

Strategi Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat Di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan

Rahmat

STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan
Email: rahmatullah.albaweany@gmail.com

Yuyun Kholifah

STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan
Email: yuyunkholifah09@gmail.com

Abstract

The implementation of the halal marketing strategy at LAZNAS LMI Bangkalan Branch is an effort to attract muzakki to distribute their zakat through LMI considering that every Muslim has an obligation to pay zakat and how important zakat funds are to help people be free from precarious life problems. The purpose of this writing is to explain how the halal marketing strategy is to increase the number of zakat payers at LAZNAS LMI Bangkalan Branch and the factors that influence the success of the halal marketing strategy in an effort to increase the number of zakat payers at LAZNAS LMI Bangkalan Branch. This writing design uses qualitative writing with a field research approach (field research) which is the main source obtained by direct writing. The subject of writing is the leadership and employees of LAZNAS LMI Bangkalan Branch, the data collection method is by means of in-depth interviews with primary sources, the data analysis uses descriptive qualitative. The results of the writing show that the implementation of the halal marketing strategy in increasing the number of obligatory zakat at LAZNAS LMI Bangkalan Branch has been carried out well, LAZNAS LMI Bangkalan Branch has implemented and emulated the nature of Rasulullah SAW and provided the best service to muzakki or donors so as to gain the trust of muzakki and this has increase the number of obligatory zakat at LAZNAS LMI Bangkalan Branch gradually. The success in implementing the halal marketing strategy has several supporting factors, namely the existence of strategic institutions, IT systems that are increasingly sophisticated in financial administration, the network to agencies is quite extensive and the facilities available at institutions are also important factors in the success of a halal marketing strategy that is implemented in an effort to increase the amount of obligatory zakat.

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

Keywords: *Halal Marketing, Zakat, LAZNAS LMI*

Abstrak

Penerapan strategi marketing halal di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan merupakan suatu upaya guna menarik *muzakki* untuk menyalurkan zakatnya melalui LMI mengingat setiap muslim memiliki kewajiban menunaikan zakat dan betapa pentingnya dana zakat untuk membantu masyarakat terbebas dari permasalahan hidup yang genting. Tujuan penulisan ini adalah untuk menjelaskan bagaimana *strategi marketing halal dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan* dan *faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi marketing halal dalam upaya meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan*. Desain penulisan ini menggunakan penulisan Kualitatif dengan pendekatan riset lapangan (*field reseacrh*) merupakan sumber utama yang diperoleh dengan cara penulisan langsung kelapangan. Subjek penulisan adalah pimpinan dan karyawan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan, metode pengumpulan datanya dengan cara wawancara mendalam dengan sumber primer, analisis datanya menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penulisan menunjukkan penerapan strategi marketing halal dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sudah dilakukan dengan baik, LAZNAS LMI Cabang Bangkalan telah menerapkan dan meneladani sifat Rasulullah SAW dan memberikan pelayanan terbaik kepada *muzakki* atau donatur sehingga mendapatkan kepercayaan dari *muzakki* dan hal tersebut telah meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan secara bertahap. Keberhasilan dalam penerapan strategi marketing halal tersebut terdapat beberapa faktor pendukung yaitu diantaranya keberadaan lembaga yang strategis, sistem IT yang semakin canggih dalam admnistrasi keuangan, jaringan ke instansi sudah cukup luas dan fasilitas yang tersedia di lembaga juga merupakan faktor penting dalam keberhasilan dari strategi marketing halal yang diterapkan dalam upaya meningkatkan jumlah wajib zakat.

Keywords: Marketing Halal, Zakat, LAZNAS LMI

Pendahuluan

Teori-teori silih berganti untuk memecahkan permasalahan ekonomi, namun sampai saat ini masih dicari teori terbaik untuk keadaan perekonomian yang ada, khususnya di Indonesia. Zakat merupakan instrumen penting dalam kegiatan beragama dan juga sosial. Kewajiban menunaikan zakat sendiri diatur langsung dalam rukun Islam yang ketiga yaitu “Menunaikan Zakat” yang artinya setiap muslim memiliki kewajiban untuk menunaikan zakat apabila harta yang telah dimiliki mencapai batasan minimum penyaluran zakat (*Nishob*). Karena berzakat juga merupakan salah satu bentuk kegiatan dakwah Islam yaitu untuk mengajak manusia kepada agama Allah dengan mentaati segala petunjuk-Nya. Sama halnya dengan mengajak manusia yang memiliki harta lebih agar mereka berkenan untuk membantu masyarakat yang kurang mampu, maka diperlukan adanya strategi yang mendukung dan dengan metode yang bagus serta pelaksanaan program yang akurat. Hal ini akan menjadikan aktivitas keagamaan dan sosial menjadi matang dan berorientasi jelas dimana cita-cita dan tujuan telah direncanakan. Karena adanya cita-cita yang jelas dan realistis pasti akan mendorong dakwah mengikuti arah yang telah direncanakan. Zakat disebut ibadah karena didalamnya terdapat harapan juga berkah, pembersihan jiwa dan pengembangan dengan bentuk kebaikan. Selain dalam bentuk zakat ada juga dalam bentuk lain dalam ajaran Islam yang memiliki hubungan erat dalam permasalahan ekonomi.

