

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat dalam KBBI berarti jumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh orang yang beragama Islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya (fakir miskin dan sebagainya) menurut ketentuan yang telah ditetapkan oleh syara'. Merujuk ayat Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 60 ada 8 golongan yang berhak menerima zakat yaitu Fakir (orang yang tidak memiliki harta), Miskin (orang yang penghasilannya tidak mencukupi), Riqab (hamba sahaya atau budak), Gharim (orang yang memiliki banyak hutang), Mu'alaf (orang yang baru masuk Islam), Fisabilillah (pejuang di jalan Allah), Ibnu Sabil (musyafir dan para pelajar perantauan), Amil zakat (panitia penerima dan pengelola dana zakat).

Dalam al-Qur'an perintah berzakat telah berulang kali disebutkan hingga 32 kali.

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Artinya : Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'” (QS. Al Baqarah: 43).

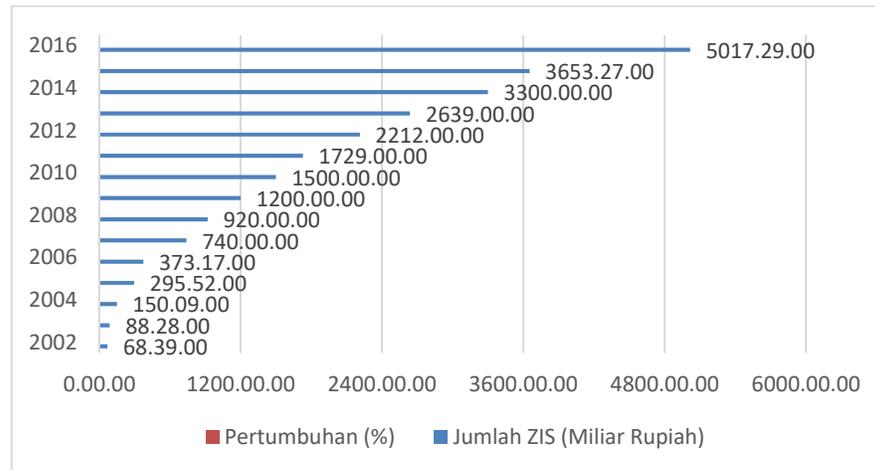
Begitupula dalam hadits ditunjukkan mengenai wajibnya melalui hadis dari Ibnu 'Umar radhiyallahu 'anhuma, ia berkata bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, yang artinya :

“Islam dibangun di atas lima perkara: bersaksi bahwa tidak ada ilah (sesembahan) yang berhak disembah melainkan Allah dan Muhammad adalah utusan-Nya; menegakkan shalat; menunaikan zakat; menunaikan haji; dan berpuasa di bulan Ramadhan. (HR. Bukhari no. 8 dan Muslim no. 16) “.

Banyaknya perintah menunaikan zakat yang telah dijelaskan baik itu di dalam hadis maupun Al-Qur’an membuktikan bahwa memang zakat itu harus dilaksanakan oleh muslim dan muslimin yang memang dalam keadaan ekonomi mampu. Sasaran penerima zakatpun harus sesuai dengan 8 golongan yang telah disebutkan sebelumnya. Apabila penerima zakat bukan termasuk golongan tersebut, maka yang ada kita melakukan infaq atau sadaqoh bukannya berzakat. Jadi, dalam menentukan sasaran zakat kita harus hati-hati dan teliti, agar kita menunaikan zakatnya tepat sasaran dan memberikan manfaat ke si penerimanya.

Organisasi sosial keagamaan yang sedari awal memiliki misi untuk membangun umat melalui lembaga-lembaga sosial dan pendidikan yang dibangun melalui optimalisasi harta zakat, infak, sedekah dan wakaf seperti Muhammadiyah, Nahdatul Ulama, Persatuan Islam dan beberapa lembaga lain seperti Dompot Dhuafa Republika, Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid, Pos Keadilan Peduli Umat, rumah Zakat Indonesia dan sebagainya telah melakukan ekspansi dan ekstensifikasi program di bidang pendayagunaan zakat, infak dan sedekah dengan relatif cukup maju (Latief, 2010: 54). Berikut

pertumbuhan penghimpunan ZIS di Indonesia sebagaimana terlampir dalam diagram.



