

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Trenggalek atau biasa disebut BAZNAS Trenggalek merupakan sebuah lembaga yang diberi wewenang oleh pemerintah untuk mengelola dana zakat, infak dan sedekah di tingkat kabupaten. BAZNAS Kabupaten Trenggalek ini beralamatkan di Jalan Pemuda, Krajan, Surodakan, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek. BAZNAS Kabupaten Trenggalek mengelola dana zakat, infak dan sedekah mulai dari pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan, yang diharapkan bisa membantu masyarakat yang membutuhkan.

Penghimpunan, pendayagunaan dan pemanfaatan menjadi kunci keberhasilan zakat, infak dan sedekah. Dana zakat yang berhasil dihimpun ini akan disalurkan kepada delapan asnaf (fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, gharim, fisabilillah dan ibnu sabil) yang diharapkan bisa dimanfaatkan dengan sebaik mungkin agar bisa membantu keadaan perekonomian masyarakat. Dana zakat, infak dan sedekah yang terkumpul ini selain disalurkan untuk membantu masyarakat yang kurang mampu dalam bidang ekonomi, juga akan disalurkan dalam bidang kesehatan, pendidikan juga bencana. Hal inilah yang membuat zakat menjadi salah satu instrumen yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi yang bisa mensejahterakan masyarakatnya.

Pengumpulan dana zakat tersebut, ternyata tidak semudah yang dibayangkan, karena ternyata masih banyak masyarakat yang masih belum paham terkait kewajiban untuk membayar zakat selain zakat fitrah. Selain karena minimnya pemahaman masyarakat terkait kewajiban berzakat, masyarakat juga masih minim pengetahuan seputar zakat yang membuat masyarakat kurang mengerti mengenai kegunaannya, sehingga pada akhirnya banyak orang yang enggan untuk membayar zakat dan kurangnya harta yang dikumpulkan oleh para amil zakat. Disini BAZNAS Kabupaten Trenggalek juga sudah berupaya semaksimal mungkin dalam mengedukasi masyarakat, salah satunya mengedukasi dan memberikan informasi seputar zakat dan program-program BAZNAS secara langsung maupun lewat teknologi informasi.

Minat dan kepercayaan menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat secara konsisten bahkan lebih banyak setiap bulannya, karena minat dan kepercayaan ini menjadi hal utama yang paling berpengaruh dalam pengumpulan dana zakat, infak dan sedekah. Jika muzaki sudah minat dan percaya dengan BAZNAS dalam mengelola dana zakat, infak dan sedekah yang dikeluarkan otomatis muzaki juga akan tetap mengeluarkan kewajiban zakatnya kepada BAZNAS setiap bulannya, atau bisa dikatakan strategi ini dilakukan untuk membangun relasi jangka panjang dengan para muzaki.

Minat dan kepercayaan ini bisa dibangun dengan cara selalu menyebar luaskan segala informasi terkait kewajiban untuk berzakat dan berbagai program yang akan dilaksanakan oleh BAZNAS dalam menyalurkan dana zakat, infak

dan sedekah yang sudah terkumpul kepada para mustahik. Penyebar luasan informasi ini berguna agar para muzaki yang mengeluarkan zakat ke BAZNAS merasa puas dengan pengelolaan dana yang ada pada BAZNAS dan muzaki merasa aman karena dana zakat, infak dan sedekah yang dikeluarkan dikelola dan disalurkan secara amanah dan pastinya transparan. Berbicara terkait dengan transparansi, BAZNAS juga harus membagikan laporan keuangannya kepada para muzaki tujuannya agar mereka lebih percaya lagi dengan BAZNAS dan akhirnya akan menjadi muzaki tetap di BAZNAS. Target membangun kepercayaan ini bukan hanya ditujukan kepada para muzaki, tetapi juga kepada para calon muzaki yang mungkin masih bingung akan menyalurkan dana zakat, infak dan sedekahnya, dengan melihat informasi yang sudah dibangun akhirnya mereka mempercayakan dana zakat, infak dan sedekahnya ke BAZNAS.