Dasar hukum zakat yang tercantum dalam al-Qur’an disebutkan dalam surat At-Taubah ayat 103:

حُذِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ
لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya :“ Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”.¹

Badan Amil Zakat di Indonesia yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian dana Zakat, Infaq dan Sedekah adalah BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan BAZDA (Badan Amil Zakat

¹ Mushaf Sabrina. *Al-Qur’an Terjemah dan Tafsir*. Bandung: Penerbit Marwah. 2010, 203

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

Daerah). Selain itu, ada juga lembaga yang bernama Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS). Lembaga Manajemen Infaq (LMI) adalah Lembaga Amil Zakat Nasional yang berkhidmat mengangkat harkat martabat masyarakat dhuafa (masyarakat kurang mampu) melalui penghimpunan dana ZISWAF.

Lembaga manajemen infaq (LMI) adalah lembaga yang tugasnya mengumpulkan dan mengelola dana Zakat, Infaq dan Sedekah. Dari para *muzakki* kemudian disalurkan kembali kepada *mustahik* yang membutuhkan.² Perkembangan LMI sendiri pada saat ini dirasa sudah mampu bersaing dengan lembaga pengelola Zakat, Infaq dan Sedekah milik swasta lainnya, hal ini terlihat dari jumlah donatur Infaq yang terus mengalami peningkatan. Hal ini menjadi masalah yang sangat nyata bagi LAZNAS LMI untuk mempertahankan sekaligus mengoptimalisasikan dana ZISWAF agar *muzakki* ataupun calon *muzakki* akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan sehingga *muzakki* akan loyal terhadap lembaga tersebut.

Melihat masyarakat Indonesia mayoritas Muslim tentunya kegiatan zakat harus mampu disosialisasikan dan diatur secara tegas. Namun sayangnya jumlah zakat yang diperoleh masih jauh dari potensi yang dapat digali. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi kegiatan penyaluran dari zakat itu sendiri. Kegiatan peningkatan jumlah wajib zakat dan kegiatan sadar zakat harus terus dilaksanakan agar potensi yang dapat digali semakin maksimal. Salah satu lembaga yang melakukan pemasaran zakat untuk peningkatan jumlah wajib zakat adalah Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Bangkalan. Melihat potensi zakat yang sebesar itu maka disini LAZNAS LMI Cabang Bangkalan mencoba untuk menyusun strategi marketing zakat agar mampu meningkatkan jumlah wajib zakat di kota Bangkalan. Karena jika jumlah wajib zakat di kota Bangkalan meningkat maka otomatis jumlah *muzakki* yang menyalurkan zakatnya di Lembaga Manajemen Infaq juga akan meningkat. Hal ini akan membantu proses pengelolaan zakat dan pendistribusian zakat itu sendiri. Jika jumlah wajib zakat yang ada di kota Bangkalan masih jauh dari tujuan yang ingin dicapai atau masih jauh dari target, maka sebagai lembaga LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dapat dikatakan belum

² Company Profile LMI. Edisi Terbaru, 2021

berhasil mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga sosial yang berorientasikan keagamaan dan kesejahteraan masyarakat.

