S
658.8207
Mus
a
2007

15483 / 15845

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
U P T PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BAURAN PROMOSI PADA ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT (STUDI KASUS: LEMBAGA AMIL ZAKAT DAERAH SUMATERA SELATAN DOMPET SOSIAL INSAN MULIA PALEMBANG)

Diajukan oleh :

M. IKHSAN MUSTAQIEM

01023110055

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna mencapai Gelar Sarjana Ekonomi

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA
2007

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDRALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: M. Ikhsan Mustaqiem
NIM	: 01023110055
Jurusan	: Manajemen
Mata Kuliah	: Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Bauran Promosi Pada Organisasi Pengelola Zakat (Studi Kasus : Lembaga Amil Zakat Daerah Sumatera Selatan Dompet Sosial Insan Mulia Palembang

PANITIA PEMBIMBIMG SKRIPSI

Tanggal

KETUA PEMBIMBING SKRIPSI

31 Januari 2007

Dra. Badia Perizade, M.B.A

NIP. 130785359

Tanggal

ANGGOTA PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

31 Januari 2007

Drs. Thomas Handy

NIP. 130929626

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Yang menguasai di Hari Pembalasan. Hanya Engkaulah yang kami sembah, dan hanya kepada Engkaulah kami meminta pertolongan. Tunjukilah kami jalan yang lurus, (yaitu) Jalan orang-orang yang telah Engkau beri nikmat kepada mereka; bukan (jalan) mereka yang dimurkai dan bukan (pula jalan) mereka yang sesat." (Q.S. Al-Faatihah:1-7)

"Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar." (Q.S. Al Hujuraat: 49)

Kupersembahkan untuk:

- ***Allah SWT***
- ***Rasulullah SAW***
- ***Ayahanda dan Ibunda***
- ***Seluruh Saudaraku***
- ***Seluruh Mujahid dan Mujahidah di Bumi Allah***
- ***Para Guru dan Dosen yang ikhlas dan sabar***
- ***Para Pencari Kebenaran***

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb. بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillaahirobbil'aalamin, segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya, Tak lupa salawat dan salam kepada *uswatun hasanah* kita semua Rasulullah SAW beserta para sahabat, keluarga dan umatnya yang tetap *istiqomah* hingga akhir zaman. Berdasarkan latar belakang pendidikan sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dengan konsentrasi mata kuliah Manajemen Pemasaran, maka sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi, karya tulis dalam bentuk skripsi ini disusun dengan judul *"Analisis Strategi Bauran Promosi Pada Organisasi Pengelola Zakat (Studi Kasus: Lembaga Amil Zakat Daerah Sumatera Selatan Dompet Sosial Insan Mulia Palembang)".*

Selama penyusunan skripsi ini, telah banyak hambatan dan tantangan yang dilalui sebagai proses untuk menyusun sebuah karya tulis yang terbaik. Namun sebagai makhluk ciptaan Allah yang memiliki segala keterbatasan, disadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan di dalam isi skripsi ini. Oleh karenanya segala saran dan kritik yang membangun sangatlah diharapkan, untuk dapat menjadi bahan-bahan masukan, agar kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi.

Penyelesaian skripsi ini tidak dapat dilepaskan dari dukungan dan bantuan dari banyak pihak, dari sejak awal perencanaan, proses penyusunan, penyelesaian hingga saat pengujiannya. Dari lubuk hati sanubari yang paling dalam serta dengan

hati yang tulus, ikhlas dan rasa hormat, dalam kesempatan ini penyusun berkenan untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orangtua tercinta yang telah membesarkan dan mendidik serta terus memberikan doa, dorongan, semangat dan motivasi, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan..
2. Bapak Dr. Syamsurijal AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Drs. M. Kosasih Zen, Msi, selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Nofiawaty, SE, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Ibu Dra. Badia Parizade, M.B.A. selaku Dosen Ketua Pembimbing Skripsi, yang telah membimbing dan memberikan saran-saran perbaikan selama penulisan skripsi ini.
7. Bapak Drs. Thomas Handy, selaku anggota Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah membimbing dan memberikan arahannya selama penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Staff Dosen beserta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, yang telah berperan didalam kelancaran perkuliahan.
9. LAZDA Sumsel DSIM Palembang yang telah bersedia mengijinkan untuk melakukan penelitian disana. Khususnya kepada Bapak Adi Apriliansyah, *Chairman* LAZDA Sumsel DSIM Palembang. Ibu Desi Arisanti, staf divisi penghimpunan dana (*fundraising*) LAZDA Sumsel DSIM Palembang, terima

kasih atas saran, informasi dan data yang telah diberikan, dan semua staf yang telah turut membantu.

