

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia berpredikat sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, sehingga memiliki potensi zakat, infak, sedekah dan wakaf yang tinggi. Namun di sisi lain, termasuk negara yang memiliki angka kemiskinan yang tinggi pula. Potensi yang dimiliki tersebut diharapkan mampu menjadi sebagai salah satu jalan untuk mengatasi kemiskinan, tentunya dengan pengelolaan yang efektif dan tepat guna. Pada tahun 2019 Indonesia memiliki potensi zakat sebesar Rp 252 Triliun, namun hanya terhimpun 8,1 triliun. Hal ini tentu sangat jauh dibandingkan dengan total keseluruhan potensi zakat yang baru terealisasi sebesar 3% saja (Medialampung.co.id, 2020). Dengan demikian, diperlukanlah suatu strategi efektif untuk menghimpun dan mengoptimalkan potensi zakat yang dimiliki Indonesia.

Menurut Menko PMK (Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan) Muhajir Effendy, zakat bisa menjadi salah satu upaya pengentasan kemiskinan di Indonesia. Dalam penjelasannya, ia menyebutkan total potensi zakat di Indonesia sebesar Rp 327,6 triliun. Menurut data yang diambil dari *outlook* data zakat tahun 2021 Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) (JawaPos.com, 2021). Sedangkan dari potensi tersebut, hanya sekitar 21,7 % atau Rp 71,4 triliun yang sudah ditunaikan oleh para *muzakki*. Sisanya masih menyalurkan zakatnya tidak melalui jalur lembaga pengelola zakat yang resmi dan diakui oleh BAZNAS.

Menurut data Biro Pusat Statistik Kota Yogyakarta, angka - angka yang mengembirakan bagi warga kota Yogyakarta karena nilai - nilai dengan indikator

penduduk miskin, laju pertumbuhan ekonomi, dan indeks pembangunan menunjukkan kemajuan dibandingkan dengan rata – rata di provinsi DIY. Dari tahun ke tahun angka penduduk miskin mengalami penurunan yaitu 0,04% pada tahun 2017 dan 0,06% pada tahun 2018 yang berarti bahwa sudah berkurangnya orang miskin di daerah kota Yogyakarta. Sedangkan angka laju pertumbuhan ekonomi dan indeks pembangunan manusia terus mengalami kenaikan, sehingga menunjukkan perkembangan dan kemajuan di daerah kota. Namun, tetap diperlukannya upaya dari berbagai pihak untuk tetap mengatasi masalah kemiskinan. *Trend* positif ini akan terus dijaga dan sebagai acuan bagi daerah lainnya sehingga mampu mewujudkan negara yang sejahtera dan makmur.

Dalam kegiatannya, lembaga amil zakat akan menggunakan komunikasi persuasif untuk menghimpun dana. Penghimpunan tersebut dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Penghimpunan langsung dilakukan dengan cara berinteraksi secara langsung dengan para calon donatur. Sedangkan penghimpunan tidak langsung dilakukan melalui unggahan konten berinfak, zakat dan sedekah melalui akun media lembaga terkait di internet.

Internet menjadi sarana yang dapat digunakan untuk memaksimalkan penghimpunan dana ZIS yang dilakukan oleh lembaga amil zakat. Berbagai terobosan dan strategi dilakukan untuk menarik para calon donatur agar mau berdonasi melalui lembaga terkait. Sehingga terbukalah berbagai macam jalan untuk mengoptimalkan penghimpunan dana dari potensi ZIS di Indonesia.

Di sisi lain, dengan berkembangnya sistem pembayaran digital, selain memudahkan transaksi perbelanjaan, juga memudahkan pembayaran zakat, infak serta sedekah. Fitur baru seperti QRIS, memudahkan setiap orang untuk melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Tidak perlu lagi mendatangi kantor untuk berdonasi selain dengan cara transfer.

Kemudahan yang sudah ada, dikemas sedemikian rupa untuk menarik para calon donatur agar mau menyumbangkan hartanya melalui fitur pembayaran yang ada, sehingga ada harapan untuk meningkatkan jumlah himpunan dana yang dilakukan oleh lembaga amil zakat terkait.

Untuk mencapai tujuan persuasif maka diperlukanlah teknik – teknik komunikasi persuasif. Sehingga penataan pesan, termasuk teknik yang digunakan begitu penting untuk diperhatikan. Teknik komunikasi persuasif sendiri memiliki pengertian ialah cara penyampaian pesan untuk membuat dampak tertentu pada komunikan. Menurut Onong Uchjana, ada 5 teknik komunikasi persuasif, teknik – teknik tersebut yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red herring*.