Ketika jumlah wajib zakat di kota Bangkalan meningkat maka proses pengelolaan zakatnya akan mampu mencapai target organisasi. Tentunya dengan pengelolaan yang amanah, profesional, dan akuntabel. Oleh karena ini LAZNAS LMI Cabang Bangkalan menyusun strategi marketing zakat yang efektif dan efisien guna menarik *muzakki* untuk menyalurkan zakatnya melalui LMI mengingat betapa pentingnya dana zakat untuk membantu masyarakat terbebas dari permasalahan hidup yang genting. Melalui pemaparan diatas dapat dilihat bahwa pentingnya strategi marketing zakat untuk meningkatkan jumlah wajib zakat di kota Bangkalan, melalui strategi yang tepat, efektif dan efisien maka sebuah lembaga zakat akan mampu meningkatkan jumlah wajib zakat di daerah teritorinya. Namun bila strategi marketing yang dimiliki tersebut tidak mampu menarik minat atau hati *muzakki* maka eksistensi lembaga tersebut masih diragukan, karena keberlangsungan sebuah lembaga zakat tetap bergantung pada berapa jumlah *muzakki* yang menyalurkan zakatnya dilembaga tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas Bagi LAZNAS LMI Cabang Bangkalan strategi marketing dirasa sangat penting untuk membentuk suatu produk atau program *fundrising* zakat yang mampu memberikan kepuasan kepada *muzakki* setelah menyalurkan zakatnya di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan. Karena kepuasan *muzakki* merupakan nilai tambah bagi eksistensi lembaga. Berdasarkan uraian diatas maka penulis dirasa perlu untuk melakukan penulisan dan akan dijabarkan dalam skripsinya dengan judul "Strategi Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat Di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan".

Metodologi Penelitian

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif yang berbentuk riset lapangan (*field Reseacrh*) yaitu terjun langsung ke lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, penelitian ini mengumpulkan data dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Reduksi data, penyajian data dan menyimpulkan data adalah salah satu langkah dalam kegiatan penelitian yang merupakan peranan penting dalam menentukan kesahihan dan ketepatan hasil dari penelitian.³

Hasil dan Pembahasan

Strategi Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat Di Laznas LMI Cabang Bangkalan

Pengelolaan zakat bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan (UU No. 23 tahun 2011).⁴ Lembaga Manajemen Infaq adalah lembagamilik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ziswaf (zakat, infaq, sedekah, dan wakaf) dan dana sosial lainnya yang halal dan legal dari perorangan, perusahaan maupun lembaga. Saat ini LMI telah memiliki jejaringan di 8 privinsi di Indonesia serta memiliki kantor layanan di 24 kota atau kabupaten di Jawa Timur. Dana ziswaf dan dana sosial lainnya yang terhimpun di salurkan dalam bentuk program sosial pendidikan pelayanan dhuafa, kesehatan, penanganan bencana dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasional dan serangkaian proses penciptaan, komunikasi dan penyampaian nilai bagi donatur atau *muzakki* serta pengelolaan hubungan dengan donatur dengan cara-cara yang menguntungkan bagi organisasi dan *stakeholders*. Pemasaran juga merupakan suatu proses sosial dan managerial, dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan

³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta. 2015, 22

⁴ <https://jatim.kemenag.go.id/>. Diakses 22 Mei 2022 Jam 11:27

menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. (Sutarno, 2012)⁵

Dalam meningkatkan jumlah *muzakki* strategi yang digunakan oleh LAZNAS LMI Cabang Bangkalan yaitu; *pertama, Maintenance donatur* atau *service exxelence*; Pelayanan kepada donatur, berupa jemput zakat dan layanan M-banking. Selain itu menjalin keakraban dengan donatur dan melayani dengan sopan dan sepenuh hati kepada donatur, sehingga donatur dapat merasa puas setelah menyalurkan zakatnya melalui LAZNAS LMI Cabang Bangkalan. *Kedua, Foundrising based on community* Strategi dengan langkah-langkah komunitas. Komunitas yang dibidik adalah zakat perkantoran atau zakat profesi, majelis taklim, sekolah atau kampus dan lain-lain. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menyapa, presentasi tentang zakat dan kemudian sharing dengan komunitas tersebut. Di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan hal ini biasa disebut dengan media dakwah. *Ketiga, Foundrising based on program*. Merupakan strategi dengan mengenalkan berbagai program-program yang ada di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan. Dalam mencari donatur strategi ini digunakan untuk menginformasikan berbagai program-program yang dilakukan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dan keberhasilan dari berbagai program tersebut kepada donatur maupun calon donatur sehingga donatur mempunyai keinginan untuk menyalurkan dana zakatnya melalui LAZNAS LMI Cabang Bangkalan.⁶

Dari strategi tersebut LAZNAS LMI Cabang Bangkalan mendapatkan kepercayaan dari para *muzakkinya*. Dengan berbagai strategi pemasaran yang digunakan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan seharusnya jumlah *muzakki* dan dana zakat dapat mencapai target yang telah ditentukan lembaga. Namun dalam pencapaiannya jumlah *muzakki* dan jumlah perolehan dana zakat yang diperoleh masih tergolong kecil. Hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Peningkatan Jumlah Wajib Zakat

⁵ Sutarno. *Serba-serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012, 213

⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Yanuari Dwiprianto selaku Pimpinan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan. Jum'at 22 April 2022

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

Tahun	Jumlah Donatur	Jumlah dana zakat yang dihimpun
2018	180	Rp. 336.337.820
2019	250	Rp. 434.758.053
2020	308	Rp. 557.685.544
2021	350	Rp. 724.991.207

Sumber: Dokumen LAZNAS LMI Cabang Bangkalan

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa walaupun jumlah *muzakki* di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun peningkatan tersebut masih jauh dari potensi yang dapat digali. Hal tersebut disebabkan karena selama ini masyarakat menyalurkan zakatnya langsung diberikan sendiri kepada *mustahik*. Melihat perkembangan *muzakki* dari tahun ke tahun yang semakin meningkat bisa dikatakan pemasaran zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dalam meningkatkan jumlah wajib zakat sudah berhasil walaupun belum optimal.

LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dalam memasarkan produk untuk Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat menggunakan bauran pemasaran 4P. Beberapa strategi pemasaran yang dilakukan mengacu pada teori pemasaran Philip Kotler. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa informan terkait strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan di antaranya sebagai berikut:

Pertama, produk (product) keunggulan yang dimiliki suatu produk sangat berpengaruh terhadap minat nasabah/*muzakki* yang akan memilih atau menggunakan produk tersebut. Menurut wawancara yang telah dilakukan oleh penulis kepada informan produk ini sesuai situasi, kondisi, musim/cuaca dan juga keadaan. *Kedua*, Price (harga). Harga produk di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan berdasarkan kondisi dengan sekitar, harus tau pesaing terlebih dahulu, juga harus sesuai kondisi, dan harus sesuai dengan tempat LMI. *Ketiga*, Promotion (promosi). LAZNAS LMI Cabang Bangkalan melakukan beberapa cara dalam mempromosikan agar dapat meningkatkan jumlah wajib zakat. *Pertama*, jalur darat (browser, proposal, banner LMI, tempat iklan). *Kedua*, online (google ads, WhatsApp, Instagram, facebook, market place, tokopedia,

shoopenpay). *Empat, Place* (lokasi/tempat). Lokasi menjadi faktor penting dalam kegiatan pemasaran, lokasi yang strategis akan mempengaruhi eksistensi lembaga tersebut. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pimpinan lembaga letak LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sudah sangat strategis karena dekat dengan jalan raya dan juga bangkalan kota. Memudahkan nasabah/*muzakki*

Karakteristik marketing halal yang dijadikan pedoman oleh amil zakat LAZNAS LMI Cabang Bangkalan atau pemasar meliputi 4 unsur, (Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, 2014) yaitu *Rabbaniyah* (Ketuhanan), *Akhlaqiyyah* (Menjunjung tinggi akhlaq mulia/etis), *Al-waqi'iyah* (Realistis), dan *Al-insaniyyah* (Humanistis).⁷

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, pemasaran dapat membantu donatur dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan pemasaran harus bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan atau donatur. Dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan donatur, pemasaran perlu membuat inovasi program, pengelolaan, pelayanan, penjualan, dan menerapkan prinsip-prinsip promosi sesuai dengan muamalah Islam. Hal tersebut bertujuan untuk memperkenalkan dan mengembangkan kehidupan lembaga zakat atau lembaga manajemen infaq.

Pemasaran dalam Islam dilakukan dengan mengedepankan integritas keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Keimanan dan ketaqwaan tersebut dilakukan berdasarkan ayat Al-qur'an dan hadits. Pemasaran lembaga berusaha meneladani sifat Rosulullah SAW. Sifat tersebut meliputi *Amanah* (dapat dipercaya), *Shiddiq* (jujur), *Fathonah* (cerdas), dan *Tabligh* (komunikatif atau menyampaikan). Hal tersebut juga sesuai dengan penjelasan surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah

⁷ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta CV. 2014, 350-351

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

*kamu membunuh dirimu: Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah telah mengharamkan untuk memanfaatkan, menggunakan dan memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Memakan harta tersebut bisa dilakukan dengan penipuan, kebohongan dan korupsi. Ayat tersebut menjelaskan bahwa pengelolaan harta orang lain harus dilakukan dengan cara yang baik.

