



Juhanperak
e-ISSN : 2722-984X
p-ISSN : 2745-7761

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI ADVERTISING (IKLAN) DALAM PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

Indri Yani

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Kuantan Singingi,
Jl Gatot Subroto KM 7, Kebun Nenas, Sungai Jering, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau
29566

Email: iy443493@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi advertising (iklan) dalam pengumpulan dana zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi advertising (iklan) dalam pengumpulan dana zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Kuantan Singingi yaitu: strategi Mission, yang menyalurkan bantuan konsumtif jompo triwulan. strategi money, strategi Message yaitu media elektronik dan media cetak, strategi measurement, adalah program yang dapat meningkatkan muzzaki dalam berzakat dengan angka 10.000.000.000 miliar berada diposisi keempat se-Riau. Dengan strategi yang digunakan dan program yang sudah berjalan telah meningkatkan muzzaki dalam berzakat dan meningkatkan kesadaran muzzaki tentang kewajiban membayar zakat dan menjadikan kepercayaan Masyarakat menjadi meningkat terhadap BAZNAS.

Kata Kunci : *Strategi Advertising, Pengumpulan Dana Zakat, BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi*

Abstrak

This research aims to determine advertising strategies in collecting zakat funds at the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) Kuantan Singingi Regency. This research is a qualitative research. Data collection techniques use observation, interviews and documentation techniques. The results of this research show that the advertising strategy in collecting zakat funds at the National Zakat Amil Agency (BAZNAS) Kuantan Singingi Regency is: Mission strategy, which distributes quarterly elderly consumer aid. Money strategy, Message strategy, namely electronic media and print media, measurement strategy, is a program that can increase muzzaki in zakat with a figure of 10,000,000,000 billion in fourth position in Riau. With the strategy used and programs that are already running, it has increased muzzaki in zakat and increased muzzaki's awareness about the obligation to pay zakat and created public trust to increase towards BAZNAS.

Keywords: *Advertising strategy, Zakat found Collection, BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi Regency*



1. PENDAHULUAN

Zakat merupakan instrumen penting dalam kegiatan beragama dan sosial. (Munir dan Ilaihi, 2006:9) Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Kuantan Singingi merupakan sebuah lembaga keagamaan yang mengelolah kegiatan pemberdayaan zakat, meliputi pada pengumpulan, pendistribusian, dan pengembangan zakat, ketiga kegiatan ini diharapkan dapat dana zakat diberdayakan secara maksimal. Dengan berkembangnya era globalisasi sekarang semakin berkembangnya teknologi yang begitu pesat. Dimana orang bisa lebih mudah mendapatkan sesuatu informasi seluas-luasnya melalui internet. Dari sisi lain internet juga bisa dimanfaatkan dan mendayagunakan para muzakki (orang yang berzakat) untuk mengetahui kemana mereka menyalurkan zakat, infaq, shodaqoh.

Selain penggunaan media internet dalam mensosialisasikan program zakat, media lain pun sangat banyak pengaruhnya untuk memotivasi para muzakki seperti halnya dengan program Advertising (periklanan).

Advertising dapat diartikan sebagai suatu strategi promosi dengan cara membagikan informasi suatu produk atau jasa dalam bentuk media televisi, Koran, majalah, brosur, sponsorship, dan lain sebagainya. Tujuan dengan adanya penerapan Advertising adalah agar masyarakat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen atau masyarakat secara umum agar produk tersebut diminati oleh masyarakat. Menurut bapak Marketa, Kepala pelaksana BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi, sejalan dengan perkembangan teknologi informasi kini semakin pesat yang dapat memberikan akses informasi secara terbuka bagi setiap orang.

Dalam kehidupan dunia ini banyak sekali perintah-perintah Allah yang harus dilaksanakan diantaranya adalah perintah membayar zakat. Dasar hukum zakat terdapat dalam al-Quran dan Hadist. Zakat tak hanya berfungsi sebagai penolong perekonomian mustahik, tetapi dapat digunakann sebagai instrumen penyeimbang dalam perekonomian nasional.

Tujuan utama zakat dalam jangka panjang adalah menstraformasikan para mustahik menjadi muzzaki. Namun sayangnya, pemahaman muzzaki tentang kewajiban membayar zakat itu belum lengkap hingga tingkat kesadarannya akan suatu kewajiban itu masih kurang.

