

**PENDISTRIBUSIAN DANA ZIS (ZAKAT INFAQ DAN SHADAQAH) DALAM
MENGOPTIMALKAN PERSONAL BRANDING UMKM DI KECAMATAN
KALIBARU (STUDI KASUS DI LAZISMU KECAMATAN KALIBARU)**

¹Muhammad Syafi'i

²Feby Diah Vita Hifaturrisqi

Universitas Muhammadiyah Jember

¹Muhammad.syafii@unmuhjember.ac.id

²febybwi1@gmail.com

ABSTRACT

The obligation of Muslims to improve the economy of their people is through zakat, infaq, and alms. The amil zakat institution has a mandate as a facilitator in the process of collecting, managing, and distributing ZIS funds (zakat infaq and sadaqah). The main economic sector, MSMEs, is a stand-alone business sector with limitations in business branding. The purpose of this study is to describe the collection, management, and distribution of ZIS funds (zakat infaq and sadaqah) by LAZISMU Kalibaru in optimizing the personal branding of SMEs in the Kalibaru District. This research method uses the descriptive qualitative method. The results and conclusions of this study are in the process of collecting ZIS funds (zakat infaq and sadaqah) at LAZISMU Kalibaru in two ways, direct and indirect. The management of ZIS funds (zakat infaq and sadaqah) is intended to improve the welfare of the social life of the community by establishing 10 programs which are divided into two areas, namely social and health. The distribution of ZIS funds in the social sector, including to MSMEs through a branding program in the form of painting and design either in places or business carts, in the LAZISMU Kalibaru branding program has compared 4 MSMEs with businesses in the culinary field. The purpose of this branding program is as a form of concern for LAZISMU Kalibaru in improving and developing the MSMEs' businesses in the Kalibaru sub-district.

Keyword: Distribution, ZIS, Personal Branding.

ABSTRAK

Kewajiban umat islam dalam memperbaiki perekonomian umatnya yaitu dengan cara berzakat infaq dan shadaqah. Lembaga amil zakat mempunyai amanah sebagai fasilitator dalam proses pengumpulan, pengelolaan sampai pendistribusian dana ZIS (zakat infaq dan shadaqah). Sektor perekonomian utamanya UMKM adalah salah satu sektor usaha yang berdiri sendiri dengan keterbatasan dalam membranding usahanya. Tujuan dari penelitian ini menggambarkan pengumpulan, pengelolaan dan pendistribusian hasil dana ZIS (zakat infaq dan shadaqah) oleh LAZISMU Kalibaru dalam mengoptimalkan personal branding UMKM di Kecamatan Kalibaru. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun hasil dan kesimpulan dari penelitian ini adalah dalam proses pengumpulan dana ZIS (zakat infaq dan shadaqah) pada LAZISMU Kalibaru melalui dua cara yaitu langsung dan tidak langsung. Pengelolaan dana ZIS (zakat infaq dan shadaqah) ditujukan untuk mensejahterakan kehidupan sosial masyarakat dengan membentuk 10 program yang dibagi dalam dua bidang yaitu sosial dan kesehatan. Pendistribusian dana ZIS dalam bidang sosial diantaranya pada UMKM melalui program branding dengan bentuk

pengecatan, design baik pada tempat atau gerobak usaha, dalam program branding LAZISMU Kalibaru sudah membranding 4 UMKM dengan usaha dibidang kuliner. Tujuan dari program branding ini sebagai bentuk kepedulian LAZISMU Kalibaru dalam meningkatkan serta mengembanguntuk mengembangkan usaha para UMKM dilingkungan kecamatan Kalibaru.

Kata Kunci: Pendistribusian, ZIS, Personal Branding.

A. PENDAHULUAN

Agama islam menggunakan zakat sebagai media atau cara berbagi dengan sesama umat manusia. Kewajiban berzakat pada rukun iman setelah ibadah shalat, puasa, dan haji, hal dijelaskan dalam Al-Quran surah Surah Al-Baqarah Ayat 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: "Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'" (QS. Al Baqarah:43).