LAZNAS LMI Cabang Bangkalan telah menjaga harta orang lain, dan juga mendapatkan kepercayaan *muzakki* untuk mengelola dan menyalurkan dana ZISWAF. Harta yang dikelola dan disalurkan meliputi zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Harta tersebut dikelola dan dikelola sesuai akad yang disetujui. Dengan adanya persetujuan tersebut, LAZNAS LMI Cabang Bangkalan menyalurkan harta tersebut kepada pemberdayaan para yatim, piatu dan dhuafa, untuk mewujudkan dan menciptakan pengelolaan ZISWAF yang jujur dan amanah. LAZNAS LMI Cabang Bangkalan melakukan pembinaan dan training kepada para karyawan.

LAZNAS LMI Cabang Bangkalan melakukan training dan pembinaan kepada para amil zakat dan relawan zakat untuk memperdalam pemahaman tentang program yang ada di lembaga dan keutamaan ZISWAF. Pembinaan dan training juga bertujuan untuk mencetak karyawan yang *shiddiq, amanah, fathonah, dan tabligh*. Karyawan yang mempunyai sifat *shiddiq* atau jujur akan takut kepada Allah SWT. Karyawan yang mempunyai sifat *amanah* atau dapat dipercaya akan mendapatkan kepercayaan dari lembaga, dari *muzakki* maupun calon *muzakki* atau donator baru. Karyawan yang mempunyai sifat *fathonah* atau cerdas akan mudah untuk mengajak melaksanakan ZISWAF.

Amil zakat atau relawan zakat yang mempunyai sifat *tabligh* atau komunikatif akan mudah menyampaikan hal-hal tertentu, baik itu dari lembaga maupun masyarakat. Amil zakat akan menyampaikan dan mengajak *muzakki* untuk berpartisipasi dalam program-program lembaga. Selain itu, amil zakat bisa menyampaikan berbagai kekurangan dan kelebihan lembaga, orang yang mempunyai sifat *tabligh* tersebut menjadi perantara antara lembaga dan *muzakki*.

⁸ Mushaf Sabrina. *Al-Qur'an, Terjemah dan Tafsir*. Bandung: Penerbit Marwah. 2010

Dari penjelasan narasumber tersebut, meskipun jumlah dana zakat tersendiri di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan terkadang ada penurunan, hal tersebut merupakan hal biasa yang terjadi, namun untuk dana ZISWAF nya keseluruhan selalu mengalami kenaikan dan hal itu positif terjadi, hal tersebut berbanding lurus dengan meningkatnya jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan meskipun peningkatan tersebut masih jauh dari target yang bisa dicapai, karena kesadaran dari masyarakat sendiri untuk menunaikan zakat. Namun LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sudah melakukan upaya-upaya terbaik dalam strategi marketingnya. (Yanwari, 2022)

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Strategi Marketing Halal Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat Di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan

Setiap organisasi atau lembaga dalam mencapai hasil yang memuaskan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, diperlukan kerja yang sungguh-sungguh yang berdasarkan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh lembaga. Seiring dengan perkembangannya, LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sejak awal berdirinya sampai saat ini terdapat beberapa hambatan-hambatan yang dihadapi, namun juga terdapat faktor-faktor yang mendukung bagi LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sehingga mampu bertahan sampai sekarang.

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi marketing halal dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sebagai berikut: Keberadaan lembaga yang sudah mapan dan strategis. Bagi suatu lembaga terutama lembaga zakat, keberadaan lembaga menjadi sangat penting untuk keberlangsungan lembaga tersebut. Keberadaan kantor LAZNAS LMI Cabang Bangkalan yang berada di bangkalan kota menjadikan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan berada dilokasi yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau oleh *muzakki*. Selain itu kantor LAZNAS LMI Cabang Bangkalan yang berada tidak jauh dari jalan raya. Sudah mapannya LAZNAS LMI Cabang Bangkalan menjadikan *muzakki* mempunyai perasaan bangga dan kepuasan, sebab di lembaga *muzakki* menyalurkan dana zakatnya sudah mapan dan terpercaya.

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

Sistem IT yang semakin canggih mendukung administrasi keuangan. Sistem IT yang mendukung administrasi keuangan sehingga mempermudah amil dalam bagian pembukuan dana zakat yang masuk di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan. Sistem aplikasi mengacu pada akuntansi halal yang terkoneksi dengan jaringan internet dalam setiap transaksi sehingga pembukuan dan pelaporan keuangan dapat disajikan secara cepat dan akurat serta mempermudah donatur untuk melihat perkembangan dana ZISWAF yang disalurkan melalui internet atau handphone. Dengan adanya sistem IT yang sudah maju menjadikan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan menjadi lembaga zakat yang mampu mengikuti perkembangan teknologi dan bukan menjadi lembaga yang tertinggal atau lembaga yang gagap teknologi.