Keterbatasan masyarakat memahami kecanggihan teknologi tentang seputar zakat, lokasi yang sangat jauh, serta kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS. Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut yang kemudian akan dimuat dalam tulisan karya ilmiah dengan judul: **Analisis Penerapan Strategi Advertising (Iklan) Dalam Penghimpunan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Kuatan Singingi.**

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Strategi

Strategi adalah penentuan tujuan utama yang berjangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi kepemilikan, cara-carabertindak dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut (A.M. Kardiman, 2009: 8).

2.2 Pengertian Penghimpunan Dana (Fundraising)



Penghimpunan dana (fundraising) dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program kegiatan operasional lembaga yang ada pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut (Hendra Sutisna, 2006 : 1). Adapun tujuan fundraising menurut Juwaini (2005:5-7) adalah sebagai berikut:

- a. Tujuan menghimpun dana adalah dalam pengelolaan lembaga dan ini pula yang menyebabkan mengapa dalam pengelolaan fundraising harus dilakukan.
- b. Menambah calon donator atau menambah populasi donator. Lembaga yang melakukan fundraising harus terus menambah jumlah donaturnya.
- c. Meningkatkan atau membangun citra lembaga, bahwa aktifitas fundraising yang dilakukan oleh sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), baik secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap citra lembaga.
- d. meningkatkan kepuasan donatur, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang, meskipun dalam pelaksanaan kegiatan secara teknis dilakukan sehari-hari.

2.3 Pengertian Periklanan (advertising)

Periklanan adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Djaslim Saladin (2002:133) menggolongkan jenis-jenis periklanan menjadi 2 kriteria, yaitu :

- a. Berdasarkan Manfaat
 1. Institutional Advertising, yaitu untuk pembentukan citra organisasi dalam jangka panjang.
 2. Brand Advertising, yaitu periklanan untuk pemantapan pada merek
 3. Classified Advertising untuk penyebaran informasi tentang penjualan jasa dan peristiwa.
 4. Sales Advertising, yaitu periklanan untuk pengumuman penjualan khusus.
- b. Berdasarkan Klasifikasi
 1. National Advertising, yaitu periklanan yang dilaksanakan oleh produsen dari suatu barang industri maupun barang konsumsi yang disebarkan secara nasional maupun regional.
 2. Local Advertising, yaitu periklanan yang dibatasi oleh lingkungan geografis.
 3. Consumers Advertising, yaitu periklanan yang ditujukan untuk mencapai manufacture lain yang dapat digunakan produk yang telah diiklankan..
 4. Industrial Advertising

Tabel 2.1
Jenis-Jenis Media Utama Periklanan

Media		Keunggulan	Keterbatasan
Media Elektronik	Televisi	Menggabungkan gambar, suara dan gerakan; merangsang indera; perhatian tinggi; jangkauan tinggi	Biaya absolut tinggi; Kekacauan tinggi; paparan bergerak kilat; pemilihan audiens kurang
	Radio	Penggunaan massal; Pemilihan geografis dan demografis tinggi; biaya rendah	Hanya penyajian suara; perhatian lebih rendah daripada televisi; struktur harga tidak standar; papara bergerak kilat
	Telepon	Banyak pengguna; peluang memberikan setuhan pribadi	Biaya relatif tinggi kecuali jika digunakan sukarelawan
	Internet	Pemilihan audiens tinggi; kemungkinan interaktif; biaya relatif rendah	Media relatif baru dengan jumlah pengguna yang rendah di beberapa negara
Media Cetak	Koran	Fleksibilitas; ketetapan waktu; jangkauan pasar lokal yang baik; penerimaan luas; tingkat kepercayaan tinggi	Usia penggunaan pendek; mutu reproduksi jelek; audiens "terusan" kecil
	Surat langsung (<i>direct-mail</i>)	Audiens terpilih; fleksibilitas; tidak ada persaingan iklan dalam media yang sama; personalisasi	Biaya relatif tinggi; citra "surat sampah"
	Majalah	Pemilihan geografis dan demografis tinggi; kredibilitas	Perencanaan pembelian iklan panjang; sebagian sirkulasi



