye yang disukai berdasarkan pekerjaan, pendapatan dan pendidikan adalah media sosial, siaran TV dan spanduk. Artinya, dalam membangun brand image dan brand awareness dengan kampanye zakat, ketiga media ini memiliki potensi yang lebih besar untuk didapatkan dan diterima masyarakat secara luas

8. JAWABAN INFORMAN SEBAGAI INDIKATOR DAN KESIMPULAN JAWABAN

Untuk mengetahui bagaimana jawaban dari para informan yang penulis dapatkan ketika berada di lapangan, maka penulis membuat tabel yang berisikan beberapa pertanyaan yang ditanyakan kepada para informan, serta dilengkapi dengan jawaban-jawaban dan kesimpulan dari jawaban tersebut. Tabel ini juga sebagai metode triangulasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Sebagaimana diketahui, triangulasi adalah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Dalam hal ini penulis menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Dalam tabel ini penulis menggunakan analisis penulis untuk memberikan kesimpulan yang bersumber dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh informan-informan yang penulis jumpai di lapangan. Tabel ini berdasarkan lima stakeholder pentahelix yaitu, Akademisi, Pemerintah, Bisnis, Komunitas dan Media. Pertanyaan-pertanyaan yang penulis berikan adalah berdasarkan rumusan-rumusan masalah serta topik inti yang ingin penulis teliti. Tabel jawaban informan sebagai indikator dan Kesimpulan Jawaban tersedia pada lampiran yang telah disajikan oleh peneliti.

9. KONSEP KEBARUAN (NOVETY) PENELITIAN

a. PENTA HELIX PLUS KAMPANYE ZAKAT

Dalam proses kampanye zakat, lembaga zakat perlu melakukan evaluasi untuk mengukur seberapa efektif kampanye zakat yang telah dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat keberhasilan kampanye zakat tersebut. Tingkat efektivitas dapat diukur dengan menggunakan

epic model yang dikembangkan oleh A.C. Nielsen dan terdiri dari empat faktor yaitu:¹⁰²

a. Empathy (empati) Dimensi empati adalah pendapat konsumen terhadap suatu produk yang dapat dilihat dari seberapa besar konsumen tersebut menyukai produk tersebut. Sehingga dimensi ini dapat menggambarkan tingkat efektifitas sebuah kampanye dari tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu promosi.

b. Persuasion (persuasi) Persuasi, sebagai tingkat lanjut dari empati, adalah dimensi yang menunjukkan rasa ketertarikan dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini dapat dilihat dari informasi apa yang dapat diberikan suatu kampanye untuk meningkatkan nilai pembeli.

c. Impact (dampak) Setelah ada ketertarikan, konsumen akan mulai membandingkan suatu produk dengan merek lain. Dimensi ini menunjukkan tingkat pengetahuan konsumen terhadap produk dan juga tingkat kreativitas iklan suatu produk dibandingkan merek lainnya.

d. Communication (komunikasi) Dimensi terakhir ini melibatkan tiga hal. Pertama adalah kejelasan informasi. Kemudian, kemampuan suatu kampanye dalam mengkomunikasikan pesan. Dan yang terakhir adalah tingkat konsumen memahami serta mengingat suatu produk.

Melalui empat dimensi kritis yang dikenalkan oleh AC Nielsen ini, sebuah kampanye bisa dinilai sejauh mana pesan yang disampaikan dapat disukai, menarik perhatian, memberi dampak dan juga dipahami oleh sasarannya untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki. Lebih jauh, untuk mendorong pengumpulan zakat, kampanye zakat perlu dilakukan secara efektif terhadap masyarakat.

Penelitian Hafidhuddin mengenai Analisis Efektivitas Promosi Lembaga Amil Zakat dalam Penghimpunan Zakat Bagi Peningkatan

¹⁰² Bram, Y. F. Analisis Efektivitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT. Rambang dengan Menggunakan Metode EPIC Model. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya* 3 (6). 2005.