Jaringan ke instansi sudah cukup luas. Adanya jaringan ke instansi baik itu milik pemerintah maupun swasta yang sudah cukup besar menjadikan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan mempunyai kerjasama yang baik dengan instansi-instansi terkait.⁹ Kiprah LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sebagai lembaga amil zakat yang konsen terhadap persoalan zakat, infaq, sedekah dan wakaf telah dirasakan oleh masyarakat luas dengan tersalurkannya dai-dai yang mengabdikan untuk pencerahan ummat. Bidang pendidikan juga menjadi fokus pendayagunaan program LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dengan puluhan miliar rupiah beasiswa telah tersalurkan selama ini. Dana tersebut terdiri dari berbagai kalangan masyarakat atau donatur baik perorangan maupun kolektif (perusahaan dan lain-lain).

Selain pengelolaan zakat yang transparan, menjalin hubungan yang baik dengan donatur sangatlah dianggap penting bagi LAZNAS LMI Cabang Bangkalan, untuk meyakinkan *muzakki*. Beberapa hal yang dilakukan oleh LAZNAS LMI Cabang Bangkalan sebagai berikut: Pertama, mendatangi rumah *muzakki*. Kedua, mengenalkan dan mensosialisasikan. Ketiga, memberikan informasi program-program LAZNAS LMI Cabang Bangkalan. Keempat, memberikan informasi arah pendistribusian dana zakat. Kelima, mengikutsertakan *muzakki* dalam pendistribusian dana zakat. Dari penjelasan narasumber hubungan *muzakki* dengan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan akan terjalin harmonis,

⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Hayyan selaku karyawan bagian pendayagunaan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan, Senin 11 Juli 2022

karena *muzakki* tahu arah dana yang mereka salurkan akan di distribusikan kepada *mustahik* yang membutuhkan. Dengan demikian kepercayaan *muzakki* terhadap LAZNAS LMI Cabang Bangkalan akan lebih meningkat, dan hal tersebut berbanding lurus dengan peningkatan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan.

LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dalam penghimpunan dana ziswaf menggunakan strategi marketing halal yaitu pemasaran menurut ajaran-ajaran dalam islam dan sigmentasi ala Nabi yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan baik dan harmonis dengan donatur. Penggunaan surat langsung, telepon, email, internet, whatsapp dan sarana lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan donatur atau *muzakki* yang dilakukan pihak LMI dalam penghimpunan dana ziswaf yaitu:

Pertama, Pembayaran zakat, infaq, sedekah dan wakaf dapat dibayarkan pada jam kerja pukul 07:00 WIB sampai pukul 16:00 WIB secara langsung ke lembaga. Apabila masyarakat ingin menyalurkan sebagian hartanya, masyarakat dapat menyalurkan melalui LAZNAS LMI Cabang Bangkalan.

Kedua, Selain itu pihak LMI Cabang Bangkalan membuka rekening untuk memudahkan *muzakki* jika tidak bisa ke kantor secara langsung bisa melalui transfer. Salah satunya Bank BCA dan Bank Halal, yang sekarang sudah bertransformasi menjadi Bank Halal Indonesia (BSI) guna memudahkan apabila ada masyarakat Bangkalan maupun luar daerah Bangkalan yang ingin menyalurkan hartanya untuk membayar zakat dengan cara mentransfer dana ziswafnya ke rekening LAZNAS LMI Cabang Bangkalan.

Ketiga, Sistem pengelolaan dana ZISWAF yang dilakukan oleh LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dan penghimpun dana ZISWAF yaitu dengan cara mengumpulkan dana tersebut kemudian dimasukkan ke dalam rekening Lembaga Manajemen Infaq (LMI) Cabang Bangkalan Bank Syariah Indonesia (BSI), lembaga tidak menyimpan uang cash. Jika ada program yang memerlukan dana, barulah dana tersebut dicairkan kembali dengan ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan oleh lembaga pusat di Surabaya.

LAZNAS LMI Cabang Bangkalan mempermudah para *muzakki* dalam pembayaran zakatnya, yaitu dengan cara aksi jemput zakat yang

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

dilakukan oleh amil zakat atau relawan zakat dan melalui bank. Pengumpulan zakat dengan cara langsung, aksi jemput zakat dan melalui bank untuk mempermudah *muzakki* membayar zakat. LAZNAS LMI Cabang Bangkalan mengambil dengan langsung dan menjemput harta zakat dari *muzakki*, apabila dari pihak *muzakki* meminta LAZNAS LMI Cabang Bangkalan untuk mengambilnya kerumah, dan untuk lewat bank, *muzakki* juga harus tahu bankapa saja yang diajak kerjasama dengan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan untuk menyimpan dana tersebut. Disamping itu, merupakan tugas LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dalam mengumpulkan zakat, yaitu mengambil dana zakat dari *muzakki*.