		dan gengsi; reproduksi bermutu tinggi; usia penggunaan panjang; penerusan pembacaan baik	sia-sia; tidak ada jaminan posisi
	Reklame luarRuang	Fleksibilitas; pengulangan paparan tinggi; biaya rendah; persaingan rendah	Pemilihan audiens terbatas; kreativitas terbatas
	Yellow Pages	Liputan local sangat bagus; tingkat kepercayaan tinggi; jangkauan luas; biaya rendah	Persaingan tinggi; perencanaan pembelian iklan panjang; kreativitas terbatas
	Berita Berkala	Pemilihan audiens sangat tinggi; terkontrol penuh; peluang interaktif; biaya relatif relatif rendah	Biaya dapat hilang sia-sia
	Brosur	Fleksibilitas; terkendali penuh; dapat mendramatisir pesan	Produksi berlebihan dapat menyebabkan biaya hilang sia-sia

2.4 Strategi Periklanan

1. Apa tujuan periklanan ? (Mission)
2. Berapa dana yang digunakan ? (Money)
3. Apakah pesan yang ingin disampaikan ? (Message)
4. Apakah media yang akan digunakan ? (Media)
5. Bagaimanakah mengevaluasi hasilnya ? (Measurement)
 - a) Mission



Mission yaitu menetapkan tujuan periklanan yang merujuk pada keputusan sebelumnya mengenai pasar sasaran, penentuan pasar sasaran, penentuan posisi pasar, dan bauran promosi.

- b) Money
- c) Message. dalam hal ini berhubungan dengan memutuskan mengenai pesan iklan.
- d) Media

Unsur keempat adalah media yakni yang berhubungan dengan memutuskan media periklanan yang akan digunakan.

- e) Measurement

Ini berkaitan dengan kegiatan mengevaluasi keefektifan periklanan. Perencanaan dan pengendalian iklan yang baik bergantung pada pengukuran efektivitas iklan.

2.5 Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah organisasi pengelolaan zakat secara nasional yang bertugas untuk melakukan perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat. Sementara Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah lembaga yang dibentuk sepenuhnya atas prakarsa masyarakat dan memiliki badan hukum tersendiri, serta mendapatkan izin dari pemerintah setelah memperoleh rekomendasi dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.

2.6 Muzakki

muzakki adalah seorang muslim atau badan usaha yang berkewajiban menunaikan zakat. Zakat diwajibkan bagi para agniyah (hartawan) yang kekayaannya memenuhi batas minimal (nisab) untuk setahun (haul). Wajib zakat adalah setiap orang islam yang telah dewasa, sehat jasmani, dan rohaninya, mempunyai harta yang cukup menurut ketentuannya (nisab) dan telah sampai waktunya satu tahun penuh haul).

2.7 Sistem Operasional BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi

- a). Pengumpulan zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi dilakukan dengan 3 (tiga) cara yaitu:

1. Penyetoran atau transfer ke rekening Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi di Bank Riau Syari'ah cabang pembantu Teluk Kuantan nomor rekening : 825-11 00001 An. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi dan rekening Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi di Bank Syari'ah Mandiri Teluk Kuantan Nomor Rekening : 450-000-9999 An. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi.

2. Pembayaran Zakat Melalui Counter Zakat atau kepada Amil di Kantor Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi.

3. Layanan jemput zakat dengan menghubungi nomor : - Sekretaris : Hp. 082388449749

- a) Program Pendistribusian Zakat BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi setelah mengumpulkan zakat, dana zakat yang terkumpul wajib disalurkan atau distribusikan kepada orang yang berhak menerima zakat sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Program-program Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi setiap tahunnya disalurkan sesuai asnaf yang terdapat dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 60 dan beberapa



program pendistribusian penyaluran dana zakat yang dibentuk oleh Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu diantaranya:

1. Program Bidang Pendidikan (Kuansing Cerdas) Penyaluran zakat untuk program pendidikan disalurkan kepada para siswa yang memiliki keluarga tergolong miskin untuk tingkatan:

- a. Siswa Sekolah Dasar Sederajat
- b. Siswa Sekolah Menengah Sederajat
- c. Siswa Sekolah Menengah Atas Sederajat
- d. Mahasiswa yang sedang melakukan Penelitian (tugas Akhir)
- e. Mahasiswa yang melanjutkan pendidikan keluar Negeri seperti ke Mesir, Marako, Sudan, dll.

