

KONTRIBUSI SOSIALISASI LAZIZ NU YOGYAKARTA TERHADAP PERILAKU MUZAKKI DALAM MENUNAIKAN ZAKAT

Nur Sya'adi

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

E-Mail: nursyaadi0817@gmail.com

Dimas Pratomo

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

E-Mail: dimaspratomo@radenintan.ac.id

Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah

Website: <http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/tapis/index>

DOI: <http://dx.doi.org/10.32332/tapis.v3i1.1485>



This article is distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract

The socialization of a procedure for collecting zakah is very important given to the Zakah Agency to carry out its management effectively and efficiently. This study examines the performance of Zakah, Infaq, Shodaqoh Agency of Nahdlatul Ulama (LAZIS NU) of Yogyakarta, where the zakah availability reaches 4.3 billion Rupiah per year, however, in reality, the LAZIS NU of Yogyakarta is only able to compile zakah as much 135 million Rupiah per year. This study tries to analyze how does the management and socialization of LAZIZ NU of Yogyakarta in running out its duty. The type of this research is a descriptive qualitative study by using an interactive analysis model by means of the inductive method.

Based on the research results the implementation of the LAZIS NU's socialization Yogyakarta did not quite maximal, this was caused by the lack of socialization, the lack of human resources in conducting the socialization. That condition brought the funds raised were still far from the expectation. By this reason, the concrete action needs to be implemented related to fix those problems. The managerial must continuously improve programmed evaluations so that all activities can be controlled and easily evaluated.

Keywords: Socialization, LAZIZ NU, Zakah, Muzakki

Abstrak

Sosialisasi tata cara pengumpulan dana zakat sangat penting diberikan kepada Lembaga Amil Zakat agar pengelolaan zakat dapat berjalan secara efektif dan efisien. Penelitian ini mengkaji kinerja Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kota Yogyakarta, dimana potensi zakat yang tersedia yakni mencapai 4,3 Miliar pertahun namun pada kenyataannya LAZISNU Kota Yogyakarta hanya mampu mendapatkan dana zakat sebesar 135 juta pertahun. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis bagaimana pengelolaan dan sosialisasi LAZIZNU Yogyakarta dalam

pengumpulan zakat melalui kinerja manajemennya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan model analisis interaktif dengan cara metode induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dalam implementasi sosialisasi LAZISNU Kota Yogyakarta terlihat belum cukup maksimal, hal ini disebabkan oleh tidak terprogramnya sosialisasi, kurangnya jumlah SDM dalam melakukan sosialisasi, dan struktur organisasi yang belum baik sehingga dana yang terhimpun masih jauh dari potensi yang ada. Untuk itu perlu dilakukan langkah kongkrit dari pihak manajemen terkait dengan permasalahan diatas. Adapun kiat yang perlu ditingkatkan adalah adanya evaluasi secara terus menerus dan terprogram agar segala aktivitas dapat terkontrol dan mudah dievaluasi.

Kata Kunci: Sosialisasi, LAZIZ NU, Zakat, *Muzakki*

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Penduduk Indonesia menurut data pertumbuhan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik 2018 berjumlah 254.9 juta jiwa¹ dan 85% penduduknya mayoritas beragama Islam atau sekitar 182.5 juta jiwa, sehingga Indonesia termasuk dalam jumlah penduduk muslim terbesar di dunia walaupun Indonesia bukan Negara Islam. Dengan jumlah penduduk muslim sebesar ini seharusnya Indonesia memiliki potensi yang sangat besar yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan melalui instrumen kebijakan fiskal dalam Ekonomi Islam yaitu zakat.