Dalam membayarkan zakatnya kepada LAZNAS LMI Cabang Bangkalan *muzakki* atau donatur bisa membayarkan zakatnya melalui beberapa cara yang bisa dipilih, yaitu:

Pertama, (Secara langsung) yaitu *muzakki* dapat memberikan langsung dana zakatnya ke kantor LAZNAS LMI Cabang Bangkalan pada hari dan jam kerja, yaitu hari senin-jum'at pada jam 07:00-16:00.

Kedua, (Aksi jemput zakat) merupakan layanan dalam mempermudah pembayaran zakat para *muzakki* dengan mengirimkan amil zakat atau relawan zakat untuk menjemput zakat para *muzakki* di kabupaten Bangkalan.

Ketiga, (Bank) bank merupakan layanan untuk mempermudah *muzakki* dalam pembayaran zakat mereka melalui fasilitas perbankan, baik berupa transfer, auto debet, ATM, phone atau SMS banking. Transfer tersebut dapat dilakukan melalui rekening LAZNAS LMI Cabang Bangkalan yaitu, Bank BSI dengan Nomor Rekening untuk Zakat 708 260 7794, Infaq 708 260 4191, Wakaf 104 469 0671 dan Qurban 928 419 7800. Bank BCA dengan Nomer Rekening 5200 2424 00 serta Bank Mandiri dengan Nomer Rekening 142 000 6977 291.

Bagi masyarakat yang menyalurkan atau mewakafkan hartanya melalui LMI akan diberikan bukti pembayaran berupa kuitansi yang diberikan oleh pihak lembaga. Kemudian nama-nama donatur atau *muzakki* tersebut akan dicatat pada buku laporan dan arsip data LAZNAS LMI Cabang Bangkalan.

Bapak Yanuari Dwiprianto juga menjelaskan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat pada pengelolaan dana ZISWAF tersebut, pihak lembaga bersikap transparan terhadap dana ZISWAF tersebut kepada masyarakat, mengenai pengelolaannya, agar donatur atau *muzakki* tidak bertanya-tanya terkait zakat yang mereka salurkan melalui LMI. Hal tersebut juga termasuk faktor penting keberhasilan dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan.

Sebagai lembaga yang melayani ibadah sekaligus mengelola dana ZISWAF dan dana sosial lainnya. LAZNAS LMI Cabang Bangkalan mendukung pembangunan atau program sosial seperti pendidikan, pelayanan dhuafa, kesehatan, penanganan bencana, pemberdayaan ekonomi masyarakat dan akhlak dengan memperdayakan dan menyinergikan potensi-potensi masyarakat, memberikan produk dan pelayanan berkarakter, meningkatkan pendapatan dan memberikan bantuan sumber pendanaan yang dikemas dengan suatu program yaitu pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan ekonomi melalui program ini merupakan program pemberdayaan ekonomi berbasis kelompok secara komprehensif dan berkelanjutan di sektor pertanian, peternakan, trading, kerajinan, warung sembako, dan lain-lain

Konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat ini tidak hanya sebatas pada dana zakat saja, tetapi merupakan sebuah program bantuan pendayagunaan dana ZIS dan dana sosial lainnya. Untuk pemberdayaan ekonomi berbasis kelompok dengan mengoptimalkan dana-dana *qordhul hasan* atau dana-dana kebajikan didalamnya.

Koperasi yang ada di lembaga juga salah satu faktor pendukung keberhasilan dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan dan baru-baru ini ada koperasi yang disebut “Galery Berkah (Beli Untuk Donasi)” yang mana di koperasi ini tidak jauh berbeda dengan koperasi yang ada pada umumnya. Hanya berbeda di unit usahanya saja, saat ini yang sudah berjalan yaitu baju berkah dan layanan aqiqah siap masak. Untuk keuntungannya dibagi hasil 50% untuk kas LMI dan 50% lagi untuk koperasi, sedangkan untuk bagi hasil anggotanya dibagikan setiap tahun ketika Rapat Anggota Tahunan (RAT), yaitu 30% dari laba yang dihasilkan koperasi selama satu tahun.