Penyebar luasan informasi terkait program yang akan dilaksanakan oleh BAZNAS sekarang bukan hanya melalui sosialisasi, penyebaran brosur atau hanya dari mulut ke mulut. Tetapi sekarang lebih memanfaatkan kemajuan teknologi dan media sosial. Kemudahan mengakses informasi di zaman sekarang membuat setiap orang bisa dengan mudah mendapatkan segala informasi yang diinginkan. Penggunaan media sosial dalam menyebar luaskan informasi terkait dengan kewajiban berzakat dan juga program-program yang akan dilaksanakan BAZNAS ini dapat membangun minat dan kepercayaan masyarakat dalam menyalurkan dana zakat, infak dan sedekahnya ke BAZNAS.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet memiliki dampak signifikan bagi kehidupan manusia sehari-hari. Evolusi

teknologi internet dari waktu ke waktu telah mengubah cara manusia memperoleh informasi dan berinteraksi tanpa terkendala oleh batasan-batasan ruang dan waktu.¹ Pada zaman global seperti sekarang, perkembangan teknologi informasi mengalami pertumbuhan yang cepat, memungkinkan semua kalangan usia mudah mengakses media informasi berbasis internet.

Di zaman global sekarang, masyarakat menggunakan media informasi dan komunikasi berbasis internet tanpa batasan usia, ruang dan waktu. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk memperoleh atau menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Media sosial menjadi sangat populer saat ini, memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai aplikasi. Beberapa contoh media sosial berbasis internet termasuk Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Line, Blogger, Google, Webex Meet, Zoom, Google Meet dan aplikasi serupa.²

Media sosial bukan hanya digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri atau hanya sekedar mencari informasi. Tetapi tempat seperti cafe, tempat rekreasi, dan juga lembaga sudah banyak yang mempunyai akun media sosial sendiri. Seperti yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Trenggalek yang pastinya juga ikut memanfaatkan perkembangan media informasi dan komunikasi dengan menggunakan media sosial. Selain mengikuti perkembangan zaman, penggunaan media sosial ini juga sebagai bentuk edukasi

¹ Muhammad Azwar, *Information Literacy Skills: Strategi Penelusuran Informasi Online*, (Makasar: Alauddin University Press, 2014), hlm. 1.

² Waode Sriwahyuni, dkk, "Analisis Pemanfaatan Media Sosial dalam Menunjang Proses Pembelajaran Siswa SMUN 1 Makasar", Vol. 2 No. 1, *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2019, hlm. 55.

seputar zakat, infak dan sedekah yang diharapkan dengan adanya media sosial ini bisa meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam melakukan pembayaran zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Trenggalek. Media sosial yang dibangun ini juga digunakan sebagai sarana informasi dan komunikasi (komunikasi dengan berbagai pihak *stakeholder*, muzaki, mustahik, pemerintah dan masyarakat umum).

Pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Trenggalek dalam menyebar luaskan informasi terkait kewajiban berzakat dan program-program yang akan dilaksanakan oleh BAZNAS ini melalui berbagai *platform* media sosial mulai dari WhatsApp, Instagram, Facebook dan Youtube. Penggunaan berbagai *platform* media sosial yang cukup banyak ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat, yang pada akhirnya masyarakat menjadi paham dan jelas mengenai informasi dan edukasi yang sudah disampaikan oleh BAZNAS.