Amil Zakat Nasional dalam bukunya *OutLook Zakat* tahun 2017 menyatakan bahwa potensi zakat saat ini terhitung mencapai Rp. 286 triliun pertahun, namun faktanya dana zakat yang berhasil terkumpul hanya sebesar tidak lebih dari 1.3% atau tidak lebih dari Rp. 2,3 triliun pertahun.² Hal tersebut mencerminkan belum optimalnya penghimpunan zakat yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Di Indonesia sendiri Lembaga Amil Zakat berbeda dengan Badan Amil Zakat yang dibentuk oleh negara. LAZ tumbuh atas dasar inspirasi masyarakat sehingga pergerakannya lebih cenderung pada usaha

¹ Badan Pusat Statistik, *Jumlah Penduduk Indonesia 2016*, Tersedia di <https://www.bps.id> pada hari Kamis, tanggal 07 Februari 2019 jam. 05.00WIB

² Badan Amil Zakat Nasional, *Potensi Zakat di Indonesia*, dikutip dari http://id.m.wikipedia.org/wiki/Badan_Amil_Zakat_Nasional pada hari Kamis, 07 Maret 2019, 05.30 WIB

swasta atau swadaya. Sehingga yang menjadi pekerjaan amil zakat paling besar diantara usaha-usaha lain yaitu pengumpulan dan pendayagunaan zakat.

Pengembangan sosialisasi zakat yang lebih baik diperlukan suatu terobosan ataupun manajemen yang lebih teratur guna untuk menarik perilaku masyarakat dalam membayar zakat, semakin meningkatnya perilaku muzakki dalam menunaikan zakat maka akan berdampak kepada semakin besarnya dana yang akan dikelola oleh LAZ. Sehingga dana zakat yang sudah terkumpul akan dialokasikan kepada yang berhak menerima dan dapat dimanfaatkan sebagai modal usaha, untuk pemberdayaan ekonomi penerimanya, dan fakir miskin dapat membiayai kebutuhan secara konsisten.

Adapun esensi dari kontribusi strategi sosialisasi dalam rangka untuk meningkatkan pengelolaan zakat di Lembaga Amil Zakat adalah melihat sosialisasi yang dilakukan oleh LPZ secara umum memiliki tujuan atau target agar calon muzakki memiliki keyakinan yang kuat untuk mengeluarkan zakatnya lewat LPZ. Ini artinya selaras dengan manajemen sosialisasi. Manajemen sosialisasi sendiri dalam pengelolaan zakat memiliki urgensi karena pelaksanaan sosialisasi zakat mestinya tidak hanya dilaksanakan dengan serta merta. Dalam hal perencanaan sosialisasi, terdapat beberapa hal yang perlu direncanakan, misalnya menyangkut tujuan dan target sosialisasi, sasaran sosialisasi, waktu sosialisasi, dan pelaksanaan sosialisasi.

Peneliti tertarik dengan apa yang menjadi realitas kinerja LAZISNU Kota Yogyakarta, dengan potensi zakat yang ada yakni mencapai 4,3 Miliar pertahun.³ Tetapi dalam kenyataannya LAZISNU Kota Yogyakarta hanya mampu mendapatkan dana zakat sebesar 136 juta pertahun, selain itu keadaan yang ada apabila dihitung jenjang waktu tiga tahun belakangan ini peningkatan dana zakat yang dikelola tidak menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan.

³ Wawancara, Fatkhul Hakim (pengurus Lazisnu Kota Yogyakarta) 17 Januari 2019

Tabel 1. Perhimpunan Zakat Kota Yogyakarta

Tahun	Zakat yang dihimpun	Keterangan
2016	Rp.122 Juta	Meningkat
2017	Rp.127 Juta	Meningkat
2018	Rp.135 Juta	Meningkat

Sumber: Dokumentasi LAZISNU Kota Yogyakarta

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa zakat yang dihimpun terus mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir yakni pada tahun 2016 sebesar 122 juta, 2017 sebesar 127 dan 2018 sebesar 135 juta. Namun peningkatan tersebut masih cukup jauh dari potensi zakat yang dapat dihimpun sehingga hal ini menunjukkan adanya permasalahan yang kompleks. Menurut R. Timorita dalam disertasinya, terdapat beberapa factor yang menjadi problematika dalam pengelolaan zakat yakni;⁴ 1) peran pemerintah (regulasi), 2) pihak amil zakat (SDM), 3) kesadaran masyarakat yang enggan untuk membayar zakat melalui lembaga amil zakat (LPZ).

