



SALAM

Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i

P-ISSN: 2356-1459. E-ISSN: 2654-9050

Vol. 10 No. 3 (2023), pp.861-880

DOI: [10.15408/sjsbs.v10i3.33525](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i3.33525)

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/salam/index>



Penerapan Bauran Pemasaran Pada Baznas Kabupaten Indramayu Untuk Pengentasan Kemiskinan*

Lilis Imamah Ichdayati¹

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta



[10.15408/sjsbs.v10i3.33525](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i3.33525)

Abstract:

Zakat as the third pillar of Islam is an instrument of Islamic social finance that is often used in overcoming the problem of poverty and reducing income inequality between the rich and the poor. Trusted zakat institutions, such as Baznas Kab. Indramayu, for 3 consecutive years in 2017 and 2018 won WTP status (unqualified) and received the 2019 Baznas Jabar Award in the Best Collection Growth category. The purpose of this study is to understand the implementation of the 9Ps marketing mix of Baznas Kab. Indramayu in alleviating poverty in Kab. Indramayu, through a descriptive analysis approach and measuring the level of efficiency and effectiveness of the distribution of ZIS funds. The results showed that Baznas Indramayu Regency had implemented the 9Ps marketing mix consisting of Product (utilization of ZIS in the form of consumptive and productive programs), price (amount of ZIS paid by muzaki), promotion (activities to invite, inform, persuade, remind Baznas products), place (distribution of ZIS to mustahik), people (organizational structure based on the Decree of the Indramayu Regent), process (ZIS collection activities), Physical Evident (has its own office and cooperation with 5 banking institutions), public relations (services to muzaki and mustahik) and power (as a non-structural institution). The ZIS distribution efficiency values range from 5 – 7.5% (quite efficient) and the effectiveness values range from 83.92% - 131.33% (very effective).

Keywords: Baznas; 9Ps marketing mix; muzaki; mustahik; poverty.

Abstrak:

Zakat sebagai rukun Islam yang ketiga merupakan instrumen keuangan sosial Islam yang kerap digunakan dalam mengatasi masalah kemiskinan dan mengurangi ketimpangan pendapatan antara orang kaya dan orang miskin. Lembaga zakat yang dipercaya, seperti Baznas Kab. Indramayu, selama 3 tahun berturut-turut pada tahun 2017 dan 2018 meraih status WTP (wajar tanpa pengecualian) dan memperoleh penghargaan Baznas Jabar Award 2019 dalam kategori Pertumbuhan Penghimpunan Terbaik. Tujuan penelitian ini adalah memahami pelaksanaan bauran pemasaran 9Ps Baznas Kab. Indramayu dalam mengentaskan kemiskinan di Kab. Indramayu, melalui pendekatan analisis deskriptif dan mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas distribusi dana ZIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Baznas Kabupaten Indramayu telah melaksanakan bauran pemasaran 9Ps terdiri : Product (pendayagunaan ZIS berupa program bersifat konsumtif dan produktif), price (besaran ZIS yang dibayarkan muzaki), promotion (kegiatan mengajak, menginformasikan,

*Received: January 23, 2023, Revision: March 26, 2023, Published: July 29, 2023

¹ Lilis Imamah Ichdayati adalah dosen Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Email: lilis.imamah@uinjkt.ac.id

membujuk, mengingatkan produk Baznas via Lembaga atau media local / media social), place (penyaluran ZIS ke mustahik melalui UPTD dan UPZ Kab. Indramayu), people (struktur organisasi berdasarkan SK Bupati Indramayu), process (aktivitas pengumpulan ZIS sesuai dengan peraturan Baznas Pusat), Physical Evident (memiliki kantor sendiri dan Kerjasama dengan 5 lembaga perbankan), public relation (pelayanan terhadap muzaki dan mustahik) and power (mengikuti struktur pemerintah sebagai Lembaga non structural). Adapun nilai efisiensi penyaluran ZIS berkisar 5 – 7,5 % (cukup efisien) dan nilai efektifitas berkisar 83,92 % - 131,33 % (sangat efektif).

Kata Kunci: Baznas; bauran pemasaran 9Ps; kemiskinan; muzaki; mustahik.

A. PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang sangat perhatian terhadap isu pengentasan kemiskinan dan kefakiran.² Zakat sebagai rukun Islam ketiga merupakan salah satu ibadah berdimensi dua yakni dimensi vertikal sebagai wujud ibadah kepada Allah, sekaligus berdimensi horizontal ketika membayarkan zakatnya yang berimplementasi terhadap sosial ekonomi umat.³ Pranata sosial-keagamaan Islam berfungsi melayani umat tanpa orientasi komersil seperti masjid, lembaga pendidikan dan kesehatan hingga zakat dan haji. Jika dikelola dengan baik, maka pranata sosial-keagamaan ini memiliki potensi ekonomi yang besar.⁴ Pengelolaan zakat dijelaskan dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2011, berupa Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) seperti BAZNAS, LAZ, LAZISMU dsb.⁵ Salah satu Baznas yang berprestasi dalam mengelola ZIS dan mengentaskan kemiskinan adalah Baznas Kab. Indramayu.

Kemiskinan itu sendiri merupakan permasalahan yang bersifat multidimensi. Definisi penduduk miskin menurut BPS Jabar (2020) adalah penduduk yang pengeluaran perkapita perbulan dibawah garis kemiskinan. Tercatat jumlah penduduk miskin di Kabupaten Indramayu tahun 2014 mencapai 240.680 jiwa (14,29%) cenderung menurun sampai tahun 2018 mencapai 204.180 jiwa (11,89%).⁶ Mereka memiliki pengeluaran kurang dari Rp 447.378 per kapita per bulan. Sementara pada tingkat Prov. Jabar tingkat kemiskinan hanya sebesar 6,82 %.⁷

Diharapkan penurunan tingkat kemiskinan ini merupakan kontribusi kinerja Baznas sebagaimana diakui oleh kepala BPS Jabar.⁸ Dilihat dari kontribusi penyaluran

² Muhamad Abduh. 2009. Zakat Tinjauan Fikih dan Teori Ekonomi Makro Modern. Fath Publishing. Jakarta. Hal 104.

³ Umiarso dan Hervina. (2015). Zakat untuk Keberkahan Umat dan Zaman. Lentera Ilmu cendekia. Jakarta. Hal 1.

⁴ Yusuf Wibisono. (2016). *Mengelola Zakat Indonesia. Diskursus Pengelolaan Zakat Nasional dari Rezim UUU No 38 Tahun 1999 ke Rezim UUU No.23 Tahun 2011* Prenadamedia. Jakarta. Hal 28.

⁵ Heru Susetyo, dkk. (2012). Selamatkan Gerakan Zakat. Catatan Kritis Atas UU No.23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. Penerbit KOMAZ (Koalisi Masyarakat Zakat). Jakarta. Hal viii

⁶ BPS Kab. Indramayu. (2020a). Jumlah Penduduk Miskin 2014 – 2018. <https://indramayukab.bps.go.id/indicator/23/107/2/jumlah-penduduk-miskin.html> Diunduh 1 Feb 2021

⁷ BPS Prov Jabar, 2020, <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2020/01/15/765/september-2019--tingkat-kemiskinan-jawa-barat-sebesar-6-82-persen.html>

⁸ Antaranews (2019) <https://www.antaranews.com/berita/770328/berikut-daftar-umk-di-jawa-barat-2019>

ZIS di Jabar, jumlah penerima manfaat ZIS cenderung meningkat, sebagaimana tercantum pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1.
Dana Salur, Penerima Manfaat dan Rasio Dana per Penerima Manfaat,
Prov. Jabar Tahun 2015-2019.