Instagram menjadi media sosial yang cukup aktif jika dibandingkan dengan *platform* media sosial lain yang dimiliki oleh BAZNAS, memiliki lebih dari tiga ribu sembilan ratus pengikut membuat BAZNAS lebih aktif dalam menyampaikan informasi lewat media sosial Instagram. Konten didalamnya berisi seputar kegiatan atau program-program yang dilaksanakan oleh BAZNAS, tidak hanya itu BAZNAS juga selalu membagikan postingan seputar edukasi terkait zakat dan juga transparansi terkait pengelolaan dana zakat. Dalam pengelolaannya BAZNAS selalu berusaha aktif dalam membagikan postingan juga dalam membuat *instastory* yang tujuannya untuk menarik perhatian

masyarakat dan juga menciptakan *personal branding* yang baik di media sosial. Postingan yang akan di *share* di Instagram BAZNAS dipetakan menjadi tiga bagian yaitu postingan seputar kegiatan atau program yang dilaksanakan oleh BAZNAS, postingan edukasi atau ajakan untuk melaksanakan zakat dan postingan terkait transparansi pengelolaan dana zakat, infak dan sedekah yang ada di BAZNAS. Sama halnya dengan media sosial Instagram, media sosial Facebook juga hampir sama dalam hal pengelolaan dan juga pemetaan postingan yang ada di dalamnya.

WhatsApp juga menjadi salah satu *platform* yang dimanfaatkan BAZNAS untuk menyampaikan informasi dan juga keterbukaan informasi kepada masyarakat yang sudah pernah membayar zakat di BAZNAS. BAZNAS juga menggunakan WhatsApp sebagai media untuk membuat grub khusus UPZ yang di dalam grub tersebut berisi informasi seputar pengelolaan dan kegiatan yang dilakukan oleh BAZNAS. BAZNAS selalu aktif dalam membuat *story* di WhatsApp yang tujuannya untuk memberi tahu masyarakat terkait dengan informasi dan keaktifan BAZNAS dalam melakukan program kegiatan. Selain itu BAZNAS juga selalu aktif melakukan *broadcast* di tanggal-tanggal gajian untuk mengajak dan mengingatkan masyarakat terkait dengan kewajiban mengeluarkan zakat, hal ini dilakukan untuk membangun *personal branding* yang baik di media sosial.

Youtube menjadi *platform* yang cukup berbeda jika dibandingkan dengan *platform* media sosial lainnya, seperti yang kita ketahui bahwa Youtube hanya berisi konten seputar video. BAZNAS memanfaatkan *platform* Youtube

sebagai media sosial untuk membagikan keseharian atau seputar kegiatan dan program-program yang dilaksanakan oleh BAZNAS, tetapi tetap di akhir video tersebut tidak lupa diakhiri dengan ajakan untuk melakukan zakat, infak dan sedekah di BAZNAS. Youtube BAZNAS Kabupaten Trenggalek cukup aktif dalam membuat konten, meskipun hanya memiliki sekitar empat puluh delapan *subscriber*, hal tersebut tidak membuat BAZNAS mengurangi keaktifan di media sosial Youtube.

Penggunaan media sosial dalam menyebar luaskan informasi terkait kewajiban berzakat dan program-program yang akan dilaksanakan BAZNAS ini jauh lebih mudah dan efisien dibandingkan jika harus melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat. Karena di zaman sekarang ini, tidak dapat dipungkiri masyarakat sudah semakin terbuka dengan adanya perkembangan teknologi, hampir semuanya memiliki lebih dari satu akun media sosial di *handphonenya*.

Strategi dalam mengelola media sosial BAZNAS ini menjadi hal yang perlu dipikirkan secara baik, meskipun penyebaran informasi lewat media sosial ini jauh lebih mudah dan efisien, tetapi pastinya tetap ada saja masalah yang akan muncul. Berdasarkan penjelasan konteks sebelumnya, penulis tertarik untuk mengangkat topik serta mengambil judul **“Strategi BAZNAS Kabupaten Trenggalek dalam Mengelola Media Sosial untuk Meningkatkan Minat dan Kepercayaan Masyarakat dalam Membayar Zakat, Infak dan Sedekah”**.

B. Rumusan Masalah

Berlatar penjelasan konteks yang telah diberikan, rumusan masalah yang diangkat, yakni:

1. Bagaimana implementasi pengelolaan media sosial untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana evaluasi pengelolaan media sosial untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Trenggalek?
3. Bagaimana manfaat dari pengelolaan media sosial untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada pernyataan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan implementasi pengelolaan media sosial untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk menjelaskan evaluasi pengelolaan media sosial untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Trenggalek.