9. Seluruh saudaraku: Herlena Damayanti. Ayat Wijaya Sampurna, dan Yetti Fitriyanti, terima kasih atas do'a dan motivasinya. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta menghimpunkan kita semua di dalam Syurga-Nya, *Amiin, Ya Robbal Alamiin.*
10. Para penyeru kebenaran yang ikhlas dan sabar dalam berjuang, kapan pun dan dimana pun berada, selalu jadikan Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pedoman, dan Allah SWT sebagai tujuan. Semoga Allah SWT memuliakan hidup kita, dan mewafatkan kita sebagai syuhada. *Amiin, Ya Robbal Alamiin.*
11. Teman-teman di Manajemen, FE UNSRI 2002 dan teman-teman di FE UNSRI, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga kita semua dapat berada di dalam keridhoan Allah dan Rasul-Nya dalam naungan *Dienul Islam, Amiin.*

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat banyak bagi semua, serta Allah SWT melimpahkan rahmat, nikmat dan karunia-Nya atas kebaikan yang telah diberikan semua pihak. *Amiin.*

Wassalamualaikum wr.wb.

Indralaya, $\frac{\text{Januari 2007}}{\text{Muharram 1428 H}}$ 2007

Penyusun

DAFTAR ISI

Daftar Isi **halaman**

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1 Latar Belakang 1

I.2 Perumusan Masalah 12

I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 13

I.3.1 Tujuan Penelitian 13

I.3.2 Manfaat Penelitian 13

I.4 Metodologi Penelitian 14

I.4.1 Ruang Lingkup Pembahasan 14

I.4.2 Objek Penelitian 14

I.4.3 Sumber Data 14

I.4.4 Teknik Pengumpulan Data 15

I.4.5 Variabel Penelitian 15

I.4.6 Batasan Operasional Variabel 15

UPT. PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SEMARANG
No. DAFTAR : 105
TANGGAL : 27 MAR 2007

I.4.7 Teknik Analisis 16

I.4.7.1 Analisis Kuantitatif 16

I.4.7.2 Analisis Kualitatif 17

I.5 Sistematika Pembahasan 17

BAB II LANDASAN TEORI 20

II.1 Pemasaran 20

II.1.1 Pemasaran (*Marketing*) 20

II.1.2 Pemasaran Syariah (*Syariah Marketing*) 21

II..2 Promosi dan Bauran Promosi 25

II.2.1 Promosi (*Promotion*) 25

II.2.2 Bauran Promosi (*Promotional Mix*) 28

BAB III GAMBARAN UMUM LEMBAGA 37

III.1 Sejarah Singkat Lembaga 37

III.2 Visi, Misi, dan Strategi Lembaga 38

III.3 Program Lembaga 39

III.4 Zakat dan Distribusinya 41

III.5 Penerimaan ZIS LAZDA Sumsel DSIM Palembang 43

III.6 Aktivitas Promosi 44

III.6.1 Periklanan 44

III.6.2 Promosi Zakat, Infak, dan Shadaqah (ZIS) 46

III.6.3 Penjualan Personal (*Personal Selling*) 47

III.6.4 Hubungan Masyarakat dan Publisitas 48

III.7 Biaya Promosi LAZDA Sumsel DSIM Palembang 49

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 50

IV.1 Analisis Kuantitatif 50

IV.2 Analisis Kualitatif 59

IV.2.1 Bauran Promosi (*Promotional Mix*) 59

IV.2.2 Biaya Promosi LAZDA Sumsel DSIM Palembang ... 68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 71

V.1 Kesimpulan 71

V.2 Saran 72

DAFTAR PUSTAKA 74

DAFTAR TABEL

Daftar Isi **halaman**

Tabel III.1 Perhitungan Zakat Praktis 42

Tabel III.2 Penerimaan Dana ZIS DSIM Tahun 2002-2006 43

Tabel III.3 Lokasi Pemasangan Spanduk 44

Tabel III.4 *Counter* Pelayanan ZIS DSIM 47

Tabel III.5 Media Lingkar Sinergi DSIM 48

Tabel III.6 Biaya Promosi Pada DSIM Tahun 2002-2006 49

Tabel IV.1 Penerimaan Dana ZIS DSIM Tahun 2002-2006 51

Tabel IV.2 Rentang Koefisien Korelasi 52

Tabel IV.3 Biaya Promosi dan Penerimaan Dana ZIS DSIM pada Tahun 2002 -2006 56

Tabel IV.4 Koefisien Korelasi 57

Tabel IV.5 Estimasi Parameter 58

DAFTAR GAMBAR

Daftar Isi **halaman**

Gambar III.1 Grafik Penerimaan Dana ZIS DSIM Tahun 2002-2006 43

Gambar IV.1 Grafik Perbandingan Antara Penerimaan ZIS dan Biaya Promosi LAZDA SUMSEL DSIM Palembang dari Tahun 2002-2006 ... 53

Gambar IV.2 Grafik Sebaran Distribusi Penerimaan ZIS 54

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Permasalahan mendasar dari ekonomi makro berangkat dari permasalahan mendasar ekonomi mikro yang diawali oleh asumsi bahwa faktor-faktor produksi atau sumber-sumber yang dimiliki masyarakat adalah terbatas, sedangkan keinginan manusia tidak terbatas. Maka masyarakat harus membuat pilihan-pilihan yang juga mempengaruhi jenis kegiatan produksi yang dijalankan oleh produsen. Selanjutnya, perilaku konsumen dan produsen di pasar akan mempengaruhi kinerja ekonomi makro. Secara ringkas masalah-masalah makroekonomi utama yang selalu dihadapi suatu negara meliputi:[1]