Fasilitas yang tersedia di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan juga merupakan faktor pendukung dalam keberhasilan strategi marketing

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

halal dalam meningkatkan jumlah wajib zakatnya. Fasilitas tersebut diantaranya: Majalah Bulanan, layanan Jemput Donasi, Kwitansi ZISWAF standar Kemenag RI, Bukti Setor Zakat Bulanan, Surat Keterangan Pengurangan Pajak (SKPP) bagi wajib pajak, Sertifikat Wakaf (untuk wakaf diatas 1 juta), Berita Penyaluran, Berkontribusi dalam Program Pemberdayaan LMI dan Do'a terbaik dari para *muztahik*.

Simpulan

Strategi marketing halal dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan, yaitu *maintenance donatur* (pelayanan kepada donatur), *foundrising based on community* (strategi dengan langkah-langkah komunitas), *foundrising based on program* (mengenalkan program-program) dan juga menggunakan bauran pemasaran 4P. Mengenalkan berbagai program dan event serta menginformasikan berbagai program-program yang ada dan dilakukan LAZNAS LMI Cabang Bangkalan. Dengan strategi tersebut lembaga mendapatkan kepercayaan dari *muzakki* dan hal tersebut meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan secara bertahap.

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi marketing halal dalam meningkatkan jumlah wajib zakat di LAZNAS LMI Cabang Bangkalan yaitu diantaranya keberadaan lembaga yang strategis, sistem IT yang semakin canggih dalam administrasi keuangan, jaringan ke instansi sudah cukup luas dan fasilitas yang tersedia di lembaga juga merupakan faktor penting dalam keberhasilan dari strategi marketing syariaah yang diterapkan dalam upaya meningkatkan jumlah wajib zakatnya.

Daftar Pustaka

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Halal Teori Dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2017.
- Alma, Buchari dan Donni Juli Riansa. *Marketing Bisnis Halal: Menanamkan Nilai Dan Praktik Halal Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.2014.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Riansa. *Manajemen Bisnis Halal*. Bandung: Alfabeta.2014.

- Arifin, Gus. *Dalil-Dalil Dan Keutamaan Zakat Infaq Sedekah*. Jakarta: PT Gramedia.2011.
- Bahwiyanti dan Sugiannor. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV. Paris Banjar Baru*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. Vol. 4 No. 1 2018, 60. Diakses 22 April 2022.
- Baki. Abdul. *Kewajiban Zakat Dan Hikmah Zakat*. Perpustakaan Nasional RI: Hikam Pustaka.2021.
- Bayanullah, Ikhsan. *Marketing Halal*. Yogyakarta: CV Budi Utama.2019.
- Creswell, Jonh W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2014.
- Jamil. 2012. *Strategi Pemasaran Penghimpunan Dana Zakat, Infaq dan Sedekah Pada Badan Amil Zakat (Studi Kasus Badan Amil Zakat Kabupaten Wonosobo)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.
- Maisarah, Leli. 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. Jurnal At-Tasyri'iy. Vol. 2 No 1. Diakses 23 Februari 2022.
- Marrison. *Penulisan Survey*. Jakarta: Kencana.2012.
- Miftah, Ahmad. 2015. *Mengenal Marketing Halal*. Jurnal Ekonomi Islam. Vol. 6 No. 2. 16. Diakses 21 Februari 2022.
- Mira Apridayanti. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Qurban Pada Lembaga Amil Zakat Swadaya Ummah Pekanbaru*. Skripsi. Jurusan Perbankan Halal Fakultas Halal dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.2013.
- Mohsi, M. (2020). Pendekatan Normatif Dalam Studi Hukum Islam. *ASASI: Journal of Islamic Family Law*, 1(1).
- Nugrahani, Farida. *Metode Penulisan Kualitatif Dala Penulisan Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.2014.
- Radjab, Enny dan Andi Jam'an. *Metodologi Penulisan Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan.2017.
- Sabrina, Mushaf. *Al-Qur'an Terjemah dan Tafsir*. Bandung: Penerbit Marwah.2010.
- Sahroni, Oni Dkk. *Fikih Zakat Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.2020.
- Salim, dan Syahrums. *Metodologi Penulisan Kualitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media.2012.
- Sidiq, Umar dan Miftachul Choiri. *Metode Penulisan Kualitatif Dibidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya.2019.

Marketing Halal Dalam Meningkatkan Jumlah Wajib Zakat

- Sugiyono. *Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.2015.
- Suharsimi. *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Renika Cipta.2014.
- Sutarno. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2012.
- Tafsir, Ahmad. *Materi Pendidikan Agama Islam*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.2012.
- Wida Isma Iva. *Analisis Implementasi Halal Marketing (Studi Kasus AJB Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Yogyakarta. 2015.