No	Komponen	2015	2016	2017	2018	2019
1	Dana Salur (juta Rupiah)	6.131,11	4.893,41	19.807,52	19.136,08	30.081,28
2	Penerima Manfaat (orang)	7.021	18.855	33.195	35.418	29.435
3	Rasio perPM (Rupiah)	873.253	259.529	596.702	540.292	1.021.956

Sumber : Baznas Prov. Jabar (2020)

Tahun 2019, jumlah muzaki yang membayarkan zakat melalui Baznas Prov Jabar, ada sebesar 13.618 orang dari target 17.986 orang, ini berarti sudah tercapai 76%. Sementara mustahik ada 29.435 orang. Tahun 2019 jumlah mustahik berkurang sementara dana salur semakin besar sehingga rasio per mustahik menjadi besar.⁹

Keberhasilan Baznas Kab. Indramayu mengumpulkan, mengelola dan menyalurkan dana umat melalui zakat infak dan shodaqoh perlu mendapat apresiasi. Prestasi yang diraih antara lain: selama dua tahun berturut mendapat predikat WTP Tahun 2017¹⁰ dan WTP tahun 2018. Selanjutnya tahun 2019 meningkat memperoleh Baznas Jabar Award 2019 predikat penghimpun ZIS terbaik se Jabar.¹¹ Pada tingkat provinsi Baznas Jabar dinobatkan menjadi pemenang kategori *Fundraising Digital* Terbaik, program Indonesia *Fundraising* award (IFA) 2020.¹² Pencapaian kinerja ini merupakan kerja keras para pengelola ZIS yang dapat dilihat sebagai strategi pemasaran produk-produk ZIS yang dikelola Baznas Kab. Indramayu, yang diterima baik dari kalangan muzaki dan dirasakan manfaatnya oleh para mustahik.

Secara teoritis strategi bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2018) merupakan seperangkat alat yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan di pasar sasaran.¹³ Perusahaan akan mampu mengenali perilaku pelanggan dan dapat memengaruhi perilaku beli pada pelanggan dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P terdiri: *Product, price, promotion, place, people, process, Physical Evident* untuk produksi jasa dapat berupa *customer service*. Ditambahkan dengan 2 komponen jasa yakni *Public relations* dan

⁹ Baznas Prov. Jabar (2020). Transformasi Pengelolaan Zakat Konvensional Menuju Profesional Dalam Mewujudkan Jabar Juara Lahir Batin. Laporan Pengelolaan Zakat Baznas Provinsi Jabar 2015-2020. Baznas Prov. Jabar. Bandung.

¹⁰ Republika.co.id, 28 Feb 2019. Financial Audit of Baznas Indramayu Wins Predicate WTP

¹¹ <http://infopublik.id/kategori/nusantara/390317/penghimpunan-zis-terus-naik-baznas-indramayu-dapat-penghargaan?video=selasa,3Desember2019>

¹² <https://www.beritasatu.com/ekonomi/654369/baznas-raih-fundraising-digital-terbaik-di-ifa-2020>

¹³ P. Kotler, G. Armstrong with Marc Oliver Opresnik. (2018). *Principles Marketing: Global Edition*, 17e. Pearson. New York. Hal 29.

Power, kedua komponen ini sangat penting untuk mendukung terciptanya kepuasan konsumen yang berkelanjutan.¹⁴

Lembaga Baznas dapat dianggap sebagai perusahaan yang bertujuan mencapai keuntungan maksimum. Dalam hal ini karena Baznas adalah perusahaan nirlaba jadi tujuannya adalah memaksimalkan penyaluran dana yang dihimpun dari muzaki kepada penerima manfaat (mustahik). Produk yang dihasilkan adalah pelayanan kepada penerima manfaat berupa program-program penyaluran ZIS dan pelayanan kepada para donator yang sukarela menipkan hartanya untuk disalurkan sesuai ketentuan syariah. Dengan demikian tujuan penulisan artikel ini adalah: Memahami kiprah pengelola Baznas Kab. Indramayu berdasarkan bauran pemasaran 9Ps; Mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas kinerja Baznas Kab. Indramayu.

B. PENELITIAN TERDAHULU

Publikasi terkait dengan kinerja Baznas Kab Indramayu hanya ada satu publikasi yaitu : Yuliasih et al. (2021) yang mengukur pendistribusian dana zakat pada program BAZNAS Kota Cirebon, Kab. Kuningan, Majalengka, Cirebon dan Indramayu.¹⁵ Belum ditemukan publikasi penerapan *marketing mix* 9Ps pada Baznas Kab. Indramayu, sehingga artikel ini bersifat eksploratif menggunakan pendekatan analisis deskripsi.

Perintah Zakat

Hukum membayar zakat bagi setiap muslim adalah wajib bila telah memenuhi syarat dan rukunnya.¹⁶ Zakat sebagai salah satu ritual formal ('ibadah mahdhah) dalam ajaran Islam yang terpenting dan menduduki posisi sentral. Karena zakat memiliki ketentuan-ketentuan operasional yang lengkap meliputi jenis harta yang terkena zakat (mal al-zakah), tarif zakat (miqdar al-zakah), batas minimal harta terkena zakat (nishab), batas waktu pelaksanaan zakat (haul) hingga sasaran penyaluran zakat (masharif al-zakah).¹⁷ Alokasi zakat secara spesifik telah ditentukan langsung dalam QS at Taubah [9]:60, dimana zakat hanya diperuntukan bagi 8 golongan (ashnaf) saja yakni : orang-orang fakir (fuqara), miskin (masakin), amil zakat ('amilin 'alayha'), muallaf (mu'allaf qulubuhum), budak (riqab), orang-orang berutang (gharimin), pejuang di jalan Allah (fi sabilillah), dan musafir (ibn sabil). Jumhur ulama sepakat bahwa selain 8 golongan ini, haram menerima zakat. Zakat juga memberikan dampak dari segi ekonomi yang mengedepankan kesejahteraan sosial yang berkeadilan.¹⁸

¹⁴ L. Londre. (2021). *With the Nine P's (9P's) of Marketing*. Londre Marketing Consultants, LLC. <https://www.londremarketing.com/documents/LondreMarketingConsulting-NinePs.pdf>, diunduh 25 Jan 2021

¹⁵ A. Yuliasih, Juliana, J., & Rosida, R. (2021). Zakat Core Principle (Zcp) Poin 10 Disbursement Management Dalam Mengukur Efektivitas Pendistribusian Zakat Pada Program Kerja Baznas. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(1), 116–126. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20211pp116-126>

¹⁶ Djawahir Hejazziey. (2011). Zakat Sebagai Sumber Investasi. *Al-Iqtishad*, III(2), 209–226.

¹⁷ Yusuf Wibisono. (2016). Op.cit. hal 68-69

¹⁸ Adiwarman A. Karim. (2001). *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer (Islamic Economic, A Contemporary Study)*. Penerbit Gema Insani, Jakarta, hal 143

Bauran Pemasaran

Pemasaran dan bauran pemasaran dalam perspektif Islam menurut Nurhadi (2019) bahwa Al-Qur'an secara tegas telah memberikan petunjuk kepada umat manusia untuk melakukan kegiatan pemasaran sebagaimana tercantum pada QS As-Saf: 10-11 yang maknanya: perniagaan tertinggi adalah beriman kepada Allah, Rasul Nya dan berjihad menggunakan jiwa dan harta di jalan Allah. Sementara perniagaan yang terbatas antar manusia harus memperhatikan standar keharaman dalam Islam, baik haram dari segi zat, haram selain zat, dan tidak sahnya akad yang dilakukan. Kegiatan pemasaran harus sesuai syariat Islam dan tidak melanggar etika bisnis Islam, serta tidak terlepas dari hukum dan peraturan yang ditetapkan Al-Quran dan As-sunnah.¹⁹