1. Masalah pertumbuhan ekonomi yang tidak stabil,
2. Masalah ketidakstabilan kegiatan ekonomi atau terjadinya konjungtur,
3. Masalah pengangguran dan inflasi,
4. Masalah neraca perdagangan dan neraca pembayaran

Dalam memecahkan masalah-masalah kehidupan termasuk pernasalahan ekonomi didalamnya, ada satu sisi fundamental dalam Islam, yaitu Hukum-hukum Alam dan prinsip-prinsip kehidupan yang menyatu dalam sifat manusia yang tidak boleh dirusak, dan kapan pun terjadi penyimpangan dari jalan yang telah ditetapkan,

---

[1]Sadono Sukirno, *PengantarTeori Makro Ekonomi*, Edisi Kedua, Penerbit Rajawali, Jakarta, 2002, halaman 11.

maka ia harus diarahkan kembali ke jalan yang benar. Prinsip kedua yang dibawakan Islam untuk menjadi dasar pembaharuan sosial adalah penekanan yang jauh lebih besar pada reformasi moral dan diciptakannya sikap moral yang benar dikalangan umat manusia. Prinsip dasar ketiga yang dapat diikuti dalam seluruh sistem Islam adalah kewenangan dan kekuasaan serta penekanan hukum dari pemerintah tidak boleh digunakan kecuali terpaksa.[2]

Allah swt. telah mensyariatkan kepada kita beberapa sistem untuk memecahkan masalah-masalah ini dan sejenisnya atau sebagian dari itu. Sistem-sistemnya adalah sebagai berikut: sistem zakat, sistem sedekah, sistem wakaf, sistem nafkah, sistem seperlima dari harta rampasan perang, sistem harta terpendam. dan jaminan umum dari *baitul maal* bagi setiap orang di wilayah Islam.[3]

Zakat adalah syariat Islam yang diturunkan sebagai sarana penciptaan keadilan ekonomi, kesejahteraan dan kemakmuran. Dinamakan zakat dikarenakan mengandung harapan untuk mendapatkan berkah, membersihkan dan memupuk jiwa dengan berbagai kebaikan. Adapun asal makna zakat itu adalah tumbuh, suci, dan berkah. Dalam surat At-Taubah ayat 103, Allah swt berfirman: "Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka....".[4]

---

[2] Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Cetakan Keempat, Penerbit Yayasan Swarna Bhumy, Jakarta, 2000, halaman 43-44.
[3] Hawwa, Said, *Al-Islam*, Cetakan Pertama, Penerbit Gema Insani, Jakarta, 2004, halaman 572.
[4] Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunnah Jilid 1*, Cetakan Pertama, Penerbit Pena Pundi Aksara, Jakarta 2006, halaman 497.

Zakat sebagai salah satu sistem untuk memecahkan masalah sosial, adalah rukun Islam ketiga yang menjadi salah satu pondasi penting dalam Islam. Dengan mengeluarkan zakat, berarti seorang muslim membersihkan hartanya dari segala kekotoran. Pembersihan ini akan mencegah seorang muslim dari mengkonsumsi sesuatu yang haram yang akan meracuni tubuhnya dan menodai kehidupannya. Zakat menjadi tiang penyangga bagi terwujudnya infrastruktur sosial dalam membentuk masyarakat harmonis.[5]

Dalam sejarah praktek pengelolaan zakat ini, maka pernah terjadi sebuah sejarah kegemilangan zakat, yaitu pada masa Khalifah Umar bin Abdul Aziz. Dimana Khalifah Umar bin Abdul Aziz hanya dalam masa dua tahun berhasil mengentaskan kemiskinan sehingga tidak ada lagi yang mau menerima zakat, semua rakyatnya merasa sudah menjadi *muzzaki* (pembayar zakat), bukan lagi *mustahiq* (penerima zakat). Penggalan sejarah tersebut merupakan sebuah bukti nyata yang pernah ditunjukkan, bahwa zakat dapat menjadi instrumen pengikis kemiskinan dalam waktu singkat dengan pengelolaan yang sungguh-sungguh.[6]

Islam mulai masuk ke bumi nusantara Indonesia sejak 13 abad yang silam. Namun dalam perjalanan Islam di Indonesia yang telah melawati masa berabad-abad tersebut, praktek pengelolaan zakat dilakukan dengan sangat sederhana dan sangat alamiah. Kaum muslimin lebih banyak membayarkan zakat kepada para ustadz, kyai atau ajengan di sekitar tempat tinggalnya. Sebagian lagi menyalurkan zakatnya

---

[5] Dikutip dari makalah Ahmad Juwaini pada Road Show- Talk Show "Membangun Peradaban Zakat" di Auditorium Pemprov Sumsel, Palembang, Sabtu 20 Mei 2006.
[6] Ibid.