Fokus dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pengelolaan dan sosialisasi LAZIZ NU Yogyakarta dalam pengumpulan zakat melalui kinerja manajemen yang dalam hal ini adalah pihak amil zakat (SDM) dimana dalam menghimpun dan mengelola zakat dari masyarakat terlihat belum cukup maksimal.

B. KAJIAN TEORI

1. Esensi Dasar Zakat

Zakat adalah istilah Al-Quran yang menandakan kewajiban khusus memberikan sebagian kekayaan sebagian individu dan harta untuk amal. Secara harfiah zakat berasal dari akar kata dalam bahasa Arab yang berarti memurnikan dan menumbuhkan.⁵ Menurut lisanul Arab arti dasar dari kata zakat ditinjau dari sudut bahsa adalah suci, tumbuh, berkah dan terpuji, semua digunakan dalam Al-Quran dan Hadis. Zakat dalam Al-Quran juga

⁴ Rahmani Timorita Yulianti, *Good Corporate Governance di Lembaga Zakat*, (Yogyakarta:Kaukab Dipantara, 2016) hlm. 17

⁵M.A. Manan, *Islamic Economic:Theory and Practice*, (Cambridge: Hodder and Stroughton, 1986) , hlm. 17

disebutkan dengan kata *shadqah*, sehingga Mawardi bahwa mengatakan *Shadaqah* itu adalah zakat dan zakat itu adalah *shadaqah*, berbeda nama tapi arti sama.⁶

Zakat menurut istilah fikih, berarti jumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah yang diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Nawawi mengutip pendapat Wahidi bahwa jumlah yang dikeluarkan dari kekayaan itu menambah banyak, membuat lebih berarti, dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan.⁷

2. Manajemen Zakat Organisasi Pengelola Zakat

Eri Sudewo membagi manajemen pengelola zakat menjadi dua yakni manajemen penggalan dana yang dimaksudkan adalah.⁸

- a) *Kmapanye*. Proses ini adalah bagian dari proses untuk membangkitkan kesadaran membayar zakat.
- b) *Kerjasama program*. *Kerjasama* dapat juga dilaksanakan lewat *kerjasama lembaga* atau organisasi yang berbentuk perusahaan ataupun yang berbentuk *fundraising*.
- c) *Seminar dan diskusi* dalam rangka sosialisasi zakat, *galang dana* atau *menghimpun* dengan cara melakukan seminar dan diskusi dengan dibuat tema yang kira-kira relevan dengan kegiatan dan kiprah OPZ.
- d) *Pemanfaatan rekening bank* bermaksud memberikan kemudahan donatur menyalurkan dana.

Sedangkan manajemen layanan donatur yang dapat dilakukan antara lain:⁹

- a) Melakukan pendataan calon donatur atau yang sudah menjadi donatur dengan diimbangi sistem dokumentasi yang rapi.
- b) Menerima dan memberikan solusi keluhan donatur dan masyarakat secara meluas.

⁶Nurul Huda dkk, *Zakat Perspektif Mikro Makro Pendekatan Riset*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Prenadamedia, 2015), hlm. 1

⁷Qardhawi, *Hukum Zakat*, diterjemahkan Salman Harun dkk., (Jakarta: Pustaka Litera Antar Nusa, 2010), hlm. 34-35

⁸Departemen Republik Indonesia Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Standarisasi Manajemen Zakat*, (Jakarta: tnp., 2007). hlm. 20

⁹*Ibid*, hlm. 201-204

- c) *Follow up* keluhan-keluhan yang datang dan mencari solusi yang kongkrit.¹⁰

3. Sosialisasi Organisasi Pengelola Zakat

Melihat sosialisasi yang dilakukan oleh LPZ secara umum memiliki tujuan atau target agar calon muzakki memiliki keyakinan yang kuat untuk mengeluarkan zakatnya lewat LPZ. Ini artinya selaras dengan manajemen sosialisasi. Manajemen sosialisasi sendiri dalam pengelolaan zakat memiliki urgensi karena pelaksanaan sosialisasi zakat mestinya tidak hanya dilaksanakan dengan serta merta.