Secara teoritis, Cornel (2019) menjelaskan definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan mendapatkan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai, satu sama lain.²⁰ Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah strategi bauran pemasaran.²¹ Di Indonesia bauran pemasaran 9P masih jarang diterapkan oleh perusahaan pelayanan jasa karena masih berkuat pada 4P sampai dengan 7P. Pada bidang jasa yang telah diteliti adalah penerapan bauran pemasaran 7P di pasar tradisional terdiri dari : *Product, price, promotion, place, people, process, customer service*.²² Penerapan bauran pemasaran jasa berbeda karena ada perbedaan karakteristik jasa. Wijaya & Adriansyah (2020) mengukur efektifitas pelaksanaan *marketing mix* 9Ps pada kepuasan pelayanan pelanggan terhadap servis kesehatan suatu klinik. Pelengkap unsur *marketing mix* 7Ps yang digunakan dibidang jasa diperluas dengan *Public relations* dan *Power* menjadi penerapan *marketing mix* 9Ps.²³

C. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, menggunakan metode; (1) Observasi-Partisipan dan (2) Wawancara mendalam, dengan pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka

¹⁹ Nurhadi. (2019). Management of Marketing Strategy Mix Perspective of Islamic Economics. *Human Falah*: Volume 6. No. 2 Juli – Desember 2019: 141 - 157

²⁰ Cornel, A. (2019). *The Ultimate Guide to Marketing mix: 4Ps, 7Ps, 8Ps, 4Cs, 7Cs*. <https://www.albertocarniel.com/post/marketing-mix>, diunduh 25 Jan 2021

²¹ Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2018). Op.cit, hal 285-286

²² H. D. Anjani, I.Irham, & LR.Waluyati. (2018). Relationship Of 7p Marketing Mix And Consumers' Loyalty In Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261–273. <https://doi.org/http://doi.org/10.22146/ae.36400>

²³ S. Wijaya, & Adriansyah, A. A. (2020). The Effectiveness of 9P Marketing Mix Implementation Towards the Service Satisfaction in the Outpatient Clinic of Jemursari Hospital Surabaya. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr.Soetomo*, 6(1), 28–42.

(*opened*) yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan.²⁴ Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan,²⁵ yaitu personal yang memahami dan berkecimpung dalam kepemimpinan Baznas Kabupaten Indramayu yaitu ketua, wakil ketua beserta jajarannya.

Metode Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan dua instrument sesuai dengan tujuan penelitian yakni pertama bagaimana penerapan bauran pemasaran di Baznas Kab. Indramayu menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan kedua mengukur efisiensi dan efektifitas kinerja Baznas menggunakan pengukuran bersumber dari Puskasbaznas (2019).²⁶

Teknik analisis data dengan metode analisis deskriptif menggunakan pendekatan analisis triangulasi dengan proses :²⁷

Pengumpulan data → Reduksi data → penyajian data → Penarikan / pengujian kesimpulan.

Variabel penelitian yang digunakan merupakan variabel strategi bauran pemasaran 9P, terdiri dari: *Product, price, promotion, place, people, process, customer service, Public relations dan Power*. Agar penelitian kualitatif memiliki tingkat *credibility* tinggi maka dilakukan : a) Ketekunan / keajegan pengamatan; b) Perpanjangan keikutsertaan; c) Triangulasi, yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.²⁸

Efisiensi dan Efektivitas Kinerja Baznas

Menganalisis efisiensi keuangan berarti mengukur seberapa baik organisasi mengelola keuangannya selama proses kegiatan OPZ. Mencapai efisien bila menggunakan sumberdaya tertentu untuk memperoleh hasil yang maksimal. Analisis tingkat efisiensi dan efektivitas kinerja lembaga pengelola ZIS dapat dirumuskan sebagai berikut :²⁹

$$EP = (FE / TC) \times 100\%$$

Dimana :

EP = Efisiensi Penghimpunan pengelolaan ZIS selama satu tahun

FE = *Fundraising Expense* (beban penghimpunan) realisasi biaya untuk memperoleh pengumpulan ZIS selama satu tahun

TC = *Total Contribution* (Total kontribusi) realisasi pengumpulan ZIS selama satu tahun

²⁴ Burhan Bungin. (2011). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Edisi kedua. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta. Hal 118.

²⁵ Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Qualitative and Quantitative Research Method and R&D)*. Bandung: Alfabeta. Hal 93

²⁶ PuskasBaznas. (2019). *Rasio Keuangan Organisasi Pengelola Zakat (Financial Ratio of Zakat Management Organization)*. Puskas Baznas. Jakarta. Hal 13 - 15

²⁷ Burhan Bungin. (2011). Op.cit, hal 260

²⁸ Ibid

²⁹ PuskasBaznas. (2019), op.cit, hal 14.

Kriteria efisiensi kinerja menurut *website Charity navigator* (dalam Puskas Baznas, 2019) : rasio 0 – 0,03 (nilai 10), rasio 0,03 – 0,10 (nilai 7,5), rasio 0,10 - 0,15 (nilai 5), rasio 0,15 - 0,2 (nilai 2,5).

Pengukuran kinerja dilakukan untuk mengetahui sejauh mana organisasi mencapai target yang telah ditetapkan. Ini menunjukkan hubungan antara output dengan tujuan yang telah ditetapkan menggunakan rasio alokasi penghimpunan dana dari aktivitas pengelola zakat sebagai berikut :³⁰

$$ACR = (PZ / TZ) \times 100 \%$$

Dimana

ACR = *Gross Allocation to Collection Ratio* (rasio alokasi penghimpunan dana sebagai efektivitas kinerja pengelolaan ZIS) selama satu tahun

PZ = Penyaluran ZIS (Realisasi penyaluran/distribusi ZIS) selama satu tahun

TZ = Target Penyaluran ZIS (besarannya sesuai dengan realisasi pengumpulan ZIS) selama satu tahun

Menilai pencapaian Efektivitas Kinerja dalam rumus ACR, sebagai berikut :

1. rasio lebih besar dari 90% : sangat Efektif
2. rasio 75 % s.d. 90 % : Efektif
3. rasio 60 % s.d. kurang dari 75% : cukup Efektif
4. rasio 45 % s.d kurang dari 60 % : kurang efektif
5. rasio < 45 % : Tidak Efektif

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan mendalam terhadap kinerja pengelolaan Baznas Kab Indramayu menggunakan pendekatan analisis deskripsi dengan variabel bauran pemasaran 9p's dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Product.

Produk yang dihasilkan Baznas Kab. Indramayu adalah pelayanan terhadap pemberi zakat, muzaki, dan santunan kepada para mustahik. Bentuk pelayanan berupa program-program yang disusun untuk menyalurkan zakat infak dan shodaqoh (ZIS) yang terkumpul kepada mustahik yang berhak sebagai sasaran program. Realisasi Program selama 4 tahun berdasarkan program-program yang dibentuk untuk menyalurkan dana ZIS yang telah terkumpul, dapat dilihat pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2.

Realisasi Program Pemberdayaan Baznas Kab. Indramayu Selama 5 Tahun

Uraian	2016 -2017	2018	2019	Awal 2020
Bantuan modal melalui majlis taklim	5.952 KK (372 MT)	7.068 KK (434 MT)	7.452 KK (414 MT)	380 KK (19 MT)

³⁰ PuskasBaznas. (2019) op.cit, hal 15

Bantuan operasional MT	372 MT	434 MT	414 MT	18 MT
Bantuan modal melalui koperasi	300 KK (12 kop)	600 KK (24 kop)	675 KK (27 kop)	100 KK (4 kop)
Bea Santri	97 santri	97 santri	97 santri	
Penyaluran zis untuk pelajar Ashnaf, fakir miskin		8.140 siswa 8.140 org		3.036 siswa
Program pemberdayaan Rehab rumah gakin	1513 gakin 93 KK			31 KK
Desa tersosialisasi (sadar zakat)			25 desa	
Distribusi barang Z smart				38 warung

Pendayagunaan zakat terbagi dua program yaitu bersifat konsumtif dan produktif. Pendayagunaan ZIS (yakni zakat fitrah) yang bersifat konsumtif merupakan pemenuhan kebutuhan dasar seperti kebutuhan pangan. Adapun pendayagunaan zakat bersifat produktif bersumber dari zakat mal (zakat profesi), wakaf, infak / shodaqoh, berupa program bantuan permodalan sehingga memberikan tambahan pendapatan bagi keluarga miskin.³¹

2) Price.