melalui pesantren dan masjid atau lembaga sosial Islam seperti panti anak yatim. Tidak sedikit pula kaum muslimin yang menyalurkan zakatnya langsung kepada para fakir dan miskin atau golongan yang berhak menerima zakat lainnya. Pada masa itu belum dikenal lembaga pengelola zakat formal. Umumnya semua bersifat kepanitiaan temporer seperti pada bulan Ramadhan atau pada malam Idul Fitri. Pengelola zakat juga kadangkala adalah individu yang dipercaya oleh masyarakat atau masjid dan pesantren secara tradisional.[7]

Dalam perjuangan bangsa Indonesia menentang penjajahan Barat pun dahulu, zakat, terutama bagian *sabilillah*nya (orang yang berjuang di jalan Allah), merupakan sumber dana perjuangan. Ketika satu persatu tanah air kita dikuasasi oleh penjajah Belanda, Pemerintah Kolonial itu mengeluarkan *Bijblad* Nomor 1892 tanggal 4 Agustus 1893 yang berisi kebijaksanaan Pemerintah Kolonial mengenai zakat. Yang menjadi pendorong pengeluaran peraturan tentang zakat itu adalah alasan klasik rezim kolonial yakni mencegah terjadinya penyelewengan keuangan zakat oleh para penghulu untuk melaksanakan administrasi kekuasaan Pemerintah Belanda, tetapi tidak diberi gaji atau tunjangan untuk membiayai hidup mereka dan keluarganya. Dan untuk melemahkan (dana) kekuatan rakyat yang bersumber dari zakat itu Pemerintah Hindia Belanda melarang semua pegawai pemerintah dan priyayi pribumi ikut serta membantu pelaksanaan zakat. Larangan ini dituangkan dalam *Bijblad* Nomor 6200 tanggal 28 Februari 1905. Maksudnya adalah agar para priyayi pribumi di daerah itu

---

[7] Ibid.

terutama, tidak lagi membantu pemungutan dan pengelolaan zakat yang terjadi sebelumnya, sesuai dengan ajaran Islam.[8]

Sejak Indonesia merdeka, di beberapa daerah di tanah air kita, pejabat-pejabat pemerintah yang menjadi penyelenggara negara telah ikut serta membantu pemungutan dan pendayagunaan zakat. Kenyataan ini dapat dihubungkan pula dengan pelaksanaan pasal 34 UUD 1945. Kata "fakir-miskin" yang dipergunakan dalam pasal tersebut jelas menunjuk pada para *mustahiq* yaitu mereka yang berhak menerima bagian zakat.

Perhatian pemerintah terhadap lembaga zakat ini, secara kualitatif, mulai meningkat pada tahun 1968. Pada tahun itu, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 4 dan nomor 5/1968, masing-masing tentang pembentukan Badan Amil Zakat dan Pembentukan *Baitul Maal* (Balai Harta Kekayaan) di tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kotamadya. Beberapa hari setelah Peraturan Menteri Agama itu keluar, Presiden Soeharto, dalam pidatonya dalam peringatan Isra'Mi'raj di Istana Negara pada tanggal 22 Oktober 1968 mengeluarkan anjuran untuk menghimpun zakat secara sistematis dan terorganisasi. Sejak itu perintisan pendirian lembaga pengelola zakat formal terus berlangsung. Lembaga formal pertama yang berdiri adalah Badan Amil Zakat, Infak dan Sedekah (BAZIS) DKI Jakarta.[9]

Untuk mengembangkan keberadaan lembaga pengelola zakat, akhirnya dikeluarkan Instruksi Menteri Agama No.16 Tahun 1989 tentang Pembinaan Zakat,

---

[8] Mohammad Daud Ali, Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf, Penerbit UI Press, Jakarta, 1988, halaman 33.
[9] Ibid, halaman 36-37.

Infak/ Shadaqah. Selanjutnya, dikukuhkan dengan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Dalam Negeri No. 29 tahun 1991 dan No. 47 tahun 1991 tentang Pembinaan Badan Amil Zakat dan Infak/Sedekah. Setelah berdirinya berbagai BAZIS dan organiosasi pengelola ZIS yang didirikan masjid dan pesantren, maka di masyarakat juga mulai disosialisasikan tentang pentingnya membayar zakat melalui lembaga. Seiring dengan kiprah lembaga-lembaga pengelola zakat, khususnya melalui Forum Zakat yaitu suatu asosiasi organisasi pengelola zakat yang dideklarasikan pada tanggal 7 Juli 1997 yang pada awalnya dikonsorsiumi oleh 11 organisasi pengelola zakat di Indonesia, pemerintah juga semakin menyadari bahwa sudah saatnya dibuat instrumen regulasi zakat di Indonesia.[10]

Melalui komitmen bersama berbagai pihak di Indonesia termasuk legislatif, maka pada akhir pemerintahan Presiden BJ. Habibie disahkan UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat pada tanggal 23 September 1999. Untuk pelaksanaanya, dikeluarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 581 Tahun 1999 Tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 Tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat. Sementara pada pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, di Istana Negara pada tanggal 26 Oktober 2005 dicanangkan Gerakan Zakat, Infak dan Sedekah. Gerakan sadar zakat tersebut diharapkan sebagai