Dalam hal perencanaan sosialisasi, terdapat beberapa hal yang perlu direncanakan, misalnya menyangkut tujuan dan target sosialisasi, sasaran sosialisasi, waktu sosialisasi, dan pelaksanaan sosialisasi. Dalam sosialisasi, proses-proses ini sangat penting, karena tujuan sosialisasi bukan hanya sekedar menyampaikan ajaran Islam. Ada beberapa strategi atau kiat-kiat sosialisasi yang efektif dalam menarik simpati calon *muzakki* yang harus dilakukan oleh LPZ yakni dengan cara:¹¹

- a) Melakukan studi banding ke daerah yang lebih dahulu menerapkan strategi sosialisasi zakat.
- b) Mendatangi wajib pajak lalu dilakukan ceramah dan penjelasan tentang seluk beluk kewajiban membayar zakat.
- c) Menyebarkan famplet dan brosur serta tulisan-tulisan yang berkenaan dengan zakat.
- d) Melakukan diskusi dan tanya jawab lewat media TV dan radio.
- e) Mempublikasikan semua kegiatan LPZ khususnya tentang kewajiban dalam membayar zakat di media cetak.
- f) Dengan memaksimalkan peran tokoh agama

4. Teori-Teori Dasar Perilaku

- a) *Theory of Reasoned Action*

¹⁰*Ibid*, hlm.91-9

¹¹Muslihun, Manajemen Sosialisasi Dalam Menarik Simpati Wajib Zakat Pada BAZNAS Kota Mataram dan NTB, *Penelitian Keislaman*, Vol.10, No. 1, Januari 2014, <http://ejurnal.iainmataram.ac.id/index.php/lemlit/view/17/12>, diakses pada 13 April 2018. Pkl. 05.00 WIB

Teori ini bermula dari penelitian yang dilakukan oleh La Pierre pada tahun 1934. La Pierre mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan ketidak konsistenan antara sikap dan perilaku. Pada suatu waktu, dia pergi keliling Amerika, dengan disertai seorang keturunan China. Dari 251 hotel restoran dan tempat wisata yang dikunjunginya, hanya 1 kali menerima penolakan. Setelah 6 bulan berlalu, La Pierre mengirim surat ke semua tempat yang dia kunjungi tersebut, dengan pertanyaan utama “Apakah anda mau menerima tamu dari ras china?” Hampir 90% dari surat menjawabnya dengan “Tidak” Terlihat bahwa ada ketidak konsistenan jawaban para pemilik tempat tersebut dengan perilaku mereka.¹²

b) Perilaku

Menurut Skinner seorang ahli psikologis mengatakan perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Dalam memahami perilaku manusia pada umumnya dibedakan menjadi dua pendekatan yaitu pertama pendekatan yang

5. Perilaku Membayar Zakat

Zakat dapat disalurkan dalam bentuk barang maupun uang, keempat maddzhab sepakat bahwa lebih utama zakat dikeluarkan dalam bentuk uang. Menunaikan zakat juga diperbolehkan untuk melakukan baik setiap mendapatkan penghasilan ataupun dengan pilihan menghitung setelah satu tahun baru akan dibayarkan kewajiban zakatnya yang harus dikeluarkan berdasarakan perhitungan yang sudah dilakukan sebelum menunaikan zakat. Begitu juga realitas dalam LAZISNU Kota Yogyakarta, dari keseluruhan muzakki yang ada perilaku dalam menunaikan zakat juga berbeda-beda. Mulai dari setiap minggu , setiap bulan bahkan ada beberapa setiap tahun pembayaran disesuaikan dengan penghasilan masing-masing muzakki. Tidak ada pendapat yang berbeda pendapat dari berbagai Ulama madzhab besar dalam membayar zakat apakah harus melalui sistem

¹²Anton Priyo Nugroho, *Pengaruh Religiusitas Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung Di Perbankan Syari'ah*, (Desertasi), UIN Sunan Klajjaga Yogyakarta, 2015, hlm 37-38

langsung dipotong gaji karyawan berdasarkan aturan yang berlaku disuatu perusahaan ataupun instansi.¹³

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak manajemen LAZISNU Kota Yogyakarta, staf bidang sosialisasi, delapan Muzaqi dan para tokoh agama disekitar kantor LAZISNU Kota Yogyakarta, diantara informan tersebut merupakan rekomendasi dari ketua LAZIS NU Kota Yogyakarta. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan data primer yakni Wawancara dan Dokumentasi, dan Observasi dilokasi kantor, rumah dan tempat berdagang para Muzaqi dalam jenjang waktu yang berbeda-beda.