Sumber : Outlook zakat Indonesia tahun 2018

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penghimpunan ZIS di Indonesia

Berdasarkan outlook zakat Indonesia tahun 2018 yang dipublikasi oleh BAZNAS, Indonesia memang mengalami pertumbuhan zakat dari tahun ke tahun bisa dilihat dari jumlah penerimaan ZIS. Bahkan pada tahun 2007 mengalami persentase peningkatan yang sangat signifikan sebesar 98.30% dari tahun sebelumnya. Penerimaan zakat memang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, akan tetapi jika kita lihat persentasenya Indonesia tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Bisa dilihat bahwa persentasenya naik turun di setiap tahunnya, hal ini membuktikan bahwa belum maksimalnya penghimpunan zakat yang masuk dan kurangnya antusiasme masyarakat.

Indonesia sebagai negara muslim terbanyak di dunia memiliki peluang yang sangat besar dalam mengumpulkan dana-dananya tersebut, dan memang terbukti bahwa potensi zakat yang dimiliki Indonesia mencapai Rp217 Triliun. Penyebaran zakat di Indonesia sendiri mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya, tahun 2016 sebesar 2.931 miliar dan tahun 2017 sebesar 4.860 miliar dimana penyaluran zakat ini sebesar 66,03% dari total zakat yang di himpun. Penghimpunan zakat juga mengalami peningkatan, baik itu dana zakat yang dihimpun oleh Baznas maupun LAZ yaitu 5.017,29 Triliun pada tahun 2016 meningkat menjadi 6.224,37 Triliun pada tahun 2017 dan 8.100 Triliun pada tahun 2018 (Adhiningrat, 2018).

Jokowi menyatakan dalam laman instagram bahwa meskipun penghimpunan zakat meningkat dari tahun ketahun tetapi angka ini relatif sangat kecil dibandingkan dengan potensi yang diperkirakan mencapai 1,75 persen dari PDB atau sekitar Rp 232 triliun pada tahun 2018 (Tim Publikasi Katadata, 2018)

LAZISMU adalah salah satu lembaga amil zakat tingkat nasional yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan zakat, infaq, sadaqah dan waqaf yang di targetkan kepada masyarakat yang memang membutuhkan baik itu peroranga maupun kelompok. LAZISMU di tahun 2002 didirikan oleh PP. Muhammadiyah, lalu disahkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No.

457/21 November 2002. Setelah Undang-undang Zakat nomor 23 tahun 2011 berlaku, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015. LAZISMU sebagai salah satu LAZ nasional telah disahkan melalui SK Menteri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016 (Lazismu, 2016).

Pemetaan muzaki di Lazismu dapat digolongkan menjadi dua golongan besar, golongan yang pertama adalah muzaki perorangan dan yang kedua adalah muzaki *cooporite* atau institusi. Untuk menjangkau para muzaki perorangan Lazismu sangat getol dalam melakukan komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti media *online* dan media *elektronik* (Fahmi, Jurnal Ekonomi Islam, 1, Juni 2019: 14).



Sumber : data diolah dari web Lazismu

Gambar 1.2 Pertumbuhan Penghimpunan ZIS di Lazismu

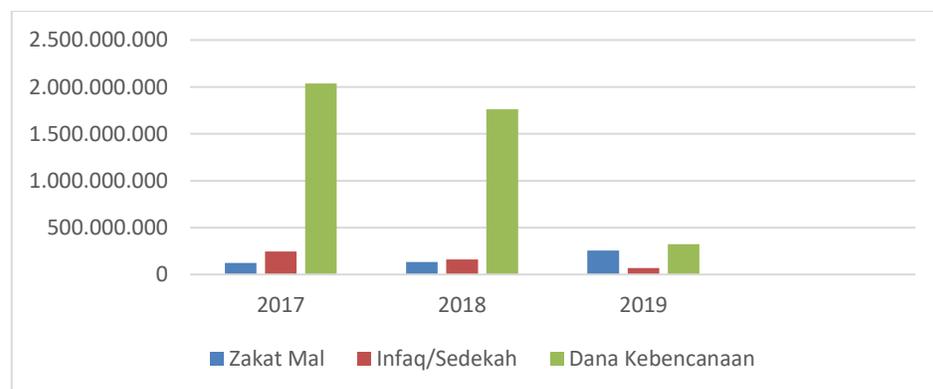
Berdasarkan tabel diatas, dapat terlihat di tiga tahun pertama Lazismu menghimpun dana ZIS mengalami naik turun. Hal ini terjadi karena pada tahun-tahun tersebut belum banyak inovasi dan belum banyak masyarakat yang mengerti tentang lembaga ZIS. Lalu pada tahun-tahun berikutnya terjadi kelonjakan penghimpunan zakat di Lazismu dikarenakan semakin bertambahnya jaringan kerja Lazismu dan program-program inovatif Lazismu yang dilaksanakan di setiap wilayah di Indonesia (Lazismu Jatim, 2017).