Elemen harga (*Price*) merupakan elemen bauran pemasaran satu-satunya yang memberikan pemasukan bagi Baznas Kab. Indramayu. Harga bagi Baznas di analogikan sebagai besaran ZIS yang dibayarkan oleh muzaki. Selama Ramadhan sampai menjelang lebaran (iedul fitri) muzaki wajib mengeluarkan zakat fitrah sebesar 2,5 kg beras/jiwa senilai Rp. 25.000/jiwa.

Sedangkan Zakat maal merupakan zakat harta yang dimiliki setelah mencapai nishab (ukuran minimal nilai harta, dihitung sebesar emas 85 gram) dan mencapai masa satu tahun dari sejak dimiliki harta tersebut. Ketentuan zakat profesi terdapat beberapa pendapat mengenai nisab dan cara mengeluarkannya. Menurut Suma (dalam Huda & Ghofur, 2012), zakat profesi harus berdasarkan kepada pertimbangan masalah bagi *muzakkî* dan *mustahiq*.³² Sehingga, zakat profesi dapat dianalogikan pada dua hal secara sekaligus, yaitu pertengahan antara zakat pertanian dan zakat emas / perdagangan.

Kegiatan pengumpulan ZIS Baznas Kab. Indramayu (Tabel 3), dilakukan bekerjasama dengan seluruh instansi pemerintahan daerah seperti pengumpulan ZIS ASN dari 31 UPTD kecamatan, dan UPTD Pendidikan yakni 90 SMP dan 866 SD.

Tabel 3.

Keberhasilan Pengumpulan ZIS Di Kab. Indramayu, 2016-2019 (Juta Rupiah)

Uraian	2016	2017	2018	2019
Saldo zakat tahun sebelumnya	3.666,45	5.053	1.770	2.403,55

³¹ Hejazziey, D. (2011).op.cit, hal 222.

³² Nurul Huda., & Abdul Ghofur. (2012). Analisis Intensi Muzakkî Dalam Membayar Zakat Profesi. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 4(2), 2017–2240. <https://doi.org/10.15408/aiq.v4i2.2547>. Hal 220

Penerimaan dana zakat dan bagi hasil	5.676,6	6.670,9	7.002,6	7.696,5
Saldo infak/shodaqoh tahun sebelumnya		884,9	1.376,8	2.300,2
Penerimaan dana infaq/shodaqoh dan bagi hasil	1.124,6	2.239,3	2.680,9	3.962,2
Penerimaan dana amil, APBD, dan bagi hasil		1.875,2	2.299,3	2.524,0
Jumlah penerimaan	10.467,7	16.723,2	15.129,4	18.886,4
Laju pertumbuhan (%)		37,41	-10,53	19,89

Keterangan : Setiap tahun Baznas Kab. Indramayu memiliki saldo sebesar 20 % (sesuai PSAK 109).³³

Zakat maal Di Kab. Indramayu diambil dari pemotongan gaji sebagai zakat profesi, terutama bagi ASN Pemda Kab. Indramayu. Zakat maal yang dikeluarkan ditetapkan rata-rata sebesar Rp. 83.000/bulan (hasil perhitungan 2,5 % dari rata-rata gaji ASN). Sistem pemotongan gaji ternyata juga diterapkan di Negara Malaysia, dengan sarana pembayaran zakat perbulan melalui *Employees Provident Fund (EPF)*.³⁴

Dari Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah pengumpulan ZIS dari tahun 2016 – 2019 terus meningkat dengan rata-rata pertumbuhan 15,6 % pertahun. Ini menunjukkan bahwa kesadaran dan kepercayaan masyarakat terutama ASN dibawah kewenangan Pemda Kab. Indramayu semakin meningkat terhadap Baznas sebagai Lembaga pengelola ZIS. Hal ini dapat dijelaskan dari hasil penelitian bahwa variabel sikap, *norma subjective*, kendali perilaku, penghasilan, pendidikan, dan pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Intensi *muzakkî* dalam membayar zakat profesi.³⁵ Secara simultan faktor ibadah, pengetahuan zakat, harta kekayaan atau pendapatan, peran pemerintah, peran ulama dan kredibilitas lembaga amil zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi membayar zakat.³⁶ Tingkat kepercayaan pembayar zakat terhadap Lembaga pengelola zakat sangat menentukan keberhasilan pengumpulan dana zakat, bila kualitas praktek pengungkapan lembaga zakat semakin transparan dan pengelolaan pemangku kepentingan zakat semakin efektif.³⁷

3) Promotion.

³³ PSAK 109, Pernyataan Standar Akuntansi Zakat dan Infak/Sedekah.

³⁴ Magda I.A.Mohsin, A. Lahsasna, & E. Ismail. (2011). Zakah from Salary and EPF : Issues and Challenges. *International Journal of Business and Social Science*, 2(1), 278–286. www.ijbssnet.com

³⁵ Nurul Huda & Abdul Ghofur. (2012). Op.cit, hal 224

³⁶ Lusiana Kanji, Abd Hamid Habbe, Mediaty. (2012). Determinant Factors Motivation Paying Zakat and Magnitude of Value, pasca.unhas.ac.id

³⁷ M.Ridwan AB Azis & Nur Aqilah HM Anim. (2020). Trust Towards Zakat Institutions Among Muslims Business Owners. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol6.iss1.art1>

Pengertian promosi adalah kegiatan mengajak, menginformasikan dan membujuk serta mengingatkan seseorang tentang aktivitas Baznas Kab. Indramayu dan produk yang ditawarkan berupa program yang telah disusun agar terjadi proses pertukaran manfaat ZIS antara muzaki yang berkemampuan harta ke mustahik yang membutuhkan bantuan. Hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi, sosialisasi dan edukasi zakat merupakan komponen utama dalam biaya operasional OPZ.³⁸

Bentuk lain sosialisasi yaitu berita-berita tentang pengumpulan dan penyaluran serta prestasi yang diraih Baznas Kab. Indramayu melalui berbagai media seperti: Republika.co.id, jabarprov.go.id, infopublik.id, baznas.go.id, www.baznasjabar.org, www.antaranews.com, Patrinews.com juga koran lokal seperti Cirebon trust, www.radarcirebon.com, Pikiran Rakyat, dsb.

Aktivitas promosi yang mempertemukan antara masyarakat penerima manfaat (mustahik) dan pembayar zakat (muzaki) adalah acara penyaluran ZIS di kecamatan yang UPTD nya berhasil mengumpulkan ZIS 2 milyar rupiah. Pada acara ini dihadiri penerima/mustahik dan muzaki PNS, dengan sambutan Bupati Kab Indramayu. Acara ini sebagai bentuk transparansi pelaporan pengumpulan dan penyaluran ZIS di setiap kecamatan.

Promosi yang utama dilakukan adalah membuat brosur setiap tahun dengan motto yang berbeda-beda. Tahun 2018 moto yang diunggah adalah “ Ingat, 2,5% Rizki yang kita peroleh adalah hak mereka”. Motto ini dikembangkan tahun 2019 menjadi “2,5 % harta kita adalah hak mereka, yuuk kita berzakat biar harta jadi berkah”. Tahun 2020 menjadi ajakan yang bersifat aktif “ jika ingin kaya, bersedekahlah, yuk zakat biar harta jadi berkah”.

4) Place

Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara Baznas Kab. Indramayu menyampaikan jasa berupa pengelolaan zakat dari para muzaki sebagai pembayar zakat yang selanjutnya zakat terkumpul disampaikan kepada mustahik yang berhak menerima zakat.