---

[10] Ahmad Juwaini, Ibid.

implementasi dari upaya mewujudkan peradaban zakat. Yaitu sebuah tatanan nilai, perilaku dan budaya masyarakat yang telah terwarnai dengan makna hakiki zakat.[11]

Pada pengelolaan zakat, yang terpenting dan tidak boleh dilupakan adalah peran para amil selaku pengemban amanah pengelolaan dana zakat. Jika amil zakat baik, maka tujuh golongan *mustahiq* (penerima zakat) lainnya akan menjadi baik. Itulah nilai strategisnya amil zakat. Dengan kata lain, hal terpenting dari zakat adalah bagaimana mengelolanya (manajemennya). Meskipun harus diakui bahwa dalam peraturan perundang-undangan mengenai pengelolaan zakat masih banyak kekurangan yang sangat mendasar, misalnya tidak dijatuhkannya sanksi bagi *muzakki* yang melalaikan kewajibannya (tidak mau berzakat), tetapi undang-undang tersebut memiliki kekuatan hukum dan dipercaya oleh masyarakat. Dalam Bab II Pasal 5 UU No. 38 Tahun 1999 tersebut dikemukakan bahwa pengelolaan zakat bertujuan :[12]

a. Meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntutan agama.
b. Meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial.
c. Meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

Dalam Bab III UU No. 38 Tahun 1999, dikemukakan bahwa organisasi pengelola zakat terdiri dari dua jenis, yaitu Badan Amil Zakat (pasal 6) dan Lembaga

---

[11] Ibid.
[12] Dikutip dari makalah Didin Hafidhuddin dengan judul "Zakat Sebagai Potensi Pengembangan Ekonomi Umat", disampaikan pada Seminar Ekonomi Islam, Masjid Al-Aqobah I PUSRI Palembang, Sabtu, 25 Maret 2006.

Amil Zakat (pasal 7). Adapun kedudukan dan sifat lembaga Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Badan Amil Zakat (BAZ) adalah organisasi pengelola zakat yang dibentuk oleh pemerintah, dimana pengelolaannya terdiri dari unsur-unsur pemerintah (sekretaris adalah ex-officio pejabat Depag) dan masyarakat. Pembentukannya harus sesuai dengan mekanisme sebagaimana telah diatur dalam Keputusan Dirjen Bimas Islam & Urusan Haji No. D/291 Tahun 2001.
b. Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah organisasi pengelola zakat yang dibentuk sepenuhnya atas prakarsa masyarakat dan merupakan badan hukum tersendiri, serta dikukuhkan oleh pemerintah.[13]

Potensi zakat di Indonesia menurut Departemen Agama pertahunnya mencapai Rp 7,5 triliun, bahkan menurut suatu hasil penelitian (2005) mencapai Rp 19,3 triliun. Sementara hasil survei yang dilakukan PIRAC *(Public Interest Research and Advocacy Center)* mengenai Pola dan Kecenderungan Masyarakat Berzakat yang diadakan di 11 kota besar di Indonesia menyebutkan bahwa nilai zakat per *muzakki* rata-rata Rp 124.000,00 per tahun. Sedangkan nilai zakat yang dibayarkan berkisar antara Rp 44.000,00 sampai Rp 339.000,00 per tahun. Dari data tersebut PIRAC memperkirakan jumlah dana ZIS (zakat, infak dan sedekah) yang tergalang di Indonesia berjumlah sekitar Rp 4 triliun. Angka-angka tersebut barulah potensi, belum menjadi kenyataan. Kenyataannya, saat ini baru terkumpul lebih kurang Rp

---

[13] Ibid

150 milyar per tahun atau sekitar 2 % dari potensi zakat di Indonesia (menurut data pengumpulan zakat oleh lembaga, baik BAZ maupun LAZ).[14]

Sementara di provinsi Sumatera Selatan saat ini telah berdiri berbagai organisasi pengelola zakat, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun yang dikelola oleh swadaya masyarakat, perusahaan atau lembaga. Adapun organisasi pengelola zakat yang dikelola oleh pemerintah yang ada di provinsi Sumatera Selatan antara lain BAZDA Sumatera Selatan, BAZ Kabupaten Musi Banyuasin, BAZ Banyuasin, BAZ Kabupaten Ogan Komering Ulu, BAZ Kabupaten Ogan Komering Ilir, BAZ Kabupaten Ogan Ilir, BAZ Kabupaten Musi Rawas, BAZ Kota Palembang, BAZ Kota Pagaralam, BAZ Kota Prabumulih, BAZ Kota Lubuklinggau, BAZ Kota Lahat. Kemudian organisasi pengelola zakat yang dikelola oleh swadaya masyarakat, perusahaan atau lembaga misalnya Rumah Zakat Indonesia Palembang (RZI Palembang), Yayasan Amil Zakat PT. PUSRI (YAZRI), Lembaga Amil Zakat Masjid Agung Palembang (LAZMA Palembang), Badan Amil Zakat PT. Pertamina (BAZMA), Lembaga Amil Zakat Daerah Sematera Selatan Dompet Sosial Insan Mulia Palembang (LAZDA Sumsel DSIM Palembang), Manajemen ZIS PLN Sektor Keramasan, dan lain-lain.