Untuk mendorong terlaksananya program-program lazismu dan mampu untuk memberdayakan masyarakat, Lazismu memiliki target pencapaian penghimpunan disetiap tahunnya agar dapat memacu kinerja anggotanya. Proyeksi dan target penghimpunan dana ZIS perdaerah ini disusun agar tiap-tiap daerah mampu menaikkan penghimpunan ZISnya minimal 25% dari tahun sebelumnya.

Lazismu DIY sebagai salah satu kantor pusat layanan Lazismu bekerja sama untuk mendorong meningkatnya kepercayaan masyarakat. Didirikan pada tahun 2017 dibarengi dengan peluncuran program unggulan yaitu 1.000 sarjana, 1.000 UMKM, 1.000 orang tua asuh dan Indonesia siaga diharapkan kantor Lazismu ini mampu kepanjangan tangan dari kantor pusat di Jakarta (Yulianto, 2017).

Pertumbuhan ZIS di Lazismu DIY ini mengalami peningkatan dari tahun 2017-2019. Jumlah muzaki yang tercatat dalam laporan Lazismu DIY sebanyak 90 orang, baik itu muzaki yang melakukan pembayaran zakatnya

secara online, jemput bola bahkan datang langsung ke kantor. Pelayanan Lazismu DIY yang cepat dan mudah dan informasi-informasi yang disampaikan dalam website sudah lengkap dan sangat mudah dimengerti, sedangkan lembaga ZIS lain kita perlu mencermati dengan teliti tentang fitur maupun pelayanan apa yang disampaikan oleh lembaga tersebut. Kelebihan yang dimiliki oleh Lazismu DIY selain pelayanannya ialah bahwa Lazismu DIY merupakan salah satu kantor pelayanan terbesar selain dari Lazismu pusat. Dikarenakan hal itu, Lazismu Pusat memberikan kepercayaan kepada Lazismu DIY untuk mengelola dan menyusun laporan keuangannya sendiri, hal ini sangat memudahkan para peneliti yang nantinya akan melakukan *research* dikarenakan telah tersediannya laporan keuangan yang sudah lengkap. Pertumbuhan ZIS di Lazismu DIY dalam tiga tahun terakhir dapat tercermin dalam diagram berikut.



Sumber : Lazismu DIY

Gambar 1.3 Pertumbuhan ZIS Lazismu DIY

Berdasarkan gambar diatas, pertumbuhan ZIS secara umum di Lazismu DIY mengalami fase naik turun pada tahun 2017 perolehan zakat mal Rp121.888.438; 2018 Rp133.926.160 dan 2019 Rp256.642.121,25 lalu perolehan infaq/sedekah tahun 2017 Rp245.977.596; 2018 Rp159.713.380; 2019 Rp69.111.229 dan dana kebencanaan tahun 2017 Rp2.036.447.060; 2018 Rp1.760.195.983,6 dan 2019 Rp322.261.317. Fase naik turun yang di alami dikarenakan Lazismu DIY bisa dikatakan sebagai pendatang baru dan masyarakat belum banyak mempercayakan dana ZISnya ke Lazismu DIY.

Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2019 tumbuh 10,12 persen. yaitu sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet (Pratomo, 2019).

Banyaknya pengguna Internet terkhusus media sosial ini di manfaatkan lembaga amil zakat untuk menarik minat masyarakat untuk berzakat. Lazismu juga ikut serta dalam mengajak masyarakat untuk mulai berdonasi dan zakat *online* melalui media sosial resmi Lazismu. Hal ini terbukti dari banyaknya *tweetyang* di upload oleh media sosial Lazismu lalu meningkatnya donasi dan zakat online oleh muzaki.