Kesejahteraan Keluarga Dhuafa juga menggunakan EPIC model. Hasil riset menyatakan bahwa sosialisasi dan kampanye zakat memberikan hasil yang positif terhadap kesadaran masyarakat untuk berzakat yang kemudian berimplikasi kepada meningkatnya tingkat penghimpunan zakat.¹⁰³ Di Malaysia, penelitian mengenai kampanye zakat yang efektif untuk meningkatkan pengumpulan zakat. Faktor utama dari kampanye zakat yang efektif adalah peran media. State Islamic Religions Council (SIRC) sebagai lembaga amil zakat di Malaysia memanfaatkan saluran televisi serta radio dalam mengkampanyekan zakat. Media menjadi alat dalam kampanye zakat untuk memengaruhi masyarakat untuk berzakat.¹⁰⁴ Indrawijaya juga meneliti dan menemukan bahwa kampanye social marketing memiliki pengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui lembaga amil.¹⁰⁵

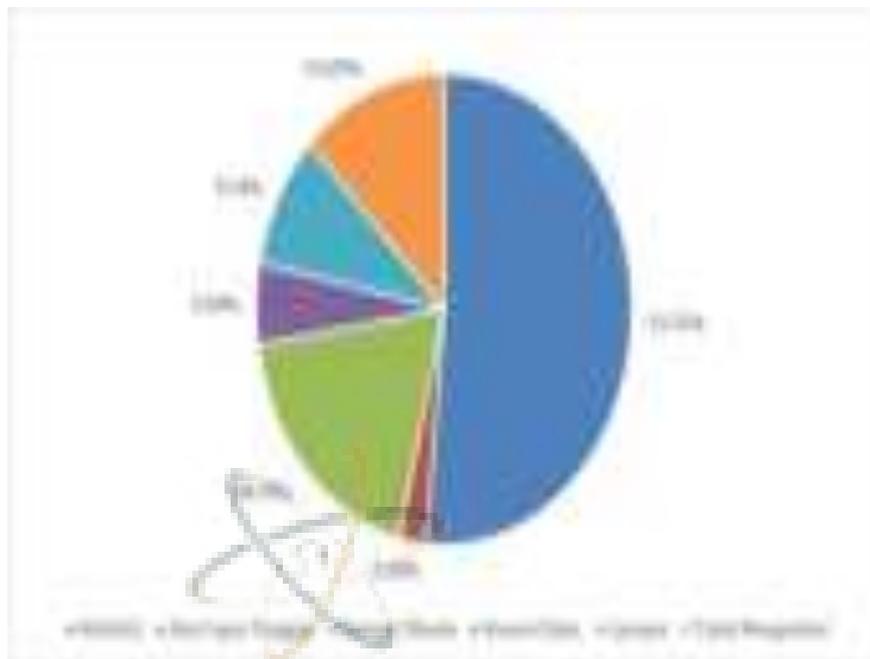
b. MANAJEMEN PERUBAHAN TERENCANA

Top of Mind merupakan suatu pertanyaan terbuka yang berfungsi untuk mengetahui suatu brand atau spesifikasi produk yang ada di pikiran responden pertama kali ketika ditanya terkait suatu industri atau kategori. Dalam riset BAZNAS brand yang dimaksud adalah nama OPZ, sedangkan industri atau kategori dalam hal ini adalah zakat.

¹⁰³ Hafidhuddin, D. (2006). Analisis Efektivitas Promosi Lembaga Amil Zakat Dalam Penghimpunan Zakat Bagi Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Dhuafa (Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Republika). Vol. 30 No. 1 (2006): Media Gizi dan Keluarga

¹⁰⁴ Baznas, efektifitas kampanye Xakat terhadap Brand Lembaga dan Pengumpulan Zakat

¹⁰⁵ Indrawijaya, S. (2016). Peran Kampanye Social Marketing Terhadap Keputusan Masyarakat Untuk Membayar Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat. Vol 5 No 2 (2016): JURNAL MANAJEMEN TERAPAN DAN KEUANGAN



