

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan zakat merupakan ibadah maliyyah ijtima'iyah (sosial kebendaan) yang menempati kedudukan sangat penting, menentukan dan fundamental, baik ditinjau dari ajaran agama Islam ataupun dari segi pengembangan kemaslahatan umat. Hal tersebut merupakan fakta bahwa dalam sejarah perjalanan agama Islam, zakat berperan sebagai sumber pendapatan Negara dan menjadikannya sangat penting bagi sarana syiar agama Islam, pembangunan dunia tarbiah (pendidikan) dan kebudayaan, peningkatan ilmu pengetahuan, pembangunan sarana, serta pengadaan layanan kesejahteraan sosial seperti santunan fakir miskin dan layanan sosial lainnya (Hamka, 2013, p. 1).

Meski terlihat banyak sekali manfaat yang didapatkan apabila sebuah lembaga zakat dibentuk, tetapi pada perjalanannya pembentukan lembaga zakat di Indonesia melalui beberapa proses yang panjang. Perkembangan pengelolaan zakat di Indonesia telah terlihat sejak zaman penjajahan jepang. Pada saat itu praktik pengelolaan zakat dilakukan oleh salah satu badan federasi Islam yang bernama Majelis Islam A'la Indonesia (MIAI). Pada tahun 1968 pemerintah mulai menyusun Undang-Undang mengenai pengelolaan zakat, yang tertuang pada Peraturan Menteri Agama No.4 Tahun 1968 Tentang Pembentukan Badan Amil Zakat dan Peraturan Menteri Agama No.5 Tahun

1968 Tentang Pembentukan Baitul Ma'al di tingkat Pusat, Provinsi, dan Kabupaten atau Kotamadya. Setelah peraturan ini diterbitkan pada praktiknya pembentukan Badan Amil Zakat ditunda terlebih dahulu hingga batas waktu yang tidak dapat ditentukan dan hal ini terdapat pada Instruksi Menteri Agama No.1 Tahun 1969.

Hingga akhirnya ditahun 1999 terbitlah Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat. Undang-Undang ini juga menyetujui terdapat 2 organisasi yang diakui oleh pemerintah yaitu BAZ (Badan Amil Zakat) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat). Sebagai wujud implementasi pemerintah terhadap Undang-Undang maka pada tahun 2001 atas dasar Keputusan Presiden No.8 Tahun 2001 terbentuklah Badan Amil Zakat Nasional yang bertujuan untuk menghimpun dan mendayagunakan zakat. Tahun 2011 Pemerintah melalui DPR-RI menetapkan UU Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat sebagai pengganti Undang-Undang No.38 Tahun 1999 karena menimbang bahwa UU tersebut sudah tidak sesuai dengan perkembangan kebutuhan hukum dimasyarakat.

Setelah disahkannya Undang-Undang pengganti tahun 2011, pada tahun 2019 Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia Pusat membentuk Badan Amil Zakat Nasional tingkat Kabupaten/Kota berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Nomor DJ.II/568/Tahun 2014 Tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten/Kota Se-Indonesia.

Apabila ditinjau dari isi keputusan tersebut, Kabupaten Mojokerto termasuk salah satu wilayah yang perlu dilakukan pembentukan Badan Amil Zakat Nasional, maka melalui Surat Keputusan Bupati Mojokerto Nomor : 188.45/657/HK/416-012/2018 tertanggal 20 Desember 2018 Tentang Pengangkatan Pimpinan BAZNAS Kabupaten Mojokerto periode 2018-2023, terbentuklah BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

Potensi zakat di Kabupaten Mojokerto sangatlah besar, dikarenakan mayoritas penduduknya menganut agama Islam, hal ini dipertegas dengan data hasil survei Badan Pusat Statistika Kabupaten Mojokerto yang menyatakan bahwa dari 18 Kecamatan di Kabupaten Mojokerto terdapat 1.125.760 penduduk yang memeluk agama Islam, sehingga dengan adanya lembaga BAZNAS sangat berdampak positif pada kemudahan masyarakat dalam menyalurkan zakatnya.