Adapun sasaran dalam penyaluran program pendidikan ini untuk menciptakan kuansing cerdas, sehingga bagi anak-anak didik SD/MI, SMP/MTS, dan SMA/MA di Kabupaten Kuantan Singingi yang kurang mampu orang tuanya maka pada tahun ajaran baru diberikan bantuan untuk membantu biaya anak pada tahun ajaran baru yang cukup besar. Bagi mahasiswa/mahasiswi yang kesulitan biaya dalam penyelesaian penelitian (tugas akhir), serta putra putri Kabupaten Kuantan Singingi yang akan melanjutkan pendidikan keluar Negeri juga dibantu biaya transportasinya.

2. Program Bidang Kesehatan (Kuansing Sehat) Penyaluran zakat untuk program bidang kesehatan disalurkan dengan cara:

- a. BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi melakukan Kerjasama dengan Rumah Sakit Umum Daerah Teluk Kuantan untuk membantu meringankan biaya bagi masyarakat yang tergolong miskin yang sakit dan berobat ke RSUD Teluk Kuantan.
- b. BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi menyalurkan secara insidental, jika ada masyarakat yang memberikan permohonan untuk biaya berobat maka Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi memberikan ongkos kepada mustahik jika sudah termasuk kepada BPJS.
- c. BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi melakukan kerjasama dengan Dinas Sosial Kabupaten Kuantan Singingi untuk membiayai Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) Adapun sasaran dalam penyaluran program bidang kesehatan ini untuk menciptakan kuansing sehat, sehingga tidak ada masyarakat di Kabupaten Kuantan Singingi yang beragama Islam yang tergolong kedalam keluarga tidak mampu yang tidak mendapatkan pelayanan kesehatan, karena pelayanan kesehatan merupakan hak dari seluruh rakyat Indonesia.

3. Program Bidang Kemanusiaan (Kuansing Makmur) Penyaluran zakat untuk program bidang kesehatan disalurkan dalam bentuk kegiatan sebagai berikut:

- a. Penyaluran untuk fakir jompo yang diberikan bantuan berkelanjutan sepanjang usia, dengan penyaluran satu kali per triwulan.
- b. Pembuatan rumah layak huni untuk masyarakat yang membutuhkan tempat tinggal yang layak.
- c. Penyaluran untuk masyarakat yang mendapat musibah.
- d. Penyaluran konsumtif ramadhan pada bulan ramadhan.

Adapun sasaran dalam penyaluran program kemanusiaan ini untuk menciptakan kuansing Makmur, sehingga dengan program kemanusiaan ini akan



mengurangi kesenjangan sosial, program kemanusiaan ini ingin mewujudkan tidak ada lagi masyarakat Kuantan Singingi yang tinggal dirumah yang tidak layak, tidak ada orang-orang jompo yang terabaikan.

4. Program Bidang Ekonomi (Kuansing Sejahtera)
 - a. Pemberian bantuan modal usaha bagi mustahik yang memiliki potensi kemampuan dalam berusaha yang tidak mempunyai modal.
 - b. Memberikan pelatihan kepada mustahik yang belum mempunyai skill, sehingga terbukanya lapangan kerja.

Adapun sasaran dalam penyaluran program ekonomi ini untuk menciptakan kuansing sejahtera, sehingga dengan adanya program ekonomi ini perekonomian umat Islam tidak terjadi kesenjangan terlalu jauh, ketika adanya masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi yang kekurangan modal dalam usahanya, maka Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi hadir dengan program ekonomi, ketika angka pengangguran yang tinggi, maka Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi hadir dengan memberikan pelatihan usaha, setelah dilakukan pelatihan, dilanjutkan dengan pemberian modal untuk modal awal terhadap mustahik yang diberikan pelatihan.

5. Program Bidang Dakwah dan Advokasi (Kuansing Taqwa)
 - a. Pemberian bantuan kepada panti asuhan.
 - b. Pemberian pembinaan bagi muallaf yang masih lemah keimanannya.
 - c. Pemberian bantuan kepada para qari/qari'ah.
 - d. Operasional pondok tahfiz BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena data yang dibutuhkan penulis berupa keterangan, penjelasan, dan informasi-informasi lisan. Pendekatan kualitatif merupakan cara untuk mendapatkan data dan informasi mengenai persoalan-persoalan yang terjadi dilapangan atau lokasi penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.1 Sejarah Berdirinya BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi

Badan Amil Zakat (BAZ) Kabupaten Kuantan Singingi berdiri pada tahun 2001. Dua Tahun setelah pemekaran Kabupaten Kuantan Singingi dari Kabupaten Indragiri Hulu. BAZ Kabupaten Kuantan Singingi Berdiri pada tanggal 2 maret 2001 dipimpin oleh seorang ketua yaitu Ir. Mahdili dengan pekerja BAZ beranggotakan 17 orang.

