

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri tahun 2021 jumlah penduduk muslim Indonesia sebanyak 237,53 jiwa, jumlah ini setara dengan 86,9% dari populasi tanah air yang mencapai 273,32 juta orang (Dimas Bayu, 2022), ini berarti bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam sehingga Indonesia memiliki potensi ekonomi Islam sangat besar. Berdasarkan *State of The Global Islamic Economy* tahun 2018-2019 menunjukkan bahwa pada tahun 2023 potensi ekonomi Islam diperkirakan mencapai Rp.500 triliun, salah satu yang menunjang ekonomi Islam itu adalah zakat *mal* (Dresta Nugratama, 2022).

Zakat *mal* adalah zakat harta kekayaan seseorang yang wajib dikeluarkan untuk golongan orang-orang tertentu setelah dimiliki dalam jangka waktu tertentu dan dalam jumlah minimal tertentu (Zulkifli, 2017). Pada umumnya jenis-jenis kekayaan yang dizakatkan itu seperti emas dan perak, uang, hasil perniagaan, hasil pertanian, hasil peternakan, hasil pendapatan serta rikaz atau hasil temuan (Prihatini *at al*, 2005). Zakat *mal* memiliki peran yang strategis dalam upaya pengentasan kemiskinan yang ada di Indonesia, tentunya dengan pengumpulan zakat secara maksimal, pengelolaan yang efektif, tepat guna dan tepat sasaran.

Sebagai upaya dalam meningkatkan pengumpulan zakat, Pemerintah membentuk Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang merupakan lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan berwenang untuk melakukan tugas pengelolaan zakat secara nasional bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama sebagaimana yang termaktub dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.

Terkait dengan pengumpulan zakat, Ketua Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia, Noor Achmad mengatakan bahwa pada tahun 2021 BAZNAS mencatat realisasi pengumpulan dana zakat di Indonesia baru mencapai Rp.14 triliun, jumlah ini hanya sekitar 4,28 persen dari proyeksi potensi zakat di dalam negeri yaitu mencapai Rp.327 triliun yang tersebar di 514 Kabupaten/Kota seluruh Indonesia. Hal ini menandakan bahwa masih rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia yang beragama Islam untuk membayarkan zakat *mal* ke Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

Pada tahun 2022 BAZNAS menargetkan pengumpulan zakat sebesar Rp.26 triliun dari Organisasi Pengelola Zakat (Novellino, 2022). Oleh sebab itu, diharapkan semua pihak saling bersinergi untuk mensosialisasikan gerakan sadar zakat dan menyalurkannya kepada lembaga resmi zakat yaitu BAZNAS serta diperlukan suatu strategi yang efektif untuk menghimpun dan mengoptimalkan potensi zakat yang dimiliki penduduk muslim yang ada di Indonesia,

Dharmasraya merupakan salah satu Kabupaten yang sedang berkembang yang berada di wilayah Propinsi Sumatera Barat, dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi serta taat menjalankan syari'at Islam. Hal ini tentu menjadi salah satu potensi pengumpulan zakat yang cukup besar, namun dilihat dari jumlah penerimaan zakat *mal* dari tahun 2016-2021 Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Dharmasraya baru bisa mengumpulkan zakat rata-rata 4,5 miliar/tahun.

Penerimaan zakat *mal* yang dihimpun oleh BAZNAS Kabupaten Dharmasraya tidak stabil seperti yang tercatat pada tahun 2020 yang lalu jumlah pengumpulan zakat sebesar Rp.4.711.231.180,- sedangkan pada tahun 2021 jumlah pengumpulan zakat Rp.4.652.016.301,- (Data BAZNAS Kab. Dharmasraya, 2022), ini terlihat jumlah penerimaan dana zakat naik turun serta belum mencapai target yang harus dicapai pertahunnya yaitu sebesar 7miliar sedangkan Kabupaten Dharmasraya memiliki potensi zakat bisa mencapai 10 miliar pertahunnya (Mukhlisun, 2018).