Salah satu Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang ada di Sumatera Selatan adalah Lembaga Amil Zakat Daerah Sematera Selatan Dompet Sosial Insan Mulia Palembang (LAZDA Sumsel DSIM Palembang). Dompet Sosial Insan Mulia adalah lembaga nirlaba (swadaya masyarakat/ non pemerintah) yang bertujuan mengangkat

---

[14] Ibid

harkat sosial kemanusiaan masyarakat, khususnya yang masih bergelut dengan kemiskinan, kebodohan dan kefakiran dengan dana ZIS yaitu dana zakat, infak, sedekah, wakaf, dan donasi lainnya yang halal dan legal dari perorangan, masyarakat, maupun perusahaan.

Provinsi Sumatera Selatan, dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam dan merupakan provinsi terkaya ke lima di Indonesia, tentunya juga menyimpan potensi zakat yang sangat besar, yang sayangnya juga potensi ini belum tergarap secara maksimal. Jika saja ada 1% dari penduduk di Provinsi Sumsel atau sebanyak 65.000 orang (penduduk Sumsel 6,5 juta jiwa) yang secara rutin mengeluarkan zakat profesinya/ pendapatan rutin setiap bulannya (dengan kadar yang minimal saja yakni Rp 1.560.000,- x 2,5 % = Rp 39.000,-), maka di provinsi Sumatera Selatan dari pengumpulan zakat profesi saja akan terkumpul dana sebesar Rp 2,5 milyar perbulannya. Sementara di kota Palembang, dengan jumlah penduduk sebesar 1,5 juta jiwa, andaikan 1 % saja dari jumlah penduduk Palembang membayar zakat profesi/ pendapatan rutin bulanannya dengan kadar minimal zakat profesi sebesar Rp 39.000,- seperti perhitungan di atas, maka ada dana sebesar 1/2 milyar lebih yang terkumpul setiap bulannya.[15]

Dompet Sosial Insan Mulia sendiri pada tahun 2006 ini, untuk dana zakat dari masyarakat terkumpul sekitar Rp 350 juta atau secara rata-rata terkumpul sebesar Rp 29 juta perbulannya. Jika dilakukan persentase terhadap potensi zakat perbulannya,

---

[15] Dikutip dari makalah Adi Apriliansyah, SE dengan judul "Amil Zakat, Keseimbangan Profesi Antara Dakwah dan Maisyah", disampaikan pada Pekan Ekonomi Syariah Sriwijaya (Pesirah-Jaya) di Gedung Aula D III FE Unsri, Palembang, Minggu, 10 Desember 2006.

maka pada saat ini DSIM baru mampu mengumpulkan 5,8 % potensi zakat di Kota Palembang. Atau dengan kata lain setara dengan 1,16 % potensi zakat di Provinsi Sumatera Selatan yang mampu digarap oleh DSIM. Artinya masih sangat besar potensi zakat di Provinsi Sumsel yang belum teroptimalkan pengelolaannya secara profesional.

Melalui berbagai program yang ada, LAZDA Sumsel DSIM Palembang berupaya untuk membuat masyarakat semakin tertarik untuk menyalurkan ZIS nya melalui lembaga ini. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasanya. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi diantara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Selain itu juga dilakukan berbagai cara agar masyarakat semakin mudah menyampaikan ZIS nya, diantaranya melalui pos pelayanan/ *counter* DSIM, Unit Pengelola Zakat Daerah yang ada di berbagai daerah di provinsi Sumatera Selatan, rekening bank, dan lain-lain.

Salah satu hasil dari strategi bauran promosi yang dijalankan adalah terbentuknya jaringan kerjasama dengan berbagai instansi yang disebut lingkar sinergi. Lingkar sinergi LAZDA Sumsel DSIM Palembang, antara lain BNI Syariah, Baperohis Telkom Kandatel Sumbagsel, Telkomsel, Majelis Ta'lim Telkomsel, Majelis Ta'lim PDAM Tirta Musi Palembang, Manajemen ZIS PLN Sektor Keramasan, PT. Pelabuhan Indonesia II Cabang Palembang, Bank Muamalat,

Palembang TV, Sriwijaya TV, Radio La Nugraha, Radio SPI Palembang, Harian Palembang Pos, Harian Berita Pagi, dan lain-lain.

Sehingga dari lingkar sinergi yang dibangun ini terjadi kerjasama yang saling menguntungkan. Perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya dan tenaga untuk menyalurkan zakat perusahaan, ZIS karyawannya, maupun dana pembangunan masyarakat (*community development)* yang dimiliki. Sementara LAZDA Sumsel DSIM Palembang memperoleh donasi ZIS untuk disalurkan kepada yang membutuhkan.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dilihat pentingnya strategi bauran promosi dalam menghimpun dana ZIS dari masyarakat dan meningkatkan jumlah pembayar zakat *(muzakki)* yang menyalurkan ZIS. Untuk itulah dirasa perlu dilakukannya analisis kasus untuk melihat seberapa besar pengaruh bauran promosi yang dilakukan oleh pengelola zakat formal terhadap penerimaan ZIS dari masyarakat.