3. Untuk menjelaskan manfaat dari pengelolaan media sosial untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Trenggalek

D. Batasan Penelitian

Agar permasalahan yang diteliti tidak semakin luas dan bisa tetap fokus.

Maka, akan dijelaskan batasan penelitian seperti berikut:

1. Fokus penelitian terletak pada penyelidikan terhadap keterlibatan pengelolaan media sosial BAZNAS dalam usaha untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap pembayaran zakat, infak dan sedekah kepada BAZNAS Kabupaten Trenggalek.
2. Metode pengumpulan data yang diterapkan meliputi melakukan wawancara, observasi, serta pengumpulan dokumentasi.
3. Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini adalah staf BAZNAS Kabupaten Trenggalek dan *followers* akun media sosial BAZNAS.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Menjadi rujukan tambahan bagi penelitian-penelitian lain yang menginvestigasi permasalahan serupa atau terkait dengan penelitian ini.
 - b. Untuk meningkatkan pemahaman khusus di ranah Manajemen Zakat dan Wakaf yang berkaitan dengan strategi pengelolaan media sosial BAZNAS dalam upaya meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah.
2. Kegunaan Praktis

a. Bagi BAZNAS Kabupaten Trenggalek

Mampu memberikan kontribusi informasi yang berguna bagi BAZNAS Kabupaten Trenggalek terkait strategi dalam mengelola media sosial untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat, infak dan sedekah di BAZNAS.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Dapat berfungsi sebagai referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya serta menambah literatur di bidang Manajemen Zakat dan Wakaf, terutama sebagai bahan bacaan ilmiah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti yang akan menjalankan studi kasus topik ini bisa memanfaatkan penelitian ini untuk acuan dan sumber informasi melengkapi atau memperluas penelitian mereka.

F. Penegasan Istilah

1. Strategi

Strategi adalah pendekatan komprehensif yang melibatkan konseptualisasi, perencanaan, dan pelaksanaan suatu aktivitas selama periode waktu tertentu. Dalam strategi yang baik yang melibatkan koordinasi kelompok kerja, temanya adalah mengidentifikasi elemen pendukung sesuai dengan prinsip implementasi ide yang rasional, efisiensi finansial dan taktis untuk mencapai target secara efektif.³

2. Pengelolaan

³ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II*, (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 17.

Pengelolaan adalah seni atau proses mencapai sesuatu yang berkaitan dengan pencapaian tujuan. Ada tiga faktor yang terlibat dalam menyelesaikan sesuatu. Artinya, penggunaan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia maupun faktor produksi lainnya, serta proses bertahap mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pelaksanaan hingga pengendalian dan pengawasan. Hal yang sama berlaku untuk teknik yang digunakan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.⁴

3. Media Sosial

Wadah daring yang memfasilitasi individu merepresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membina hubungan sosial virtual. Unsur umum yang melekat pada *platform* adalah ruang terbuka untuk dialog antar pengguna. Sifat dan fitur *platform* media sosial dapat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu, dalam beberapa situasi, dapat disesuaikan oleh komunitas tertentu. Tambahan pula, media sosial juga memberikan dan membentuk metode baru dalam menjalankan komunikasi.⁵

4. Minat

Sebagai pendorong motivasi untuk melakukan aktivitas yang diinginkan ketika mereka memiliki kebebasan untuk memilih. Setiap minat bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan berkontribusi pada fungsi kehendak, yang terkait erat dengan pikiran dan emosi. Pikiran cenderung

⁴ Erni Tisnawati Sule dan Kurniwan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Goup, 2009), hlm. 6.

⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 11.

melakukan penilaian yang rasional, sementara emosi yang lembut atau tajam memperkuat kebutuhan, dan akal berperan sebagai pengingat bagi pikiran dan perasaan tersebut untuk berkoordinasi secara harmonis, sehingga kehendak dapat diatur dengan sebaik-baiknya.⁶

5. Kepercayaan

Berdasarkan penjelasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepercayaan merupakan keyakinan dan harapan individu terhadap orang lain terkait dengan moralitas, kesetiaan dan integritas⁷. Namun, dalam arti istilah, kepercayaan mengacu pada sikap di mana seseorang yakin bahwa pandangannya adalah yang benar dan lebih baik, dan sikap ini tercermin dalam interaksinya dengan orang lain.⁸

6. Zakat, Infak dan Sedekah

Dari perspektif bahasa, kata zakat memiliki makna, seperti *al-barakatu* yang mencerminkan "keberkahan," *al-namaa* yang mengindikasikan "pertumbuhan dan perkembangan," *at-thaharatu* yang menunjukkan "kesucian," dan *ash-shalahu* yang menandakan "keberesan." Namun, dalam konteks istilah, walaupun ulama menyampaikannya dengan pernyataan bervariasi, intinya sama, yaitu zakat sebagian harta yang Allah perintahkan disalurkan kepada penerima yang berhak.⁹

⁶ Sukanto, *Nafsiologi*, (Jakarta: Integritasi Press, 1985), hlm. 120.

⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, "Kamus Besar Bahasa Indonesia" (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hlm. 542.

⁸ Ismawati, "Budaya Dan Kepercayaan Jawa", (Yogyakarta: Gama Media, 2002), hlm. 14.

⁹ Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 7.

Infak berasal dari akar kata "*nafaqa*", mengindikasikan sesuatu yang sudah habis atau terpakai, baik karena dijual, rusak atau telah digunakan. Kadang-kadang, istilah infak terkait dengan sesuatu yang dianggap sebagai kewajiban atau anjuran sunah.¹⁰

Sama seperti infak, sedekah juga tidak memiliki nisab seperti zakat. Sedekah dapat diartikan sebagai tindakan memberikan sebagian dari kepemilikan kita kepada orang lain dengan tulus hati. Dalam bahasa Indonesia, sedekah juga disebut sebagai pemberian kepada individu yang membutuhkan dengan sepenuh hati untuk mendapatkan ridho Allah. Sedekah dapat berwujud perbuatan baik, baik secara fisik maupun non-fisik. Meskipun sedekah bersifat sunnah, namun memiliki pengaruh yang besar dibandingkan dengan infaq dan zakat, di mana Allah menjanjikan pahala berlipat.¹¹

G. Sistematika

Sistematika penulisan skripsi terdiri dari enam bab yang tersusun secara terstruktur dan berisi seluruh aspek penelitian. Untuk mempermudah analisis, eksplorasi, serta penjelasan dari penelitian, dirancang sistematika penulisan, yakni:

BAB I PENDAHULUAN

¹⁰ Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2006), hlm. 6.

¹¹ Muhammad Fadlun, *Mengungkap Amalan & Khasiat Di Balik Shodaqoh*, (Jakarta: Pustaka Media, 2011), hlm. 11-12.

Memuat konteks latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan mengenai terminologi dan pedoman untuk penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Adalah tinjauan kepustakaan yang mencakup kerangka teori, telaah literatur terkait dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan metode dan jenis penelitian, lokasi penelitian, peran peneliti, asal data, metode pengumpulan informasi, proses analisis informasi, evaluasi keabsahan hasil dan langkah-langkah metodologi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Membahas temuan data yang diungkapkan berdasarkan fokus penelitian dan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V PEMBAHASAN

Mencakup analisis menyeluruh terhadap permasalahan yang telah diidentifikasi dalam fokus penelitian.

BAB VI PENUTUP

Memuat rangkuman dari keseluruhan pembahasan dan memberikan rekomendasi yang bermanfaat. Terdapat pula daftar rujukan, lampiran, surat pernyataan orisinalitas tulisan, dan biodata penulis pada bagian akhir.