LAZISMU merupakan suatu lembaga ZIS (Zakat, Infak, Sedekah) yang berada dalam naungan Muhammadiyah. Lembaga ini berkhidmat dengan cara mendayagunakan secara produktif dan tepat guna dana yang terkumpul melalui penghimpunan (*fundraising*) zakat, infak dan sedekah dari perseorangan, instansi, lembaga maupun perusahaan. PP Muhammadiyah mendirikan LAZISMU pada tahun 2002, kemudian dikukuhkan oleh Menteri Agama menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional dengan Surat Keputusan nomor 457/21 November 2002. Disertai dengan telah berlakunya UU Zakat nomor 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014 dan Keputusan Menteri Agama nomor 333 tahun 2015. Pada tahun 2016, LAZISMU kembali dikukuhkan melalui SK Menteri Agama nomor 730 tahun 2016 . LAZISMU didirikan dengan maksud untuk menjadi lembaga pengelola zakat yang mampu memberikan kontribusinya dalam mendorong negara Indonesia mengatasi masalah kemiskinan.

Lazismu memiliki beberapa kelebihan dalam hal kelembagaannya. Kelebihan tersebut di antaranya ialah unggul dalam sistem gerakan yang meniru pola gerakan

Muhammadiyah, kepemimpinan dalam organisasi, sistem jaringan yang dimiliki dan aksi layanan. Pernyataan tersebut dikemukakan oleh Ketua Badan Pengurus Lazismu Pusat Prof Hilman Latief dalam acara rapat kerja wilayah Lazismu se Jawa Tengah tahun 2020 (Republika.co.id, 2020). Selain itu, berdasarkan hasil tesis yang dilakukan oleh Muhammad Arifin Lubis yang menunjukkan bahwa kelebihan Lazismu terletak pada sistem jaringan yang dimiliki oleh Muhammadiyah, berbekal dari *database* para *Muzakki* yang berasal dari daftar nama para pimpinan, anggota dan simpatisan Muhammadiyah setempat menjadi modal berharga dan penting bagi Lazismu untuk menghimpun dana dan penyaluran ZIS bagi si penerima manfaat (Lubis, 2019).

Kantor layanan LAZISMU Umbulharjo memiliki kelebihan dalam hal metode *fundraising* dengan memanfaatkan media sosial. Selain itu, LAZISMU Umbulharjo telah mendapatkan penghargaan dari LAZISMU DIY *Award* kategori *fundraising* digital terbaik pada tahun 2020 (Instagram.com, 2020). Penghargaan itu diperoleh dari acara LAZISMU *Award* DIY dan beberapa penghargaan lain yang telah diperoleh. Hal tersebut menunjukkan bahwa lembaga tersebut telah mencapai tujuan persuasif untuk menghimpun dana secara optimal melalui media dalam jaringan/ digital.

Peneliti mencoba menggali teknik komunikasi persuasif salah satu lembaga ZIS yang berada di kota Yogyakarta, khususnya kecamatan Umbulharjo. Perolehan zakatnya secara terus menerus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, terutama pada tahun 2017 yaitu sebesar 63.856.900 rupiah yang sangat signifikan dibanding tahun sebelumnya yang hanya memperoleh 18.492.000 rupiah (Sany, 2019). Peneliti mencoba mencari tahu teknik dalam perspektif komunikasi persuasif yang digunakan oleh kantor layanan LAZISMU Umbulharjo, sehingga dengan penelitian tersebut, hasilnya bisa dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran dan pengembangan teori komunikasi persuasif.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, pokok masalah yang terdapat di dalam penelitian ini ialah :

1. Potensi zakat, infak dan sedekah di Indonesia belum dikelola secara maksimal.
2. Lembaga Amil Zakat perlu memiliki teknik persuasi yang bagus untuk memaksimalkan potensi zakat tersebut dengan mengoptimalkan semua media, termasuk media digital.
3. LAZISMU adalah lembaga amil zakat yang sudah mengantongi izin dan secara resmi telah diakui oleh pemerintah serta memiliki beberapa kelebihan dalam kelembagaannya yaitu sistem jaringan yang diperoleh dari Muhammadiyah.
4. LAZISMU Umbulharjo merupakan lembaga amil zakat dengan predikat lembaga *fundraising* digital terbaik, hal ini menunjukkan bahwa lembaga tersebut telah mencapai tujuan persuasif untuk menghimpun dana secara optimal melalui media dalam jaringan.
5. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mengelaborasi teknik komunikasi persuasif penghimpunan dana melalui *instagram* oleh LAZISMU Umbulharjo untuk mengembangkan teori komunikasi persuasif dalam hal penghimpunan dana serta menjadi pelajaran bagi lembaga lain yang sejenis.

## 1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana teknik komunikasi persuasif penghimpunan dana melalui *instagram* oleh LAZISMU Umbulharjo ?
2. Apa faktor - faktor yang mempengaruhi pada teknik komunikasi persuasif penghimpunan dana melalui *instagram* oleh LAZISMU Umbulharjo ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Mengelaborasi teknik komunikasi persuasif penghimpunan dana melalui *instagram* oleh LAZISMU Umbulharjo.
2. Mendeskripsikan faktor – faktor yang mempengaruhi teknik komunikasi persuasif penghimpunan dana melalui *instagram* oleh LAZISMU Umbulharjo.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berikut ini manfaat yang diperoleh dari penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai pengembangan teori komunikasi persuasif mengenai penghimpunan dana melalui *instagram* oleh lembaga amil zakat.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan rujukan untuk lembaga sejenis dalam memaksimalkan penghimpunan dana dalam jaringan.