Analisis data yang digunakan adalah model analisis interaktif dengan menggunakan metode induktif, dimana peneliti memaparkan data yang diperoleh dilapangan, mengenai pelaksanaan strategi sosialisasi di LAZIS NU Kota Yogyakarta. Mulai dari kegiatan pengumpulan guna mendapatkan suatu kesimpulan yang dapat digeneralisir.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a) Sosialisasi LAZIS NU Kota Yogyakarta

Berbagai bentuk sosialisasi telah diupayakan dalam rangka optimalisasi penghimpuna dana ZIS. Sosilaisasi berupa menjalankan berbagai macam program promosi antara lain memasang spanduk yang besar ditempat strategis. Sepanduk berisikan himbauan kepada masyarakat agar mau menyalurkan ZIS-nya pada LAZISNU Kota Yogyakarta, selain itu sosilaisasi dialkukan dengan mengirim surat edaran kepada pengurus Pimpinan Cabang Nahdlatul Ulama yang ada di Kota Yogyakarta didalam yang termasuk tokoh-tokoh Nahdlatul Ulama yang memiliki pengaruh terhadap masyarakat disekitar.¹⁴

¹³Uzaifah, Studi Deskriptif Prilaku Dosen Perguruan Tinggi Islam DIY Dalam Membayar Zakat, *La_Riba Jurnal Ekonomi Islam*, Vol I. No. I Juli 2007, diakses di 06http://www.scribd.com.dokumen. 06 April 2017, pkl. 21.00 WIB

¹⁴Wawancara, Ibu Nur Hayati, Diambil Pada Tanggal 22 Maret 2018, pkl. 19.00 WIB

Sosialisasi yang dilakukan bukan lain memiliki tujuan untuk menambah kepercayaan muzakki/masyarakat terhadap lembaga yang memberikan dampak positif terhadap umat. Sedangkan elektronik bisa melalui televisi, radio ataupun media elektronik lainnya. Selain kedua media tersebut, publikasi juga dapat dilakukan secara langsung ke masyarakat, hal ini dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan sosialisasi, seminar, bedah buku, diskusi dan berbagai forum pertemuan lainnya.

1. Strategi sosialisasi yang pertama dilakukan dan sampai sekarang masih dilakukan oleh LAZISNU Kota Yogyakarta adalah penyebaran brosur, salah satu alasan kenapa strategi sosialisasi ini dipertahankan menurut pengurus LAZISNU Kota Yogyakarta adalah tidak terlalu besarnya biaya yang harus dikeluarkan dan bisa langsung tepat sasaran yakni dengan cara disebar langsung kepada masyarakat, atau bisa dikatakan calon muzakki yang sudah ditentukan oleh pihak pengurus.
 2. Pemasangan sepanduk yang dilakukan LAZISNU merupakan salah satu program strategi sosialisasi yang dilakukan, dalam rangka untuk menarik masyarakat menunaikan zakat dan menambah dana yang dihimpun oleh lembaga, setelah berdirinya LAZISNU dua tahun yang lalu pemasangan sepanduk sudah dilakukan sejak awal pendirian.
 3. LAZISNU Kota Yogyakarta menggunakan media tatap muka atau secara langsung bertemu dengan calon muzakki, dengan cara melakukan sosialisasi melalui persentasi atau pun dakwah yang dilakukan oleh pihak Amil atau seorang ustadz disampaikan kepada audiens akan pentingnya dalam menunaikan zakat. Sosialisasi yang dilakukan dipemukiman penduduk ini melakukannya secara terbuka kepada masyarakat dan bekerja sama dengan komunitas seperti ibu-ibu majlis taklim, ibu-ibu PKK, ibu-ibu ariasan dan pengajian-pengajian rutin yang dilakukan oleh jama'ah ibu-ibu muslimat.
- b) Kontribusi Sosialisasi LAZISNU Kota Yogyakarta terhadap Perilaku Muzakki dalam Menunaikan Zakat**