Sesuai temuan Al Haq & Wahab (2017) bahwa penyaluran zakat yang efektif sangat dipengaruhi oleh persepsi, kepuasan dan kepercayaan para muzaki sebagai pemberi zakat. Di sisi lain pemberdayaan asnaf sebagai sasaran penerima manfaat perlu ditingkatkan efektifitasnya agar tidak hanya bersifat konsumtif saja tetapi meningkat bersifat produktif.³⁹

Penyaluran Zakat profesi dikembalikan ke masyarakat sesuai dengan zakat yang terkumpul di UPTD kecamatan dan UPZ desa. Sementara penyaluran infak dan shadaqoh lebih leluasa, karena tidak terikat dengan ashnaf, ditujukan ke kelompok fakir, miskin dan fisabilillah serta amilin dari masing-masing UPTD kecamatan. Berbeda

³⁸ Wibisono, Yusuf. (2016). Op.cit. hal 68

³⁹ Al Haq, M. A., & Wahab, N. . (2017). Effective Zakah Distribution : Highlighting Few Issues And Gaps In Kedah , Malaysia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 9(2), 259–288. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i2.4002>

dengan Zakat fitrah, Baznas hanya menerima catatan laporan saja dari para amil yang bertugas di setiap kecamatan. Penghimpunan zakat di daerah tertentu maka disalurkan kembali ke penerima zakat di daerah pengumpulan tersebut. Sehingga tujuan memaksimalkan kemanfaatan para penerima zakat secara ekonomi dan spiritual terwujud, agar kelak para mustahik meningkat ekonominya dan dapat menjadi pembayar zakat, tidak menetap menjadi penerima zakat.⁴⁰

Keberhasilan penyaluran zakat di Kab. Indramayu tercantum pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4.
Penyaluran Zakat Di Kab. Indramayu, 2017-2019 (Juta Rupiah)

Uraian	2017	2018	2019
Penyaluran zakat mal (zakat profesi dsb)			
- Fakir	2.880,59	1.819,55	2.472,68
- Miskin	3.059,01	1.794,53	1.608,54
- Mualaf	3,40	1,83	-
- Gharimin	3,40	1,83	-
- Fisabilillah	2.804,60	1.665,36	1.661,50
- Ibnu Sabil	6,65	6,40	11,82
Jumlah	8.757,64	5.289,49	5.754,54
- Bagian Amil Dari Dana Zakat	985,88	1.079,28	1.197,10
- Zakat Fitrah	108,69	-	-
- Zakat Terikat	100,00	-	-
- Pengeluaran Lainnya			
Jumlah Total Penyaluran	9.954,16	6.368,77	6.951,64
Laju Pertumbuhan (%)	58,75	-56,30	8,38

Keterangan: tahun 2017 terjadi perubahan sistem penyaluran sehingga penyaluran dilakukan dua kali dari hasil pengumpulan ZIS tahun 2016 dan 2017.

Pengelola Baznas Kab Indramayu mengetahui siapa saja para muzaki dan mustahik,⁴¹ berdasarkan laporan dari para amil zakat di masing-masing UPTD dan UPZ. Laporan yang diterima kemudian disurvei para pimpinan untuk memastikan program-program baznas yang dapat dilaksanakan di masing-masing UPTD tersebut. Sekaligus menyeleksi mustahik yang berhak menerima manfaat ZIS.

Berdasarkan ketentuan Baznas pusat bahwa penyaluran zakat sudah jelas ketentuannya dalam QS At Taubah [9]:60, dan dijabarkan berdasarkan Permenag RI No 52 tahun 2014.⁴² Namun pelaksanaannya disesuaikan dengan kondisi mustahik di

⁴⁰ Azis, M., & Anim, N. (2020).op.cit, hal 7

⁴¹ Masyita, D. (2018). Lessons Learned of Zakah Management from Different Era and Countries. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 10(2), 441–456.

⁴² Permenag RI No 52 tahun 2014 tentang Syarat dan Tatacara Penghitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah serta Pendayagunaan Zakat untuk Usaha Produktif.

daerah masing-masing. Kebijakan para Pimpinan Baznas Kab. Indramayu menyepakati bahwa besar persentase (%) penyaluran zakat di Kab. Indramayu sebagai berikut:

1. Fakir miskin 62,5 % dibagi dua, masing-masing 31,25 %,
2. Ghorim 1% , adalah orang yang berhutang dan tidak mampu melunasi.
3. Riqob 1 %, adalah kelompok perbudakan, ini tidak ditemukan.
4. Fi sabilillah 1 %, para penggerak kegiatan keagamaan di masyarakat
5. Ibnu sabil dan muallaf 1%, kelompok ini hampir tidak ditemukan.
6. Amil 12,5 % dari zakat dan 20 % dari infaq, sebagai petugas pengumpul.
7. Total distribusi yang dapat disalurkan/tahun sebesar 80 % dan saldo 20 %.

5) People

SDM yang terlibat dalam pengelolaan baznas diwadahi dalam struktur organisasi. Baznas Kab Indramayu dipimpin 1 ketua H. Moh. Mudor dibantu dengan 4 wakil ketua dengan masing-masing bidang yaitu 1) bidang pengumpulan, 2) bidang pendistribusian dan pendayagunaan, 3) bidang perencanaan, keuangan dan pelaporan serta 4) bidang administrasi, SDM dan umum. Masing-masing bidang dilengkapi dengan karyawan pelaksana dan satu audit internal. Sehingga jumlah pengelola baznas Kab.Indramayu terdapat 16 orang.

Visi Baznas Kab. Indramayu: "Terwujudnya pengelola ZIS yang amanah, profesional dan akuntabel".

Misi dijabarkan dalam 4 hal : 1) meningkatkan SDM amil yang Tangguh, 2) menerapkan sistem manajemen keuangan yang transparan berbasis teknologi informasi, 3) meningkatkan pelayanan dalam pengelolaan zakat yang efektif dan efisien dan 4) meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Pelaksanaan setiap misi Baznas diemban oleh setiap karyawan, melalui ketrampilan dalam hal pelayanan dan ketepatan waktu merespon sehingga pelanggan Baznas baik muzaki dan mustahik memperoleh kepuasan pelanggan. Karyawan sebagai operator zakat, perlu menjaga dan memastikan bahwa baznas memiliki kinerja yang baik dilihat dari transparansi, integritas dan kredibilitas operator zakat.⁴³ Selanjutnya pemberdayaan baznas dilihat dari dua sisi yakni internal pemberdayaan staf di Lembaga zakat dan eksternal pemberdayaan ashnaf yang menerima manfaat zakat.⁴⁴

Pemberdayaan internal, UUPZ memberikan hak kepada baznas untuk mendapatkan pembiayaan dari APBN/APBD selain menggunakan hak amilin.⁴⁵ Hak ini dijabarkan secara operasional oleh pengelola zakat dengan ketentuan; penggunaan dana APBD untuk gaji/honor pimpinan baznas dan sosialisasi program, sementara karyawan dan operasional dibiayai dari hak amilin.

6) Process,

⁴³ Wibisono (2016), op.cit, hal 62

⁴⁴ Al Haq, M. A., & Wahab, N. . (2017), op.cit, hal 27

⁴⁵ Heru Susetyo, dkk. (2012), op.cit, hal 30

Yang dimaksud dengan Proses adalah aktivitas pengumpulan ZIS dari muzaki dan mengolah dana ZIS yang terkumpul sesuai dengan pos ashnaf masing-masing dari setiap UPTD se Kab. Indramayu. Aktivitas pengelolaan dana ZIS disesuaikan dengan struktur organisasi Baznas pusat. Pelaksana masing-masing bidang pada struktur organisasi Baznas Kab Indramayu dijabarkan sebagai berikut :