Tabel 1.1

**DATA JUMLAH PENDUDUK MENURUT KECAMATAN DAN AGAMA
YANG DIANUT**

No	Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
1	Jatirejo	42,549	160	15	2	-	-
2	Gondang	42,469	451	77	179	75	-
3	Pacet	50,288	452	128	1	20	-
4	Trawas	39,442	44	61	5	2	-
5	Ngoro	75,288	189	24	7	9	-

6	Pungging	79,808	400	94	100	87	1
7	Kutorejo	64,414	220	11	13	14	-
8	Mojosari	80,301	446	230	1,011	-	12
9	Bangsals	47,024	57	5	9	8	-
10	Mojoanyar	47,673	783	264	41	11	-
11	Dlanggu	60,916	1,086	33	9	37	-
12	Puri	72,412	972	208	22	22	-
13	Trowulan	81,947	261	33	26	28	8
14	Sooko	75,434	480	250	29	29	-
15	Gedek	71,130	525	124	22	18	-
16	Kemlagi	56,837	572	43	11	7	-
17	Jetis	85,793	623	78	4	20	-
18	Dawar Blandong	52,035	1,005	120	5	2	-
Total	Kabupaten Mojokerto	1,125,760	8,726	1,798	1,496	389	21

Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Mojokerto, Update 23 Juni 2020

Namun berdasarkan data dari BAZNAS Kabupaten Mojokerto, target muzakki yang diproyeksikan sebanyak 10.000 ASN/TNI di lingkungan instansi pemerintahan vertical maupun Pejabat Publik dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD), hasil yang didapatkan kurang lebih masih terjaring sekitar 7,3 % atau sebanyak 692 Wajib Zakat, dengan penghimpunan rata rata 75 – 90 Juta rupiah setiap bulan, sementara 93,7 % ASN/ TNI Muslim masih

belum menyalurkan Zakat Profesinya kepada BAZNAS Kabupaten Mojokerto. Sedangkan untuk penghimpunan zakat perseorangan dari masyarakat belum berjalan maksimal. Berdasarkan pemaparan tersebut jika diamati ditemukan anomali antara apa yang telah direncanakan dengan apa yang dihasilkan. Sebuah rencana apabila telah ditentukan, tetapi hasilnya tidak sesuai dengan apa yang ditujukan pada rencana tersebut, maka dipastikan ada masalah (Sugiyono, 2017a, p. 33).

Oleh sebab itu BAZNAS Kabupaten Mojokerto yang dibantu oleh Humas, perlu melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi dan perencanaan program yang sudah mereka buat, apa yang menyebabkan terjadinya ketimpangan antara target dan hasil. Seperti yang dijelaskan oleh Robbins (dalam Cutlip et al., 2000, p. 353), strategi dapat diinterpretasikan sebagai sebuah tujuan serta sasaran usaha jangka panjang dan pengupayaan implementasi sekaligus penentuan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa strategi yang dilakukan oleh humas BAZNAS harus dikaji ulang agar mampu meyakinkan calon muzakki (Pemberi Zakat) agar mereka mau menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu salah satu faktor utama yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi minat muzakki dalam menyalurkan zakatnya kepada BAZNAS yaitu tingkat kepercayaan calon muzakki terhadap lembaga (Triyawan & Aisyah, 2016). Selain itu penelitian lainnya menyebutkan sejalan

dengan perkembangan masyarakat yang semakin kritis, saat ini telah terjadi penyeleksian pada masyarakat atas kehadiran sebuah yayasan maupun lembaga nirlaba yang ada. Masyarakat menuntut penerapan *Good Corporate* atau tata kelola perusahaan yang baik pada yayasan. Nainggolan menjelaskan (dalam Assa'diyah & Pramono, 2019), pada pelaksanaannya prinsip transparansi pengelolaan dana harus dapat dibuktikan.

Penelitian lainnya mengungkapkan bahwa kepercayaan merupakan variabel tertinggi dengan capaian 63 persen yang dapat mempengaruhi minat masyarakat agar berzakat ke BAZNAS (Larasati, 2017). *Indonesia Sharia Economic Outlook (ISEO)* PEBS-FEUI menjelaskan (2020) terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan zakat yang diantaranya yaitu 1) Terbatasnya regulasi terkait tata kelola zakat dengan teknologi dimana minimnya regulasi yang mengatur digitalisasi zakat, sebagai inovasi digital pada era perkembangan. 2) Kompleksibilitas dasar pengukuran kemiskinan, perbedaan pendekatan dalam mengukur tingkat kemiskinan menjadikan hal ini sebagai tantangan yang dihadapi oleh Lembaga zakat. 3) Literasi masyarakat yang masih terbatas, pentingnya edukasi terhadap masyarakat terkait zakat perlu dilakukan agar masyarakat mengerti akan praktik zakat di era digital dengan melakukan sosialisasi secara masif dan insentif. 4) Kepercayaan masyarakat, merupakan suatu tantangan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat, maka perlu dilakukan peningkatan kualitas dari organisasi terutama sumber daya masyarakatnya sehingga berdampak pada