Pada tahun pertama berdiri, Bupati Kuantan Singingi Drs. H. Asrul Ja'far bekerjasama dengan Kantor Depertemen Agama Kementrian Agama yang dikepalai oleh H. Masran Ali, S.Ag. Periode kedua tahun 2004 sampai 2007 struktur kepengurusan diganti, ketua dipercayakan kepada Drs. H. Chaidir Arifin sebagai Kepala Dinas Pendapatan Daerah, dari segi penerimaan sedikit meningkat karena sosialisasi selain kepada PNS, Kepada masyarakat mulai diprogramkan.

Periode ketiga pada tahun 2007 sampai 2010 perkembangan semakin pesat dari segi pengumpulan dan beberapa program kerja dan kegiatan juga ditingkatkan dengan meluncurkan program Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan memberikan modal usaha agar pedagang kecil dapat berkembang dan terlepas dari jeratan rentenir di pasar tradisional.

Pada periode keempat tahun 2010 sampai 2013 kepengurusan kembali diganti dengan ketua Ir. H. Liusman Saleh, MT. Pada masa ini sosialisasi semakin gencar kepada pengusaha dan kontraktor. Hasil pengumpulan naik secara signifikan



mencapai angka 3 milyar lebih selama tahun 2011, dan beberapa program dikembangkan disamping melanjutkan program pada kepengurusan sebelumnya ditambah dengan program memberikan pelatihan keterampilan perbengkelan dan usaha jahit, setelah mendapat pembekalan ilmu dan skill diberikan modal untuk membuka usaha sesuai bidang masing-masing, 80% mereka yang dibantu berhasil dan berkembang sampai sekarang dan juga dirancang program bantuan Rumah Layak Huni bagi masyarakat Muslim fakir miskin. Periode kelima tahun 2013 sampai 2017 dengan ketua masih Ir. H. Liusman Saleh, MT.

Tabel 4.1 Nama Ketua BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi

No	Nama	Tahun
1	Ir. H. Mahdili	2001-2003
2	Drs. H. Chaidir Arifin	2004-2007
3	Ir. H. Liusman Saleh	2010-2021
4	Drs. H. Chaidir Arifi	2017-2021

Sumber :Dokumentasi BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi

Berdasarkan keputusan Bupati Kuantan Singingi Nomor : Kpts. 368 /XII/ 2016 tentang Pengangkatan Pimpinan BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi, pengurus menjalankan tugas mengelola dana zakat selama 5 tahun. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi merupakan sebuah lembaga keagamaan yang mengelola kegiatan pemberdayaan zakat, meliputi pengumpulan, pendistribusian dan pengembangan zakat.

Gambar 4.1
Kantor BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi



Sumber: Dokumentasi BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi

4.2 Strategi Advertising (Iklan) Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Kuantan Singingi

BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi sebagai lembaga resmi Pemerintah Non struktural yang diberi kewenangan untuk mengelola zakat. BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi sebagai perpanjangan tangan dari BAZNAS pusat, dibentuk dengan maksud agar pengelolaan zakat di Kabupaten Kuantan Singingi dapat terlaksana secara efektif dan efisien. Melalui wawancara penulis dengan ketua pelaksana Bapak Merketa, S.I.Kom Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi beliau menjelaskan bahwa Zakat sebagai sumber dana potensial untuk pembangunan kesejahteraan umat, perlu mendapat perhatian untuk dikelola secara intensif, profesional, dan akuntabel, bertujuan zakat, yaitu untuk membangun kesejahteraan bersama seluruh umat islam, “ dari umat oleh umat untuk umat” melalui jalinan hablumminallah wa hablumminannas, sesuai ketetapan dari Allah SWT.