- a) Bidang Pengumpulan: bertugas mengumpulkan zakat infaq shadaqah sesuai target penerimaan ZIS berbasis zakat profesi dan masyarakat. Pertanggung jawaban berupa Laporan ke masyarakat menggunakan Simba (sistem informasi manajemen baznas) ditingkat nasional dan Simbazzab ditingkat lokal. Fungsi Simba dan Simbazzab sebagai berita bagi muzaki yang menyeter zakat infaq-shodaqoh.
- b) Bidang Penghimpunan: bertugas mencatat aktivitas/kebijakan yang dikeluarkan pimpinan Baznas. Membuat catatan kas amil terdiri operasional harian, daftar penyeter zakat di setiap UPTD, berdasarkan bukti nota dinas BJB Syariah. Agar pemungutan zakat resmi dari baznas maka SK wajib dibuat untuk para amilin UPZ di 317 desa dan 51 UPTD kecamatan.
- c) Bidang Keuangan: bertugas menerima setoran ZIS setiap harinya dan mengeluarkan dana operasional setiap hari. Laporan keuangan menggunakan Sistem akuntansi murni (komputerisasi), dibuat setiap hari pertanggal sesuai dengan yang ada di bank. Sehingga antara catatan di baznas dan di bank akan sama. Pengiriman dana ZIS ke bank sesuai posnya dilakukan setiap sore. Penyusunan RKAT (Rencana Keuangan Anggaran Tahunan) disahkan oleh Baznas Pusat, bila selesai diperiksa dan disetujui, RKAT dikirim kembali ke masing-masing kab/kota (berarti RKAT sudah turun), maka rencana keuangan sudah dapat dilaksanakan untuk bulan Januari tahun berikutnya.
- d) Bidang pendistribusian: bertugas menyalurkan dana ZIS sesuai ashnaf dan besaran dana yang disalurkan, sifatnya dana habis pakai/ konsumtif. Penyaluran dibekali dengan SPJ Dinas, dan pertanggung jawaban kinerja berupa laporan ke masyarakat.
- e) Bidang pendayagunaan: bertugas menyalurkan dana ZIS untuk usaha yang produktif. Aktivitas dalam bentuk program Baznas yang bersifat produktif. Sasarannya adalah keluarga miskin yang masih ada kemampuan usaha.
- f) Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Pelaporan: bertugas merencanakan RKAT setahun, pelaporan keuangan setiap hari, rekapitulasi setiap bulan di bagian keuangan. Semua laporan keuangan berbasis komputer, dimana sistem pemrosesan transaksi (SPT dan RKAT) mulai beralih dari sistem manual ke sistem komputer,⁴⁶ sehingga mempercepat pekerjaan dan hasil laporan keuangan yang lebih efisien, akurat, dan relevan. Berdasarkan berita satu (2020, Juli) Baznas Jawa Barat meraih prestasi *fundraising digital* terbaik di program *Indonesia Fundraising Award (IFA) 2020*.⁴⁷

⁴⁶ Indri Damayanti Tatyana, Yani Urfiani, Siti Maryam. (2023). Pemrosesan Transaksi Keuangan Menggunakan Aplikasi Berbasis Accounting Software Pada Departemen Keuangan di PT. Enerren Technologies. *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. Volume 10 Nomor 1 (2023), pp. 49-60

⁴⁷<https://www.beritasatu.com/ekonomi/654369/baznas-raih-fundraising-digital-terbaik-di-ifa-2020>

- g) Bidang Administrasi, SDM dan Umum: bertugas membuat surat menyurat, administrasi SDM, penerbitan SK dan SPJ serta aktivitas umum lainnya.

Dana operasional harian bersumber dari bagian Amil zakat 12,5 % dan amil infaq 20 %, . Secara rinci penggunaan dana operasioanal Baznas Kab. Indramayu, tercantum pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5.

Penggunaan Dana Amilin Baznas Kab. Indramayu, 2016-2017 (Juta Rupiah)

Uraian	2016	2017	2018	2019
Pengeluaran personalia, operasional, marketing	na	932,21	1.422,51	1.494,44
Beban penyusutan dan amortisasi	na	0,297	68,62	66,24
Penyaluan bagian amil	46.492,5	611,35	760,71	944,50
Jumlah penyaluran amil	46.492,5	1.543,86	2.251,84	2.505,18
Saldo akhir dana amil		723,374	770,808	789,609

Alokasi dana amilin zakat dan infak/shodaqoh, sebagian digunakan untuk operasional (berupa kas tunai ditetapkan 3 juta perhari), dan sebagian diberikan ke petugas amilin (penghargaan kinerja amilin sebesar 10%). Ini semacam penghargaan dari baznas atas bantuan para amilin yang menggerakkan muzaki membayar ZIS. Ada juga amilin pemungut ZM (zakat masyarakat) perorangan yang secara sukarela mengumpulkan zakat dari masyarakat kemudian disetorkan ke baznas 100%.

7) **Physical Evident:**

Lingkungan fisik Baznas Kab. Indramayu sebagai tempat jasa penyaluran ZIS diciptakan, berada di Lokasi kantor, Jl. Letjen Sutoyo, Lemahabang, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu. Instansi Kerjasama Baznas terdiri: 5 perbankan, pemda Kab. Indramayu (35 lembaga pemda), 31 UPTD kecamatan, UPTD Pendidikan (90 SMP dan 866 SD), 317 UPZ desa, dengan jumlah pegawai negeri 10.521 orang.⁴⁸ Bagi muzaki yang berniat membayar zakat/infak dapat langsung ke kantor Baznas atau melalui ATM dari beberapa bank yaitu bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, Bank BJB, Bank BJB Syariah, BRI dan BPR Remaja. Semua rekening atas nama Baznas Kab. Indramayu dengan masing-masing memiliki dua nomor rekening yang terpisah antara pengumpulan zakat dan pengumpulan Infaq/ shodaqoh. Uang yang terkumpul selanjutnya disimpan dalam beberapa rekening, yang jumlahnya sama (*balance*) antara catatan di baznas, dokumen penerimaan dan dokumen penyaluran.

8) **Public relations dan customer service**

⁴⁸ BPS Kab Indramayu (2020b), op.cit,

Berdasarkan Moto Baznas Kab. Indramayu yaitu ; Syariah, amanah, dan professional, maka Baznas memberikan pelayanan kepada dua pelanggannya yaitu pelayanan terhadap muzaki sebagai pembayar zakat dan pelayanan ke mustahik sebagai penerima manfaat zakat. Baznas berkepentingan agar kedua pihak mendapatkan kepuasan dengan pelayanan ZIS dan distribusinya. Hubungan Publik bertujuan memengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap kesuksesan pengumpulan dan penyaluran ZIS.⁴⁹ Selanjutnya Rahman (2022) menjelaskan transaksi (tasaruf) dalam transaksi Maliyah adalah setiap perbuatan dan perkataan yang timbul dari seseorang yang mumayyiz (orang yang sudah dapat membedakan baik buruk) dan merdeka sehingga berkonsekuensi baik atau buruk, kepada diri sendiri maupun kepada pihak lain,⁵⁰ termasuk dalam hal ini adalah transaksi zakat. Seseorang yang memiliki harta berlebih (memenuhi syarat nisab) dan menyimpannya dalam waktu 1 tahun (haul) dapat menyampaikan niatnya secara lisan atau melalui media internet ke pihak Baznas dan pihak Baznas memastikan muzaki ini memahami prinsip-prinsip zakat serta menyampaikan sistem distribusinya.

Pelayanan kepada muzaki berupa kemudahan membayar zakat, infak/shodaqoh melalui beberapa cara : 1) langsung membayar ke kantor Baznas atau ATM bank yang ditunjuk, 2) digitalisasi pembayaran zakat dengan aplikasi dompet digital/elektronik menggunakan *scan code* bekerjasama dengan BJB Syariah dan BSM, 3) mengembangkan aplikasi gopay, ovo, dana, link aja, isaku dsb. Zakat bila sudah dibayarkan muzaki, akan mendapatkan bukti penyetoran melalui simbazzab. Pertanggungjawaban pengumpulan zakat dalam bentuk laporan sekali setahun (bulan sawal) sesuai dengan format baznas. Diharapkan jumlah muzaki yang membayarkan zakatnya ke Baznas semakin bertambah setiap tahun, sementara Baznas tidak memiliki kekuatan memaksa, sehingga perlu merintis dari bawah, kesadaran masyarakat berzakat dibangun, edukasi zakat dilakukan melalui sosialisasi ke UPTD oleh para pimpinan Baznas sehingga tumbuh keikhlasan masyarakat berzakat.