Sebagai badan pengelola zakat, BAZNAS Kabupaten Dharmasraya berupaya untuk mendistribusikan dana zakat yang terkumpul dari *muzakki* (seorang muslim atau badan usaha yang berkewajiban untuk menunaikan zakat) untuk diserahkan kepada *mustahiq* (orang yang berhak menerima zakat) dengan cara merealisasikan lima program BAZNAS diantaranya program Dharmasraya cerdas, program Dharmasraya sehat, program Dharmasraya makmur, program Dharmasraya peduli dan program Dharmasraya taqwa.

Besarnya jumlah realisasi masing-masing program sangat ditentukan oleh ketersediaan dana zakat yang terkumpul, semakin banyak dana zakat yang terkumpul maka semakin banyak juga dana yang bisa didistribusikan kepada masyarakat yang membutuhkan sehingga *mustahiq* merasakan manfaat dari zakat yang diberikan oleh *muzakki*. Namun yang menjadi persoalan saat ini yaitu penerimaan zakat di BAZNAS Kabupaten Dharmasraya masih sedikit jumlahnya dan belum mencapai jumlah yang ditargetkan, akibatnya *mustahiq* sedikit juga mendapatkan dana zakat karena harus berbagi dengan *mustahiq* yang lain.

Berdasarkan pra observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada hari Kamis tanggal 15 Agustus 2022 dengan Ridwan Syarif selaku Wakil Ketua I Bidang

Pengumpulan Zakat BAZNAS Kabupaten Dharmasraya (Pra-riset, 15 Agustus 2022), dalam wawancaranya mengatakan bahwa sebagian besar zakat bersumber dari zakat penghasilan yang dipotong 2,5% dari gaji ASN Pegawai Pemerintahan Daerah, Bupati dan Wakil Bupati, pegawai Kementerian Agama, pegawai beberapa BANK yang ada di Kabupaten Dharmasraya dan hanya sedikit dari masyarakat yang menyetorkan zakat *mal* mereka ke BAZNAS Kabupaten Dharmasraya.

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa masyarakat umum belum banyak yang membayarkan zakatnya ke BAZNAS Kabupaten Dharmasraya, ini terlihat dari data laporan penerimaan zakat BAZNAS Kabupaten Dharmasraya tahun 2021 bahwa hanya ada 6 Unit pengumpulan Zakat (UPZ) masjid yang menyetorkan zakatnya ke BAZNAS dan hanya sedikit yang menyetorkan zakat dari penerimaan zakat perorangan, masih banyak masyarakat yang kurang berminat untuk membayar zakat *mal* ke BAZNAS.

Ini berarti bahwa keinginan seseorang atau sekelompok orang untuk menunaikan zakat ke BAZNAS itu masih rendah padahal berbagai upaya sudah dilakukan pihak BAZNAS Kabupaten Dharmasraya seperti melakukan sosialisasi kepada masyarakat, memasang spanduk di tempat-tempat yang strategis seperti di tepi jalan raya dan persimpangan jalan yang berisi pesan zakat serta membentuk *da'i* zakat dan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Masjid, namun upaya ini belum cukup berhasil untuk mengajak masyarakat untuk berzakat ke BAZNAS Kabupaten Dharmasraya sehingga jumlah penerimaan zakat belum maksimal.

Peneliti berasumsi bahwa kurang minatnya masyarakat membayarkan zakat *mal* ke BAZNAS Kabupaten Dharmasraya disebabkan karena belum optimalnya sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS kepada semua lapisan masyarakat Kabupaten Dharmasraya sehingga banyak masyarakat belum mengetahui siapa yang dikatakan wajib membayar zakat, kapan waktunya berzakat bagaimana cara menghitung zakat serta kemana zakat dibayarkan. Sehingga selama ini masyarakat banyak menyalurkan zakat mereka langsung kepada saudara atau tetangga yang berada di sekitar tempat tinggal mereka, dengan besaran jumlah zakat sesuai dengan keikhlasan mereka saja tanpa mengetahui pasti berapa batasan minimal harta yang wajib dizakatkan (nisab) dan berapa jumlah zakat yang harus dikeluarkan dari penghasilan yang mereka peroleh.