- a. MISSION (Misi) Dalam hal ini misi BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi yaitu menyalurkan program kemanusiaan.
- b. MONEY (Uang)
- c. MESSAGE (Pesan) dalam hal ini berhubungan dengan memutuskan mengenai pesan iklan. BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi memberikan pesan dalam bentuk baliho, spanduk, poster dimana penempatan diserahkan langsung oleh pihak Baznas di setiap UPZ kecamatan.
- d. MEDIA berperan penting dalam memperkenalkan suatu produk atau program salah satunya yaitu media Elektronik dan cetak.

Gambar 4.6
Iklan melalui media online



Gambar di atas media online salah satu strategi dalam periklanan memiliki peran yang penting untuk meningkatkan loyalitas muzaki karena pengaruh antara iklan zakat melalui media online terhadap loyalitas muzaki di BAZNAS Kabupaten Kuansing. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi media yang digunakan untuk periklanan saat ini dalam media Cetak yaitu : Koran, brosur dan lain – lain. Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi dalam mengukur kemampuan muzakki dalam berzakat dapat dinilai dari kekayaan yang dimiliki oleh muzakki. Dimana Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi terbukti dengan menjalankan strategi yang digunakan dalam menjalankan program-programnya dapat meningkatkan muzakki dalam berzakat terbukti dengan pencapaian zakat yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi dengan angka Rp.10.000.000.000.00 miliar atau berada di posisi keempat se- Riau.

Gambar 4.7
Koran Media Cetak BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi



Gambar 4.8
Brosur Media Cetak BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi



BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

BERKAH BERZAKAT
BERSAMA SAMA MELAKUKAKAN BAKAR BAKAR

BAZNAS
BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
KAB. KUANTAN SINGINGI

Kantor: Jl. Pemuda/Suplemen No. 48 Semping pasar
Mekar Sari, T. Kuansing

"Mengaji Lembaga utama mengajjahterakan umat"

Misi BAZNAS

- Membangun BAZNAS yang kuat, berprestasi, dan modern sebagai lembaga pemerintah non- struktural yang berperan dalam pengelolaan zakat.
- Membantu dan membina umat muslim dan meningkatkan pengumpulan ZIS.
- Mempromosikan pemerataan dan penyediaan ZIS-OSIS untuk meningkatkan kualitas kesejahteraan umum, dan mengurangi kesenjangan sosial.
- Mengembangkan kecerdasan, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan umat zakat nasional secara berkelanjutan.
- Membantu dan dibantu pengumpulan zakat nasional dengan sistem perbankan modern yang akurat dan terukur.
- Mengembangkan sistem perencanaan, pengendalian, pelaksanaan, pertanggungjawaban, dan kontrol pengumpulan zakat secara nasional.
- Membangun kemitraan antara muzaki dan mustahik dengan semangat saling menolong dalam kebaikan dan ketekunan.
- Meningkatkan energi dan ketahanan seluruh pemangku kepemimpinan zakat untuk pembangunan umat nasional, dan
- Seluruh aktif dari masyarakat untuk gerakan zakat dunia.

B. Menggaji BER-ZAKAT MISI BAZNAS Kab. Kuansing ?

- Sesuai dengan petunjuk dari Al-Quran dan Kitab-kitab Rasulullah bahwa BAZNAS adalah Amil Syari yang BAI "Allah telah menastakan AMI sebagai pengelola Zakat [QS. Al Taubah ayat 55], oleh karenanya Zakat adalah urusan masyarakat yang harus diatur oleh petugas yang berprestasi, sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW"
- Dasar Hukum yang kuat dan jelas (Legal)
 - UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat
 - PP No. 14 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat
 - Peraturan Presiden RI No. 83 Tahun 2014 tentang Optimalisasi Pengumpulan Zakat
 - Surat Keputusan Bupati Kuantan Singingi No. 386/2016 Tanggal 26 Desember 2016 Tentang Pimpinan Badan Amil Zakat Nasional BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi
- Penerangan yang merata dan membandingkan Dana Zakat Infaq dan Sedekah dari Muzaki/Munif dibagikan secara merata kepada Mustahik sesuai Anaf di seluruh wilayah Kabupaten Kuantan Singingi baik dalam bentuk korembat dan juga melalui program-program yang memberdayakan Mustahik (Ukha/Produksi)
- Amaliah, Transparan dan Profesional
 - Transparansi pengelolaan keuangan BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi dapat diakses dengan mudah baik secara langsung maupun melalui Publikasi (Media dan Web)
 - Dana Zakat Infaq dan sedekah yang dialokasikan oleh Muzaki dan Munif Tersebut dengan baik melalui sistem aplikasi zakat (SIMBAZ)
 - Muzaki atau Munif akan menerima Buku Seter Zakat (BSZ) sebagai Tanda bahwa dana yang dialokasikan di BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi telah dibagikan sesuai ketentuan Sistem Aplikasi Zakat (SIMAZ)