Pelayanan kepada mustahik penerima manfaat ZIS sebagai sasaran penyaluran ZIS, melalui program baznas, ada yang terdistribusi (bersifat konsumtif) dan ada pendayagunaan (produktivitas) untuk masyarakat miskin. Informasi mustahik diperoleh dari UPTD kecamatan dan UPZ desa. Sementara program pendayagunaan membutuhkan pendampingan. Baznas bekerjasama dengan majlis taklim melalui penyaluran dana operasional membantu keluarga miskin. Mustahik yang dipilih: pengurus majlis taklim sendiri, anggota atau non anggota, syaratnya mustahik harus punya usaha. Majlis taklim berfungsi sebagai pemberdaya mustahik melalui usaha, karena modal dari zakat, harus dimanfaatkan dan menghasilkan keuntungan.

Bentuk pendayagunaan lain melalui koperasi, yang didirikan oleh keluarga miskin yang punya usaha, diberikan edukasi berupa binaan teknis (bintek) dari dinas

⁴⁹ S. Wijaya, & AA.Adriansyah. (2020), op.cit, hal 36

⁵⁰ Muh. Fudhail Rahman. (2022). Prinsip Transaksi Islam: Tasarruf dan Akad. Salam: *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. Vol. 9 No. 5 (2022), pp. 1651-1662

koperasi, membangun mental usaha, pembentukan pengurus koperasi, dan modal usaha. Selanjutnya dilakukan monitoring, sehingga terpantau perkembangannya. Tujuan pendayagunaan masyarakat miskin ini adalah merubah status mustahik ke muzaki, minimal munfik (mau berinfak). Widarwati et al. (2017) menyimpulkan bahwa ada beberapa prinsip yang dapat membuat keberhasilan Pelayanan lembaga zakat: 1) prinsip nasabah, 2) prinsip persaingan, 3) prinsip positioning, 4) prinsip diferensiasi, 5) prinsip nilai, dan 6) prinsip keterlibatan, menghubungkan pelanggan satu sama lainnya.⁵¹

9) **Power,**

Susetyo dkk (2012) dan Wibisono (2016) menjelaskan bahwa meskipun Undang-Undang No.23 Tahun 2011 menyatakan Baznas merupakan Lembaga pemerintah yang nonstruktural, namun pendiriannya, Baznas secara jelas mengikuti struktur pemerintah.⁵² Pengelolaan zakat di Kab Indramayu berkembang sejak tahun 2007 melalui instruksi Bupati Indramayu H. Irianto Mahfudz S. Pengelolaan zakat dilanjutkan Ibu H. Anna Sophanah SH, melalui Peraturan Daerah Kab. Indramayu No 2/2016 tentang pengelolaan zakat dan Keputusan Bupati Indramayu No 451.05/Kep.127.B.1-Ag.Kesra/2016 tentang pembentukan pengurusan Badan Amil Zakat Nasional Kab. Indramayu periode 2016-2021. Berdasarkan landasan hukum tersebut BAZNAS Kab. Indramayu menyusun Rencana Strategi Baznas Kab Indramayu 2017 – 2021 sebagai dasar dalam mewujudkan kebangkitan zakat di Kab. Indramayu. Baznas Kab. Indramayu memiliki pertanggungjawaban langsung ke Bupati Indramayu dan Baznas Jabar. Hakikatnya pertanggungjawaban kinerja pengumpulan ZIS kepada Allah, namun pertanggungjawaban ke bupati hanya pelaporan administrasi.

Efisiensi dan efektifitas kinerja Baznas kab. Indramayu

Hasil pengukuran Efisiensi dan efektifitas kinerja penghimpunan, pengelola dan penyaluran ZIS pada Baznas Kab Indramayu tahun 2016 – 2019 (juta Rupiah) dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6.
Perkembangan Nilai Efisiensi dan Efektivitas Penyaluran ZIS Baznas Kab. Indramayu, tahun 2016-2019 (juta Rupiah)

Uraian	2016	2017	2018	2019
Penerimaan dana zakat dan bagi hasil	5.676,61	6.670,89	7.002,65	7.696,50
Penerimaan dana infaq/shod dan bagi hasil	1.124,64	2.239,32	2.680,94	3.962,16
Total pengumpulan ZIS	6.801,26	8.910,20	9.683,59	11.658,66

⁵¹ Widarwati, E., Afif, N. C., & Zazim, M. (2017). Strategic Approach for Optimizing of Zakah Institution Performance: Customer Relationship Management. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 81–94. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.4010>

⁵² Heru Susetyo, dkk (2012), op.cit, hal 27. dan Yusuf Wibisono (2016), op.cit, hal 60

Total penyaluran ZIS	4.106,19	11.701,51	8.126,36	10.457,02
Beban operasional	46,49	932,51	1.491,13	1.560,68
Efisiensi penyaluran ZIS	0,01	0,10	0,15	0,13
Nilai Kriteria efisiensi	10	7,5	5,0	5,0
Efektifitas penyaluran ZIS (%)	60,37	131,33	83,92	89,69
Nilai efektifitas	cukup efektif	sangat efektif	efektif	efektif

Rasio efisiensi penyaluran ZIS yang semakin kecil menunjukkan nilai kriteria efisiensi yang tinggi. Efisiensi penyaluran ZIS pada Baznas Kab. Indramayu berkisar antara 5,0 sampai 10. Beban operasional bertambah dengan adanya tambahan asset dan penyusutannya. Efektifitas penyaluran ZIS antara 60,37 % sampai 131,33 %. Bila diperhatikan pada Tabel 4 penyaluran ZIS tahun 2017 merupakan gabungan hasil pengumpulan ZIS tahun 2016 dan 2017, karena adanya perubahan sistem, sehingga jumlah penyaluran pada tahun 2017 pada Tabel 6 terlihat besar mencapai 131,33%. Sesuai dengan SOP Baznas Pusat bahwa ZIS yang terkumpul dapat disalurkan sebanyak 80 % dan saldo 20%. Dengan demikian penyaluran ZIS pada Baznas Kab. Indramayu mulai dari kategori cukup efektif sampai sangat efektif.

Hal ini sesuai dengan penelitian Yuliasih et al. (2021), efektivitas pendistribusian dana zakat BAZNAS Kabupaten Indramayu dengan pendekatan *Disbursement to Collection Ratio* (DCR) tahun 2016 - 2019 menunjukkan hasil yang efektif. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap besaran efektif pendistribusian dana zakat beserta infaq/shodaqoh, antara lain: 1. Peraturan wajib zakat dan penerapan peraturan pengelolaan zakat sudah bagus, 2. Distribusi program pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin mencapai sasaran.⁵³

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat dirumuskan kesimpulan penelitian, bahwa

1. Baznas Kab. Indramayu telah melaksanakan bauran pemasaran 9Ps terdiri : *Product, price, promotion, place, people, process, Physical Evident, public relation and power*, selama periode 2016 – 2021. Keberhasilan pengumpulan ZIS tahun 2019 sebesar Rp 18,9 Milyar dengan jumlah penerima manfaat ZIS sebesar 8220 KK, 434 MT, 27 koperasi, 97 santri dan 8140 siswa.
2. Adapun nilai efisiensi penyaluran ZIS berkisar 5 – 7,5 menunjukkan cukup efisien dan nilai efektifitas berkisar 83,92 % - 131,33 % menunjukkan penyaluran ZIS oleh Baznas Kab Indramayu sangat efektif.