meningkatnya realisasi potensi zakat. 5) Inovasi produk, tantangan juga datang dalam hal produk, dimana ketika mengembangkan zakat perlu adanya inovasi produk seperti produk keuangan sosial syariah yang simple, fleksibel serta kompatibel.

Menurut Prakash (dalam Rahmalia & Machdum, 2020) terdapat 3 hal yang dapat berpengaruh terhadap kepercayaan donatur diantaranya ialah keterbukaan data, kualitas produk serta akses komunikasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Syahrullah (2018) dijelaskan bahwa BAZNAS sebagai lembaga pemerintah Non-Struktural yang bertugas mengumpulkan zakat secara nasional, hendaklah memberikan pelayanan terbaik atau *service excelent* bagi muzakkinya (pemberi zakat) agar selalu transparant, amanah, dan akuntabel dan selalu berinovasi untuk membuat program pemberdayaan yang lebih bermanfaat bagi para mustahik (penerima zakat) sehingga calon muzakki lebih tertarik menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS dan jumlah muzakki akan bertambah.

Bersumber pada penelitian yang dilakukan oleh Pusat Kajian Strategis BAZNAS (2021, p. 88), salah satu faktor yang menentukan muzakki memilih tempat zakat yaitu dengan melihat bagaimanakah bentuk pelayanan yang diberikan. Maka dari itu perlu adanya peningkatan dalam pelayanan kepada muzakki, sehingga menarik minat muzakki untuk menyalurkan zakat melalui BAZNAS.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Pramana & Rastini, 2016) menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah, sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka kepercayaan nasabah akan semakin tinggi.

Merujuk dari masalah yang terjadi pada BAZNAS Kabupaten Mojokerto, maka dari itu penulis bermaksud melakukan penelitian terkait pengaruh dari strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan yang digunakan BAZNAS untuk meningkatkan kepercayaan muzakki. Atas dasar pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat penelitian ini pada sebuah skripsi dengan judul **“Pengaruh Strategi Komunikasi Humas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Mojokerto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pemaparan diatas permasalahan yang akan diangkat pada penelitian ini ialah “Bagaimana pengaruh strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan muzakki terhadap lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1.4.1.1 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana menambah ilmu pengetahuan terkait bidang kehumasan dan diharapkan dapat menjadi sumber referensi tambahan untuk kegiatan penelitian-penelitian yang sesuai dimasa mendatang, sehingga kedepannya dapat diimplementasikan pada lembaga yang relevan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Mojokerto Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi baznas untuk mengetahui apakah strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan yang telah digunakan oleh BAZNAS dapat mempengaruhi kepercayaan muzakki terhadap lembaga, sehingga kedepannya baznas dapat meningkatkan strategi dan kualitas pelayanannya.

1.5 Hipotesis

Berdasarkan variabel yang terdapat pada penelitian ini, maka hipotesis yang terbentuk yaitu :

1. H_0 : Diduga tidak adanya pengaruh signifikan pada strategi komunikasi humas terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

Ha : Diduga adanya pengaruh signifikan pada strategi komunikasi humas terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

2. H₀ : Diduga tidak adanya pengaruh signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

Ha : Diduga adanya pengaruh signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

3. H₀ : Diduga tidak adanya pengaruh signifikan pada strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

Ha : Diduga adanya pengaruh signifikan pada strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga BAZNAS Kabupaten Mojokerto.

1.6 Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas, agar penelitian mudah dimengerti dan dipahami maka perlu adanya pembatasan masalah, agar permasalahan tidak melebar lebih jauh maka telah ditentukan batasan masalah yaitu pada subjek dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini ialah muzakki BAZNAS Kabupaten Mojokerto. Selain itu objek yang diteliti hanya berfokus pada strategi komunikasi humas dan kualitas pelayanan.