1. KUANSING MAKLUM

- Bantuan Keterampilan Kerja

2. KUANSING CERDAS

- Bantuan Beasiswa Kuliah Mekan Tingkat SD, SLTP, dan MA sederajat.
- Bantuan Program Satu Keluarga Satu Sarjana (SKSS)
- Bantuan Uang Pendidikan
- Bantuan Pendidikan Luar Negeri

3. KUANSING SEHAT

- Bantuan Berobat
- Bantuan Transportasi Berobat
- Bantuan Uang Drogan Gangguan Jiwa
- Bantuan Alat Kesehatan

4. KUANSING PEDULI

- Bantuan Fajar Jum'ah
- Bantuan Korban Banjir
- Bantuan Korban Kebakaran
- Bantuan Korban Gempa
- Bantuan Korban Tsunami
- Bantuan Korban Bencana
- Bantuan Korban Bencana
- Bantuan Korban Bencana
- Bantuan Korban Bencana

5. KUANSING PAKWA

- Bantuan Pondok Tahfidz BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi
- Bantuan Muallaf

D. LAYANAN KEMUDAHAN BER-ZIS

BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi Menyediakan berbagai layanan untuk Kemudahan para Muzaki dan Munif untuk memaikan Zakat Infaq dan Sedekah, diantaranya:

- Layanan KONTERTETELLER ZAKAT : Ruang Layanan Zakat Kantor BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi Setiap Hari Kerja (Senin-Kamis, 07:30-16:00 WIB) - Jumat 07:30-16:30 WIB)
- Layanan GERAI ZAKAT : Di setiap Unit Pengumpulan ZAKAT (UPZ) Kecamatan dan Desa/Kelurahan
- Layanan JEMPUT ZAKAT : Pengumpulan Zakat, Infaq dan Sedekah untuk Wilayah Kabupaten Kuantan Singingi melalui HWAS : 08238848749
- Layanan ZIS Via Transfer : Melalui Rekening atas Nama BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi
- Layanan KOMPENSASI DONASI (ZIS) : Muzaki dapat melakukan Konfirmasi atas Donasi ZIS yang telah dialokasikan via transfer melalui 08238848749 Untuk detail dan diberikan Tanda Buku Seter Zakat (BSZ)

Rekening ZAKAT: 450-000-9999 | Rekening HPAK: 1057270568

BERKAH BERZAKAT

4.3 Pelaksanaan periklanan di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) sudah sesuai SOP BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi

Pengelolaan zakat di Indonesia secara legalitas formal telah masuk dalam sistem hukum positif negara yaitu, ditandai dengan lahirnya Undang-undang nomor 36 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat dan terakhir di ganti dengan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011.



Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah semakin meningkatnya pemahaman , kesadaran serta ketaatan umat dalam menunaikan ibadah zakat. Selanjutnya diharapkan keberadaan zakat dapat secara optimal mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan kaum dhuafa.