⁵³ A.Yuliasih, J.Juliana, & R.Rosida. (2021). Zakat Core Principle (Zcp) Poin 10 Disbursement Management Dalam Mengukur Efektivitas Pendistribusian Zakat Pada Program Kerja Baznas. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(1), 116–126. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20211pp116-126>

Saran :

1. Mengadakan evaluasi program yang telah diluncurkan sehingga slogan mengangkat mustahik menjadi munfik meningkat menjadi muzaki dapat terwujud.
2. Potensi zakat yang belum tergarap, mulai diperhatikan dan dijangkau seperti lapangan pekerjaan dibidang internet, perdagangan, perhotelan, pariwisata, perindustrian, dsb
3. Potensi zakat di bidang pertanian terutama usahatani padi perlu perlakuan khusus mengingat banyak petani berlahan sempit.
4. Penelitian lanjutan dapat dilakukan penilaian kinerja Baznas Kab Indramayu berdasarkan kepuasan pelanggan baik dari sisi muzaki maupun dari sisi mustahik menggunakan variabel bauran pemasaran 9Ps.

Penghargaan

Artikel ini merupakan hasil penelitian yang didanai dari penelitian integrasi keilmuan pada Puslitpen 2018. Dan terimakasih pula kepada Baznas Kab. Indramayu yang bersedia terbuka dalam hal pengumpulan data selama 4 tahun tentang kinerja pengelolaan ZIS di Kab. Indramayu.

REFERENSI

- Al Haq, M. A., & Wahab, N. . (2017). Effective Zakah Distribution : Highlighting Few Issues And Gaps In Kedah , Malaysia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 9(2), 259–288. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i2.4002>
- Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2018). Relationship Of 7p Marketing Mix And Consumers ' Loyalty In Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261–273. <https://doi.org/http://doi.org/10.22146/ae.36400>
- Azis, M., & Anim, N. (2020). Trust towards zakat institutions among Muslims business owners. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol6.iss1.art1>
- Baznas Prov. Jabar (2020). Transformasi Pengelolaan Zakat Konvensional Menuju Profesional Dalam Mewujudkan Jabar Juara Lahir Batin. Laporan Pengelolaan Zakat Baznas Provinsi Jabar 2015-2020. Baznas Prov. Jabar. Bandung.
- BPS Kab. Indramayu. (2020a). Jumlah Penduduk Miskin 2014 – 2018. <https://indramayukab.bps.go.id/indicator/23/107/2/jumlah-penduduk-miskin.html> Diunduh 1 Feb 2021
- BPS Kab. Indramayu. (2020b). Kabupaten Indramayu dalam Angka 2020. <https://indramayukab.bps.go.id/publication/download.html> Diunduh 1 Feb 2021
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan*

- Ilmu Sosial lainnya*. Edisi kedua. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.
- Cornel, A. (2019). *The Ultimate Guide to Marketing mix : 4Ps, 7Ps, 8Ps, 4Cs, 7Cs*. <https://www.albertocarniel.com/post/marketing-mix>, diunduh 25 Jan 2021
- Hejazziey, D. (2011). Zakat Sebagai Sumber Investasi. *Al-Iqtishad*, III(2), 209–226.
- Huda, N., & Ghofur, A. (2012). Analisis Intensi Muzakkî Dalam Membayar Zakat Profesi. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 4(2), 2017–2240. <https://doi.org/10.15408/aiq.v4i2.2547>
- Karim, Adiwarmarman A. (2001). *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer (Islamic Economic, A Contemporary Study)*. Penerbit Gema Insani, Jakarta
- Kanji, Lusiana, Habbe, Abd Hamid., Mediaty,. (2012). Determinant Factors Motivation Paying Zakat and Magnitude of Value, pasca.unhas.ac.id.
- Kotler, P., Armstrong, G. M., Opresnik M.O. (2018). *Principles Marketing: Global Edition, 17e*. Pearson. New York.
- Londre, L. (2021). *With the Nine P's (9P's) of Marketing*. Londre Marketing Consultants, LLC. <https://www.londremarketing.com/documents/LondreMarketingConsulting-NinePs.pdf>, diunduh 25 Jan 2021
- Masyita, D. (2018). Lessons Learned of Zakah Management from Different Era and Countries. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 10(2), 441–456.
- Mohsin, M. I. A., Lahsasna, A., & Ismail, E. (2011). Zakah from Salary and EPF : Issues and Challenges. *International Journal of Business and Social Science*, 2(1), 278–286. www.ijbssnet.com
- Nurhadi. (2019). Management of Marketing Strategy Mix Perspective of Islamic Economics. *Human Falah: Volume 6. No. 2 Juli – Desember 2019* : 141 - 157 <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/download/4811/2863> Diunduh pada tgl 11Maret 2021.
- PuskasBaznas. (2019). *Rasio Keuangan Organisasi Pengelola Zakat (Financial Ratio of Zakat Management Organization)*. Puskas Baznas. Jakarta.
- Rahman, Muh. Fudhail. (2022). Prinsip Transaksi Islam: Tasarruf dan Akad. Salam: *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. Vol. 9 No. 5 (2022), pp. 1651-1662
- Republika.co.id, 28 Feb 2019. Financial Audit of Baznas Indramayu Wins Predicate WTP. <https://republika.co.id/tag/baznas-indramayu>, Diunduh 2 Feb 2021
- Republika.co.id, 11Nov 2019. Kemenag : Potensi Besar, Pengumpulan Baru Tembus 3 Persen. <https://republika.co.id/tag/baznas-indramayu>, Diunduh 2 Feb 2021
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Qualitative and Quantitative Research Method and R&D)*. Bandung: Alfabeta.

- Susetyo, Heru dkk. (2012). Selamatkan Gerakan Zakat. Catatan Kritis Atas UU No.23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat (*Save The Zakat Movement. Critical Note on Law No.23 of 2011on Zakat Management*). Penerbit KOMAZ (Koalisi Masyarakat Zakat). Jakarta
- Tatyana, Indri Damayanti, Yani Urfiani, Siti Maryam. (2023). Pemrosesan Transaksi Keuangan Menggunakan Aplikasi Berbasis Accounting Software Pada Departemen Keuangan di PT. Enerren Technologies. *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. Volume 10 Nomor 1 (2023), pp. 49-60
- Umiarso dan Hervina. (2015). Zakat untuk Keberkahan Umat dan Zaman. Lentera Ilmu Cendekia. Jakarta.
- Wibisono, Yusuf. (2016). *Mengelola Zakat Indonesia. Diskursus Pengelolaan Zakat Nasional dari Rezim UUU No 38 Tahun 1999 ke Rezim UUU No.23 Tahun 2011 (Managing Indonesian Zakat. The Discourse On National Zakat Management From The Regime of Law No.38 of 1999 to The Regime of Law No.23 of 2011)*. Prenadamedia. Jakarta
- Widarwati, E., Afif, N. C., & Zazim, M. (2017). Strategic Approach for Optimizing of Zakah Institution Performance: Customer Relationship Management. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 81–94. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.4010>
- Wijaya, S., & Adriansyah, A. A. (2020). The Effectiveness of 9P Marketing Mix Implementation Towards the Service Satisfaction in the Outpatient Clinic of Jemursari Hospital Surabaya. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr.Soetomo*, 6(1), 28–42.
- Yuliasih, A., Juliana, J., & Rosida, R. (2021). Zakat Core Principle (Zcp) Poin 10 Disbursement Management Dalam Mengukur Efektivitas Pendistribusian Zakat Pada Program Kerja Baznas. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(1), 116–126. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20211pp116-126>
- <https://www.baznasjabar.org/news/para-pemenang-baznas-jabar-award-2019>
- <http://infopublik.id/kategori/nusantara/390317/penghimpunan-zis-terus-naik-baznas-indramayu-dapat-penghargaan?video=selasa,3Desember 2019>
- Antaraneews (2019)** <https://www.antaraneews.com/berita/770328/berikut-daftar-umk-di-jawa-barat-2019>
- <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2020/01/15/765/september-2019--tingkat-kemiskinan-jawa-barat-sebesar-6-82-persen.html>
- <https://www.beritasatu.com/ekonomi/654369/baznas-raih-fundraising-digital-terbaik-di-ifa-2020>