Oleh sebab itu menarik untuk membahas mengenai "Analisis Strategi Bauran Promosi Pada Organisasi Pengelola Zakat (Studi Kasus: Lembaga Amil Zakat Daerah Sematera Selatan Dompet Sosial Insan Mulia Palembang)".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil suatu permasalahan, yaitu: "Apakah ada pengaruh strategi bauran promosi yang dijalankan oleh LAZDA

Sumsel DSIM Palembang dalam meningkatkan perolehan dana ZIS dari masyarakat dan jumlah *muzakki* (pembayar zakat).

I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

I.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi bauran promosi (dilihat dari biaya promosi) yang dijalankan oleh LAZDA Sumsel DSIM Palembang dalam meningkatkan perolehan dana ZIS dari masyarakat dan jumlah *muzakki* pembayar zakat *(muzakki)* di Provinsi Sumatera Selatan

I.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan ada beberapa manfaat yang dapat diambil, diantaranya sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dan masukan kepada LAZDA Sumsel DSIM Palembang mengenai strategi bauran promosi yang dapat dilakukan dalam menghimpun dana ZIS dari masyarakat dan meningkatkan jumlah *muzakki* (pembayar zakat) yang menyalurkan ZIS nya melalui lembaga amil zakat formal.
2. Bahan masukan bagi penelitian-penelitian lainnya yang sifatnya sejenis dengan penelitian ini.

I.4 Metodologi Penelitian

I.4.1 Ruang Lingkup Pembahasan

Penentuan ruang lingkup pembahasan dibutuhkan agar pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini lebih terarah serta tidak menyimpang dari permasalahan yang telah ada. Pada penelitian ini pembahasan masalah dibatasi hanya pada strategi bauran promosi yang meliputi: periklanan, promosi penjualan, penjualan personal *(personal selling)*, serta hubungan masyarakat dan publisitas.

Sementara untuk ruang lingkup daerah yang dibahas dalam penelitian ini adalah meliputi daerah provinsi Sumatera Selatan.

1.4.2 Objek Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi objek penelitian adalah organisasi pengelola zakat yang ada di Sumatera Selatan, dalam penelitian ini yang dipilih adalah Lembaga Amil Zakat Daerah Sematera Selatan Dompet Sosial Insan Mulia Palembang (LAZDA Sumsel DSIM Palembang) yang berlokasi di jalan Kapten Anwar Sastro Nomor 20 Komplek Masjid Baitul Mi'raj Telkom Palembang.

1.4.3 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer. Yaitu data yang diperoleh langsung dari objek atau sumbernya dan data tersebut belum pernah diolah oleh pihak lain. Data yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian dan permasalahan yang ada. Data ini diperoleh dengan melakukan penelitian langsung pada objek penelitian, yakni LAZDA Sumsel DSIM Palembang.

1.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan teknik komunikasi langsung, yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan komunikasi secara langsung atau tatap muka dengan sumber data, yaitu kepada karyawan ataupun pimpinan untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan.

I.4.5 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel *dependent* (tergantung) yaitu Penerimaan zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) LAZDA Sumsel DSIM Palembang.
2. Variabel *independent* (bebas) yaitu Biaya promosi yang dikeluarkan oleh LAZDA Sumsel DSIM Palembang.

1.4.6 Batasan Operasional Variabel

Batasan operasional variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penerimaan ZIS, yaitu penerimaan LAZDA Sumsel DSIM Palembang dalam wilayah Provinsi Sumatera Selatan, yang terdiri dari zakat, infak, shadaqah, wakaf dan donasi lainnya yang halal dan legal dari perorangan, masyarakat, maupun perusahaan/ lembaga.
2. Biaya promosi, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh LAZDA Sumsel DSIM Palembang dalam menjalankan strategi bauran promosinya, yang terdiri dari,

terdiri dari, periklanan, promosi penjualan, penjualan personal *(personal selling)*, serta hubungan masyarakat dan publisitas.

I.4.7 Teknik Analisis

Untuk menganalisa permasalahan yang ada digunakan, peneliti menggunakan metode analisa secara kuantitatif dan kualitatif.

I.4.7.1 Analisis Kuantitatif

Adalah suatu bentuk analisis yang menentukan, mengumpulkan, mengklasifikasikan, dan menafsirkan data yang ada dengan alat-alat analisis ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Teknik analisis ilmiah yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana *(simple linear regression)* dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 13.0 dari program komputer.

Drs Basu Swastha D.H, MBA mengemukakan bahwa salah satu peranan promosi adalah sebagai alat untuk meningkatkan penjualan atau penerimaan. Karenanya, penerimaan ZIS merupakan variabel tergantung (*dependent)*, serta anggaran promosi merupakan variabel bebas (*independent)*. Model sampel linear sederhana yang digunakan dalam analisis ini adalah:[16]

$$y = a + bx$$

[16] Bilson Simamora, *Riset Pemasaran*, Cetakan Pertama, Penerbit PT Gramedia Putra Utama, Jakarta,2004, halaman 323.