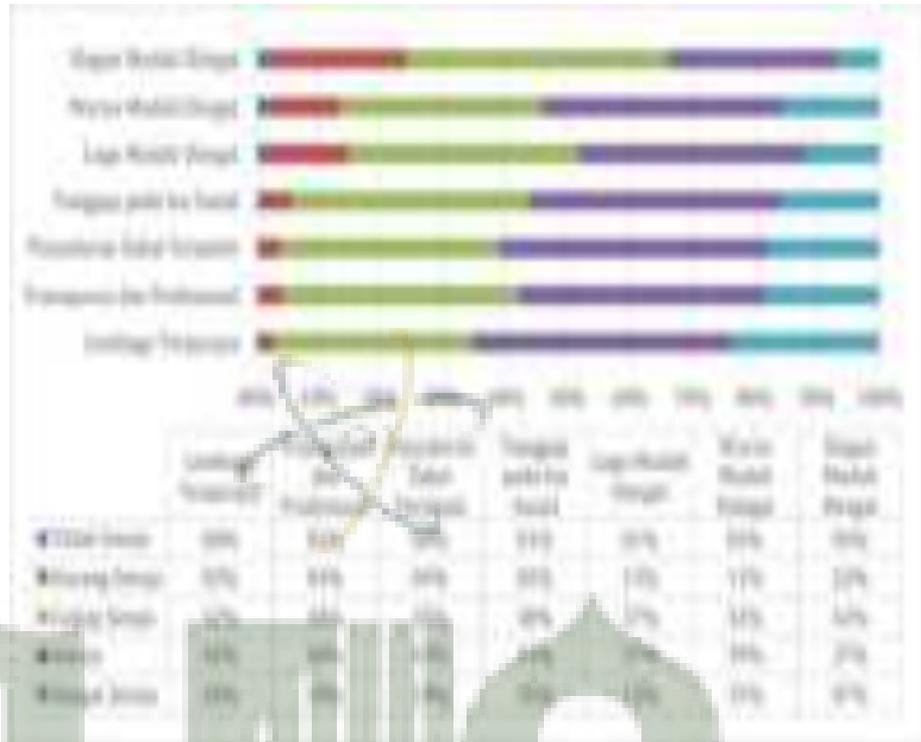
Grafik 4.4

Top of Mind Lembaga Zakat yang Paling Diketahui

Secara umum BAZNAS menjadi Top of Mind Lembaga Zakat yang paling diketahui dengan persentase sebesar 51.52%. Hal ini menjadi pencapaian yang sangat baik bagi BAZNAS karena menunjukkan posisi BAZNAS di Jabodetabek menjadi lembaga zakat yang paling dikenal oleh responden. Selanjutnya lembaga zakat yang memiliki persentase diingat cukup tinggi adalah Dompot Dhuafa (18.78%), Rumah Zakat (5.58%) dan Aksi Cepat Tanggap (2,28%).

Dalam hal ini LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) harus meningkatkan brandnya kepada para muzakki. Brand terdiri dari brand awareness dan brand image. Brand awareness merupakan kemampuan seorang konsumen untuk mengenal dan mengingat sebuah brand di situasi yang berbeda. Sedangkan, brand image adalah respon konsumen dalam mengasosiasikan brand terhadap sesuatu. LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) ini masih berumur 1

tahun sehingga Brand awareness yang melekat pada brand ini belum dikenal dan belum diingat oleh masyarakat secara luas.



Grafik 4.5
Brand Image

Sedikit berbeda dari kategori brand awareness, brand image merupakan sebuah respon konsumen dalam mengasosiasikan brand terhadap sesuatu. Dalam hal ini ada beberapa indikator yang perlu di perhatikan bagi LAZ Alwasliyah Beramal (Washal) dalam hal brand image yaitu: a. lembaga terpercaya, b. transparan dan profesional, c. penyaluran zakat terjamin, d. tanggap pada isu social, e. logo mudah diingat, f. warna mudah diingat, g. slogan mudah diingat.