Dapat disimpulkan bahwa dalam menerapkan Strategi Advertising (Iklan) Dalam Penghimpunan Dana Zakat sudah sesuai SOP BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi. Dalam strategi yang digunakan misi, uang, pesan, media, dan pengukuran dalam BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi sudah diterapkan sesuai dengan program-program BAZNAS. Dengan strategi yang digunakan dan program yang sudah berjalan telah meningkatkan muzzaki dalam berzakat dan meningkatkan kesadaran muzzaki tentang kewajiban membayar zakat dan menjadikan kepercayaan masyarakat menjadi meningkat terhadap BAZNAS.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari uraian Strategi Advertising (Iklan) Dalam Penghimpunan Dana Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi sudah sesuai dengann SOP (Standar Operasional Prosedure). Maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Advertising (Iklan) Dalam Penghimpunan Dana Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Kuantan Singingi yaitu strategi Mission, program tetap yang dijalankan BAZNAS Kuantan Singingi. mengadakan kegiatan setiap bulan ramadhan dimana kegiatan ini sebgai bentuk promosi BAZNAS. Strategi monay, Dalam strategi ini BASNAZ mengeluarkan uang untuk biaya operasi periklanan lebih kuarang 1.043.778.225. Strategi message,memberikan pesan dalam bentuk baliho, spanduk, poster dimana penempatan diserahkan langsungoleh pihak Baznas di setiap UPZ kecamatan, Strategi Media, media yang digunakan untuk periklanan saat ini dalam media elektronik dan media cetak, strategi measurement, terbukti menjalankan program-programnya dapat meningkatkan muzakki dalam berzakat terbukti dengan pencapaian zakat yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Kuantan Singingi dengan angka Rp.10.000.000.000.00 miliar atau berada di posisi keempat se- Riau.
2. Pelaksanaan periklanan di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) sudah sesuai SOP BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi. dalam menerapkan Strategi Advertising (Iklan) Dalam Penghimpunan Dana Zakat sudah sesuai SOP BAZNAS Kabupaten Kuantan Singingi. Dengan strategi yang digunakan dan program yang sudah berjalan telah meningkatkan muzzaki dalam berzakat dan meningkatkan kesadaran muzzaki tentang kewajiban membayar zakat dan menjadikan kepercayaan masyarakat menjadi meningkat terhadap BAZNAS.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya sungguh tak terhingga terutama kepada :

1. Bapak Dr. H. Nopriadi S.K.M., M.Kes. Selaku Rektor Universitas Islam Kuantan Singingi.
2. Ibu Rika Ramadhanti, S.IP., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.
3. Ibu Meri Yuliani, SE.Sy., ME.Sy Selaku ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Kuantan Singingi, sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti serta memberikan dukungan semangat untuk peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.



4. Bapak Alex Saputra, S.Sy., ME.Sy selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti serta memberikan dukungan semangat untuk penelitisehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Fitrianto,S.Ag.,M.Sh selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti serta memberikan dukungan semangat untu peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Perbankan syariah dan staf Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi yang telah banyak membantu memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya kepada peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.
7. Bapak/ ibu staff Baznas yang telah memebrikan kesempatan dan tidak pernah bosan menerima peneliti untuk dapat memberikan informasi tentang penelitian yang penelti kerjakan yang selalu memberikan dukungan untuk kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua peneliti beserta keluarga besar peneliti, Ayahanda M.Norman dan Ibunda Sudarwati terimakasih banyak atas kasih sayang ketulusan selama ini, terutama do'a dan dukungannya yang tiada henti baik secara moril dan material demi kesuksesan peneliti dan segala yang telah diberikan dengan ikhlas untuk peneliti.
9. Dan yang tak pernah peneliti lupa banggakan teman-teman dan sahabat yang selalu memberikan dukungan dan masukan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahmad Azhar Basyir, 2001, Hukum Waris Islam, UII Press, Yogyakarta.
- Ali, Mohammad Daud. 2007. Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam Indonesia. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bilson Simamora, 2003, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Djaslim, Saladin, 2002, Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian, Linda Karya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Hafidhuddin, Didin, 2002. Zakat Dalam Perekonomian Modern, Jakarta, Gema Insani Press
- Inayah, G. (2003). Teori Komprehensif Tentang Zakat dan Pajak. Yogyakarta: Tiara Wacana Jogja.
- Jannati, Muhammad Ibrahim. 2007. Fiqh Perbandingan Lima Madzhab 2. Cet 1. Jakarta: Cahaya.
- Kasmir.2007. Manajemen Perbankan .jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lili, Donni Juni Priansa.2017. Manajemen Komunikasi dan Pemasaran, Bandung: Alfabeta.
- Munir dan Wahyu Ilahi. 2006. Manajemen Dakwah. Jakarta: Prenada Media.
- Onong Uchjana Effendy.2017. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purwanto, April, (2009), Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelolaan. Zakat, Yogyakarta.



Juhanperak
e-ISSN : 2722-984X
p-ISSN :2745-7761

Saifuddin Ahmad. 2019. Psikologi Agama: Implementasi Psikologi untuk Memahami Perilaku Agama. Jakarta. Kencana.

Utomo, Setiawan Budi. 2009, Metode Praktis Penetapan Nisab Zakat, Bandung : Mizan Pustaka.