Dalam pengumpulan dana zakat, komunikasi merupakan faktor yang sangat penting karena dengan adanya komunikasi, pesan yang berkaitan dengan zakat dapat disampaikan komunikator dengan mudah kepada komunikan, seperti melaksanakan sosialisasi dan penyuluhan kepada individu, lembaga maupun kepada masyarakat. Oleh karena itu,

komunikasi membutuhkan strategi tertentu sesuai dengan isi pesan, konteks, komunikan dan sasaran lainnya baik yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, dalam hal ini dibutuhkan komunikasi persuasif yang bertujuan untuk membujuk tanpa paksaan agar masyarakat mengetahui, menyadari dan mau membayarkan zakat mereka ke BAZNAS sehingga penerimaan zakat semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Penelitian Asep Sudarman yang meneliti tentang strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat *maal* di Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Kecamatan Rencasari Kota Bandung, hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan internal dan eksternal didukung oleh peran ketua yang memandu komando organisasi dengan mengoptimalkan bidang-bidang yang ada, Pelaksanaan implementasi Unit Pengumpul Zakat Kecamatan Rencasari masih pada kegiatan diluar zakat mal yaitu masih fokus pada zakat fitrah, adanya beberapa kendala dilapangan disebabkan kebiasaan masyarakat setempat sehingga masyarakat kurang percaya kepada Unit Pengumpul Zakat serta UPZ Kecamatan Rencasari belum memanfaatkan media massa dan media sosial. (Sudarman, 2018).

Dari penelitian terdahulu tidak terlihat upaya sungguh-sungguh *amil* zakat melakukan komunikasi untuk mengajak masyarakat membayar zakat karena *amil* zakat hanya fokus pada pengumpulan zakat fitrah, *amil* zakat belum memanfaatkan media komunikasi yang efektif. Padahal saat ini media sosial adalah media komunikasi yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi zakat kepada audien dengan jumlah yang banyak, jangkauan yang luas dalam waktu yang singkat. Oleh karena itu, peneliti ingin mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji lebih dalam komunikasi dilakukan *amil* zakat untuk mengajak masyarakat membayar zakat *maal* dengan cara persuasi tanpa paksaan dengan menetapkan komunikator sesuai dengan target sasaran serta memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi untuk mengkampanyekan sadar zakat kepada masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Komunikasi Persuasif Badan Amil Zakat Nasional dalam Meningkatkan Minat Masyarakat untuk Membayar Zakat *Mal* (Studi Kasus di BAZNAS Kabupaten Dharmasraya Sumatera Barat)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu : “Bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS agar masyarakat berminat membayar zakat *mal* ke BAZNAS Kabupaten Dharmasraya?”

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan ditetapkannya suatu tujuan, maka penelitian akan menjadi terarah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis komunikasi persuasif BAZNAS Kabupaten Dharmasraya dalam meningkatkan minat masyarakat untuk membayar zakat *mal*.
2. Untuk menganalisis hambatan BAZNAS Kabupaten Dharmasraya dalam melakukan komunikasi persuasif.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka selanjutnya diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk:

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh peneliti lainnya untuk membahas kajian yang sama dengan permasalahan yang berbeda, kemudian penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi persuasif pada lembaga.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan masukan kepada BAZNAS Kabupaten Dharmasraya terutama bidang pengumpulan zakat dalam melakukan komunikasi persuasif kepada masyarakat agar masyarakat menyadari kewajiban mereka menunaikan zakat *mal* serta mau membayar zakat ke BAZNAS Kabupaten Dharmasraya sehingga jumlah *muzakki* bertambah dan jumlah penerimaan zakat meningkat dari tahun ke tahun.