Menurut Yusuf Qardhawi perilaku membayar zakat adalah cara muzakki dalam melakukan kewajiban atas zakat yang ada pada dirinya guna menunaikan kewajiban sebagai orang muslim.¹⁵

Pada masa Islam, yakni pada masa Rasulullah saw, dan para sahabat, prinsip-prinsip Islam telah dilaksanakan secara demonstratif, terutama dalam hal zakat yang merupakan rukun Islam ketiga. Citra baik mengenai pengumpulan zakat semasa kehidupan Rasulullah dilakukan dengan cara pengumpulan zakat perseorangan dan berbentuk panitia pengelola zakat, begitu juga pada masa khalifah Abu Bakat As-Shidiq dan Umar Bin Khatab. Pada zaman khalifah Usman Bin Affan pengumpulan zakat tidak lagi dipusatkan pada khalifah.

Dalam kontribusi sosialiasi yang dilakukan pihak manajemen LAZISNU Kota Yogyakarta memberikan gambaran secara umum bahwa pelaksanaan yang dilakukan belum maksimal, disebabkan oleh beberapa faktor dinarataranya adalah tidak adanya sistem pengawasan dari pihak pemangku kepentingan (stekholder), kurangnya sumber daya manusia dan tidak adanya inovasi dari pihak amil. Aktifitas yang dilakukan dalam rangka untuk menggali potensi zakat yang ada masih sebatas pelaksanaan tanpa ada evaluasi secara terus menerus sehingga hasilnya juga tidak maksimal. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah dana yang mampu dikelola oleh LAZISNU Kota Yogyakarta dalam jangka waktu 3 tahun tidak mengalami peningkatan yang signifikan.

Dengan kata lain kesenjangan antara potensi dan dana yang dikelola masih sangat jauh, sebagai bahan evaluasi dari pihak Amil maka perlu adanya evaluasi secara menyeluruh mulai dari struktur pengurus, perbaikan manajemen dan laporan keuangan yang jelas. Dengan evaluasi tersebut maka bukan tidak mungkin masyarakat akan memberikan kepercayaan terhadap LAZISNU Kota Yogyakarta, perlahan akan merubah perilaku masyarakat enggan menjadi muzakki untuk menunaikan zakat, kemudian tidak kalah penting dana yang dikelola akan bertambah

¹⁵ Yusuf Qordhawi, *Fiqhuz Zakat*, Salman Harun, Didin Hatifidudin Hasanudin (terj) (Jakarta: PT Pustaka Litera AntarNusa, 2003) hlm. 34

dan potensi besar juga akan tergali oleh sosialisasi yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Yogyakarta.

c) Analisis Sosialisasi LAZIS NU Kota Yogyakarta

Dari hasil penelitian diatas, peneliti banyak menemukan kurang tertatanya manajemen di lembaga ini. Terkait kurang tertatanya manajemen yang baik itu sendiri terlihat dari segala aktifitas yang direalisasikan hanya berdasarkan kondisi yang ada. Dapat dicontohkan dari strategi sosialisasi yang dilakukan oleh LAZISNU Kota Yogyakarta masih banyak terdapat masalah dan tidak efektif sehingga hal tersebut memberikan dampak yang kurang baik terhadap lembaga.

Terkait dalam rangka untuk menggali dana zakat, Amil harus pandai-pandai dalam melakukan sosialisasi zakat, baik melalui media masa, media cetak maupun media elektronik pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat semakin tumbuh kesadarannya dalam menunaikan zakat. Adapun dalam rangka pengalihan potensi yang ada dapat dilakukan oleh LAZISNU Kota Yogyakarta adalah.