Tabel 1.1 Digital Fundrising Lazismu Januari sd November 2018

Media	
WEBSITE	Hit : 9.575.441 Kunjungan : 151.719
Instagram	Post : 3.792 Followers : 11.300 Following : 123
Facebook	Followers : 35.290 Persentase Pria 67% dan wanita 33%
Twitter	Tweets : 42.600 Tweet Impressions : 276.000 Profil Visits : 1.588 Followers : 27.600 Following : 8.000

Sumber : Laporan Tahunan Lazismu tahun 2018

Jika dibandingkan dengan *crowdfunding* yang populer, web lazismu.org memiliki tingkat konversi donasi yang lebih tinggi. *Conversion rate* lazismu.org berada diangka 18,98% artinya dari 1000 orang yang melihat page donasi lazismu.org 189 orang diantaranya melakukan donasi. Sedangkan di crowdfunding yang sudah populer dari data yang tingkat conversinya hanya 6,6% (Laporan tahunan Lazismu tahun 2018).

Meningkatnya penggunaan media sosial dari tahun ketahun menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang peka dan mau untuk mulai mengenal media sosial maka dari itulah lembaga Lazismu mulai

semangat untuk mempromosikan berbagai program-program dan ajakan untuk berzakat.

Dikarenakan hal-hal yang telah dijelaskan, peneliti ingin menganalisis efektivitas strategi media sosial dalam meningkatkan kesadaran berzakat di Lazismu. Pemilihan lembaga di Lazismu karena Lazismu merupakan salah satu lembaga amil zakat nasional yang semakin digitalisasi, LAZ dengan pertumbuhan penghimpunan terbaik serta terakreditasi A untuk audit sehingga peneliti menyusun judul “Efektivitas Strategi Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Berzakat di LazismuDIY”.

B. Rumusan Masalah

Ketimpangan ekonomi di Indonesia menjadi tugas besar pemerintah dan masyarakat untuk mampu meratakannya. Pemerataan pendapatan maupun ekonomi ini bukan hanya dengan kita memberikan bantuan ekonomi berupa uang akan tetapi juga bisa dilakukan dengan memberdayakan masyarakatnya agar mandiri dan mampu menghasilkan ekonominya sendiri. Dan juga dapat melalui media-media sosial yang menjadi media paling populer saat ini untuk menyadarkan masyarakat tentang seberapa besarnya berbagi melalui zakat.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah efektivitas media sosial Instagram berpengaruh terhadap peningkatkan kesadaran berzakat di LazismuDIY?

2. Apakah efektivitas media sosial Facebook berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berzakat di LazismuDIY?
3. Apakah efektivitas media sosial Twitter berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berzakat di LazismuDIY?
4. Apakah efektivitas media sosial melalui instagram, facebook dan twitter secara bersamaan berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berzakat di Lazismu DIY?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berfungsi untuk mengarahkan dan memfokuskan suatu penelitian untuk memecahkan permasalahan yang telah dirumuskan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulis adalah :

1. Untuk mengetahui apakah efektivitas media sosial Instagram berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berzakat di LazismuDIY.
2. Untuk mengetahui apakah efektivitas media sosial Facebook berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berzakat di LazismuDIY.
3. Untuk mengetahui apakah efektivitas media sosial Twitter berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berzakat di LazismuDIY.
4. Untuk mengetahui apakah efektivitas media sosial melalui instagram, facebook dan twitter secara bersamaan berpengaruh terhadap peningkatan kesadaran berzakat di Lazismu DIY

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dari sisi teoritis maupun praktis nantinya. Manfaat dari penelitian mengenai “Efektivitas Strategi Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Berzakat di LazismuDIY”

1. Dari sisi teoritis, yaitu dapat memberikan kontribusi dalam penyampaian wawasan serta pikiran yang telah didapatkan penulis selama masa perkuliahan. Lalu dapat juga berkontribusi mendorong lembaga filantropi Islam untuk terus berusaha berinovasi untuk mampu menyesuaikan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.
2. Dari sisi praktis, yaitu dapat memberikan masukan bagi lembaga filantropi Islam tentang bagaimana cara mendorong masyarakat terus dan konsisten dalam mendonasikan zakatnya dan memberikan perubahan ekonomi bagi masyarakat-masyarakat lainnya. Serta dapat mengetahui apakah strategi media sosial yang selama ini digunakan telah dapat mempengaruhi kesadaran berzakat masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Terdiri dari landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari definisi variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari hasil penelitian secara sistematika kemudian dianalisis dengan menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Terdiri dari kesimpulan, kritik dan saran peneliti.