Dimana:

y = volume penerimaan ZIS suatu periode. (periode 2002 –2006)

x = Biaya promosi ZIS suatu periode. (periode 2002 –2006)

a = nilai intersep (konstanta)

b = koefisien arah regresi (pendugaan bagi β)

I.4.7.2 Analisis Kualitatif

Yaitu dilakukan dengan cara menggabungkan antara teori dengan kenyataan yang ditemui pada objek penelitian. Dimana akan dicoba untuk menganalisis data dengan teori-teori yang ada guna menggambarkan sifat objek yang diteliti sehingga dapat ditarik kesimpulannya.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara umum kerangka isi yang akan dibahas dalam skripsi sehingga dapat dihubungkan antara bab yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu akan diuraikan keseluruhan pembahasan susunan mengenai skripsi secara keseluruhan disertai pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

Merupakan bab dimana dikemukakan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, teknik analisis dan sistematika penulisan

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

BAB II. LANDASAN TEORI

Merupakan bab yang mengemukakan mengenai pengertian pemasaran, riset pemasaran, pengertian promosi, tujuan promosi, peranan promosi, bauran promosi, variabel-variabel promosi, serta teori-teori lainnya yang berhubungan dengan pemasaran dan promosi.

BAB III. GAMBARAN UMUM LEMBAGA

Merupakan bab yang mengemukakan mengenai sejarah singkat berdirinya Lembaga Amil Zakat Daerah Sematera Selatan Dompet Sosial Insan Mulia Palembang (LAZDA Sumsel DSIM Palembang), tujuan berdirinya, aktivitas lembaga, penerimaan ZIS, serta biaya promosi dan program promosi yang dijalankan oleh LAZDA Sumsel DSIM Palembang.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang mengemukakan mengenai pembahasan permasalahan yang dihadapi oleh LAZDA Sumsel DSIM Palembang, pada bab ini akan dianalisis dan dibahas mengenai strategi bauran promosi yang dijalankan oleh LAZDA Sumsel DSIM Palembang berdasarkan data yang diperoleh dan berdasarkan landasan teori dalam usaha meningkatkan perolehan dana ZIS yaitu dana zakat, infak, sedekah, wakaf, dan donasi lainnya yang halal dan legal dari perorangan, masyarakat, maupun perusahaan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi. Pada bab ini akan dikemukakan kesimpulan yang didasarkan pada bab-bab sebelumnya, selanjutnya dengan didasarkan pada kesimpulan yang ada, disusun saran sebagai bahan pemikiran dan kiranya dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi LAZDA Sumsel DSIM Palembang dalam menyusun kebijakan di masa yang akan datang, khususnya yang berhubungan dengan strategi bauran promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku- buku:

Afzalurrahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, Cetakan Keempat, Penerbit Yayasan Swarna Bhumy, Jakarta: 2000.

Basu Swastha D.H, Drs., MBA dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1997.

Bilson Simamora, *Riset Pemasaran*, Cetakan Pertama, Penerbit PT Gramedia Putra Utama, Jakarta, 2004.

Boyd-Walker, Larreche, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.

Fredi Rangkuti, *Practical Data Analysis & Interpretation, Marketing & Behaviour*, Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002.

Hawwa, Said, *Al-Islam*, Cetakan Pertama, Penerbit Gema Insani, Jakarta, 2004.

Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Cetakan I, Penerbit Mizan, Jakarta, 2006.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendaliaan*, Edisi ke-6, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.

——————, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*, Jilid 1, Penerbit PT. Prenhalindo, Jakarta, 2002.

——————, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*, Jilid 2, Penerbit PT. Prenhalindo, Jakarta, 2002.

Mochtar Effendy, Dr., SE, *Pemasaran Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam*, Penerbit Al-Mukhtar, Palembang, 2005.

Mohammad Daud Ali, *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*, Penerbit UI Press, Jakarta, 1988.

Rewold, S.H, J.D. Scott, dan M.R.Warshaw, Strategi Promosi Pemasaran, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 1991.

Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunnah Jilid 1*, Cetakan Pertama, Penerbit Pena Pundi Aksara, Jakarta, 2006.

Sadono, Sukirno, *Pengantar Teori Makro Ekonomi*, Edisi Kedua, Penerbit Rajawali, Jakarta, 2002.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi 1, Penerbit CV. Rajawali, Jakarta, 1987.

Makalah dan Artikel:

Adi Apriliansyah, SE, *Amil Zakat, Kesinambungan Profesi Antara Dakwah dan Maisyah*, Palembang, Desember 2006.

Ahmad Juwaini, *Membangun Peradaban Zakat*, Palembang, Mei 2006.

Didin Hafidhuddin, *Zakat Sebagai Potensi Pengembangan Ekonomi Umat*, Palembang, Maret 2006.

Koran Jumat, LAZDA Sumsel DSIM Palembang, Edisi 051 Tahun II, 2006.