1. Pembentukan unit pengumpulan zakat. Hal ini dilakukan untuk memudahkan bagi pengelola zakat dalam menjangkau dan memudahkan para muzakki atau masyarakat untuk menunaikan zakat maka setiap badan amil membuka unit pengumpulan zakat diberbagai tempat sesuai dengan tingkatannya.
2. Pembukaan konter penerimaan zakat, selain membuka unit pengumpulan zakat, di berbagai tempat lembaga pengelola zakat dapat membuat kounter atau loket.
3. Pembukaan rekening bank. Yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa membuka rekening harus dipisahkan antara masing-masing rekening, sehingga akan memudahkan para muzakki dalam pengiriman zakatnya.

Dalam oprasinya dan fungsinya manajemen zakat dapat menjelaskan dengan sangat rinci antara perencanaan pelaksanaan dan pengawasan:

1. Perencanaan Kegiatan zakat

Dalam manajemen zakat perlu adanya perencanaan yang matang terkonep secara terperinci adalah proses dari pemikiran dan akan ditentukan sasaran dan tujuan yang disepakati oleh lembaga untuk dicapai oleh setiap Lembaga Amil Zakat.

2. Pelaksanaan kegiatan zakat

Pengelolaan zakat diperlukan pengelola zakat yang profesional, mempunyai kompetensi dan komitmen sesuai dengan kegiatan yang dilakukan. berkaitan dengan kriteria pelaksana zakat dan kriteria pemimpin Badan/Lembaga Amil Zakat. Penentuan kriteria pelaksanaan zakat:

- a) Beragama Islam. zakat adalah urusan yang sangat penting dalam Islam dan termasuk rukun Islam oleh sebab itu urusan ini harus diurus oleh seorang Muslim.
- b) *Mukallaf* yaitu orang Islam dewasa yang sehat akal pikirannya yang siap menerima tanggungjawab mengurus urusan umat.
- c) Memiliki sifat amanah atau jujur. Sifat ini sangat penting karena berkaitan dengan kepercayaan umat.
- d) Mengerti dan memahami hukum-hukum zakat yang menyebabkan ia mampu melakukan sosialisasi segala sesuatu yang berkaitan dengan zakat kepada masyarakat.
- e) Memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas dengan sebaikbaiknya. Kesungguhan Amil zakat dalam melaksanakan tugasnya. Amil zakat yang baik adalah amil zakat yang fulltime dalam melaksanakan tugasnya, tidak asal-asalan dan tidak pula sambilan.

3. Penggalan Sumber Zakat

Dalam penggalan sumber zakat, Amil harus pandai-pandai dalam melakukan sosialisasi zakat, baik melalui media masa, media cetak maupun media elektronik pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat semakin tumbuh kesadarannya terhadap pentingnya ibadah zakat. Dalam menggali sumber zakat terdapat strategi diantaranya ialah:

- a) Pembentukan unit pengumpulan zakat. Hal ini dilakukan untuk memudahkan bagi pengelola zakat dalam menjangkau dan memudahkan para muzakki untuk membayar zakatnya, maka setiap Badan Amil Zakat membuka unit pengumpul zakat di berbagai tempat sesuai dengan tingkatannya.
 - b) Pembukaan Kounter penerimaan zakat. Selain membuka unit pengumpulan zakat, di berbagai tempat lembaga pengelola zakat dapat membuat konter atau loket.
 - c) Pembukaan rekening bank. yang perlu diperhatikan di sini adalah bahwa membuka rekening harus dipisahkan antara masing-masing rekening, sehingga akan memudahkan para muzakki dalam pengiriman zakatnya.
4. Pengawasan zakat

Secara konsepsional dan operasional pengawasan adalah suatu upaya Sistematis, untuk menetapkan kinerja setandar pada perencanaan untuk merancang sistem umpan balik informasi, untuk membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditentukan untuk menetapkan apakah terjadi suatu penyimpangan dan mengukur signifikansi penyimpangan tersebut untuk mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya Badan atau LAZ telah digunakan seefektif dan seefisien mungkin guna mencapai tujuan Badan atau LAZ.³³

E. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang digunakan model analisis interaktif yang peneliti gunakan sosialisasi LAZISNU Kota Yogyakarta maka penelitian ini menunjukkan beberapa temuan di lapangan, Setelah melakukan pembahasan data-data diperoleh dalam penelitian maka penulis akan memberikan kesimpulan yang didapat dari penelitian yaitu:

- 1) Sosialisasi yang direalisasikan oleh pihak Amil LAZIS NU Kota Yogyakarta tergolong bukan hal yang baru melainkan sosialisasi yang digunakan biasa pada umumnya yakni dengan cara penyebaran brosur, pembuatan dan pemasangan baliho, menggunakan media masa melalui jaringan Internet

dan sosialisasi yang terakhir menggunakan metode ceramah atau bisa dikatakan pertemuan tatap muka setiap ada kesempatan acara keagamaan, seperti pengajian, setelah sholat jum'at ataupun pada saat rapat para tokoh pemuka agama di sekitaran Kota Yogyakarta.

- 2) Adapun kontribusi sosialisasi dalam rangka untuk merubah perilaku masyarakat/muzakki di LAZISNU Kota Yogyakarta belum bisa dikatakan berhasil, mengingat telah dilaksanakan sosialisasi oleh Amil zakat hanya beberapa tertarik dengan merubah perilaku untuk menunaikan zakat, selebihnya masyarakat yang sudah mengetahui sosialisasi tersebut tetap enggan untuk menunaikan zakat di LAZISNU Kota Yogyakarta, bukan tanpa alasan karena masyarakat merasa sosialisasi yang dilakukan dan aplikasi yang sudah menjadi budaya organisasi lembaga belum bisa menarik perhatian masyarakat.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghafur Noor Ruslan, 2013 *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arafat Nur, 2014 Implementasi Peraturan Daerah No. 02 tahun 2008 *Tentang Pengelolaan Zakat*.
- Arikunto Suharsimi, 2002, *Procedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Renika Cipta
- Badan Amil Zakat Nasional, *Potensi Zakat di Indonesia*, dikutip dari <http://id.m.wikipedia.org/wiki>
- Badan Pusat Statistik, 2016 *Jumlah Penduduk Indonesia 2016*, Tersedia di <https://www.bps.id>
- Departemen Agama RI Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat, 2007, *Standarisasi Manajemen Zakat*, Jakarta: tnp
- Hafidhuddin Didin, 2008, *Manajemen Syariah*, Jakarta: Gema Insani
- Hafiz Daulay dan Irsyad Lubis, 2012, Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Instansi BAZIS/LAZ di Kota Medan, *Jurnal Ekonomi Islam dan Keuangan*, Vol. 3, No. 4. [http://Dowload, portalgaruda.org/article](http://Dowload.portalgaruda.org/article)
- Indri Yulia Fitri dan Asma Nurkhamariyah, 2016 "Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi pada LAZ Rumah Zakat)" *Jurnal Ekonomi Islam* .vol. 7 no. 2 dalam <http://www.google.co.id/urlfddownload>

- Muslihun, 2014 "Manajemen Sosialisasi Zakat Profesi Dalam Menarik Simpati Wajib Zakat Pada BAZNAS Kota Mataram dan BAZNAS Kota NTB" Penelitian keislaman, *Penelitian Keislaman* Vol. 10, No,1 <http://ejurnal.iainmataram.ac.id/index.php/lemlit/article/view/17/12>,
- Penerjemah Zaini Dahlan, 1999 *Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya*, Yogyakarta: UII Press.
- Qardhawi Yusuf, 2006, *Fiqhuz Zakat*, Salman Harun, Didin Hafiduddin, Hasanudin (Terjemah), *Hukum Zakat*, Jakarta: PT. Pustaka Litera Antar Nusa,
- Rahmad Hakim Budi , Abdul Ghafur dan Rohana Faridah, 2014 Studi Manajemen Kelembagaan Amil Zakat di Kalimantan Selatan, *Jurnal Tashwir* Vol. 2 No. 3 Januari- Juni 2014, download.portalgaruda.org
- Sudewo Eri, 2004 *Manajemen Zakat*. Institut Manajemen Zakat, Ciputat Graha Pustaka.