Berputarnya roda kehidupan perekonomian menjadi perhatian untuk menyadarkan kepedulian dan kesediaan kaum kaya untuk memberikan sebagian hak kepada yang membutuhkan. Pembagian zakat yang ada dalam surat At-Taubah ayat 60 yaitu golongan 8 ashnaf saja yaitu (1) orang-orang fakir, (2) orang-orang miskin, (3) pengurus-pengurus zakat, (4) para mu'allaf yang dibujuk hatinya, (5) untuk (memerdekakan) budak, (6) orang-orang yang berhutang, (7) Fiisabilillah (untuk jalan Allah), (8) dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan. Kesejahteraan kaum miskin terbantu dengan adanya program penyaluran zakat produktif, lembaga amal zakat menjadi tempat yang amanah dalam pengumpulan, penyaluran dan pendistribusian zakat. Hal ini berkaitan dengan masalah kemiskinan. Dimana perbaikan ekonomi dengan bantuan zakat dapat mengurangi angka kemiskinan.

Negara Indonesia adalah negara dengan mayoritas umat islam berpotensi dalam mengoptimalkan pendapatan zakat. Namun kenyataan dilapangan dari data kenaikan pendapatan dana zakat realisasinya masih belum berjalan secara optimal. Hal ini dijelaskan pada informasi data dari laman resmi BAZNAZ yang realisasinya masih pada angka Rp71,4 triliun.¹ Lembaga amal zakat terus melakukan sosialisasi agar para muzakki sadar akan pentingnya berzakat. LAZISMU Kalibaru menjadi salah satu lembaga amal yang menyalurkan dana zakat secara produktif dan juga secara konsumtif. Mengeluarkan sebagian harta zakat dengan persyaratan tertentu yang nantinya disalurkan kepada kelompok tertentu

¹ <https://baznas.go.id/>

seperti (mustahiq).² Salah satu golongan atau kelompok yang mendapatkan bantuan dana produktif ZIS (zakat infaq dan shadaqah) dari LAZISMU Kalibaru adalah sektor UMKM. Salah satu kendala UMKM untuk mengembangkan usahanya disamping terkendala dalam perosalan dana ada juga kendala lain yaitu dalam hal branding usaha. Hal yang dilakukan oleh LAZISMU Kalibaru adalah dengan berinovasi melalui program pengecatan gerobak usaha, tempat usaha dan design tempat usaha yang nantinya diharapkan program tersebut dapat membantu dalam hal pengembangan usaha yang dijalankan.

Berdasarkan latar belakang singkat diatas, maka dapat dibahas beberapa hal tentang rumusan masalah yang nantinya menjadi pijakan bagi peneliti dalam menemukan hasil penelitian yang ingin dihasilkan. Rumusan masalah tersebut antara lain: *Pertama*, membahas tentang bagaimana Bentuk Pengumpulan Dana ZIS (Zakat Infaq Dan Shadaqah) Di LAZISMU Kecamatan Kalibaru?. *Kedua*, Bagaimana Bentuk Pengelolaan Dana ZIS (Zakat Infaq Dan Shadaqah) Di LAZISMU Kecamatan Kalibaru?. *Ketiga*, Bagaimana Bentuk Pendistribusian Dana ZIS (Zakat Infaq Shadaqoh) Dalam Mengoptimalkan Personal Branding UMKM Di Kecamatan Kalibaru?.

Hasil penelitian diharapkan membawa manfaat baik dalam tataran teoritik ataupun dalam tataran praktik. Dalam hal tataran teoritik hasil penelitian diharapkan bermanfaat untuk pengembangan pembahasan materi tentang pendistribusian dana ZIS (zakat infaq dan shadaqah) dengan model personal branding pada UMKM. Manfaat kedua bersifat praktik, artinya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pendistribusian dana ZIS dalam pengoptimalan bidang usaha khususnya dalam branding UMKM, baik pada lembaga LAZISMU ataupun bagi para peneliti selanjutnya.

Keterbaruan dari penelitian ini terletak pada obyek atau sasaran pendistribusian dana zakat, yang pada umumnya dana zakat produktif disalurkan pada sektor usaha dalam bentuk bantuan modal, dalam penelitian ini bantuan tidak hanya diberikan dalam bentuk bantuan modal, akan tetapi diberikan juga dalam bentuk jasa, yaitu dalam hal branding usaha (pengecatan dan design tempat usaha).

² Ruslan Abdul Ghofur Noor. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003). Vol 1 Hal 56.

B. LANDASAN TEORI

1. Konsep Distribusi

Pendistribusian berasal dari kata distribusi. Prosedur pendistribusian harus tepat sasaran. Sehingga pada konsep distribusi landasan penting yang dijadikan pegangan yakni agar kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja. Pendistribusian zakat dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperhatikan prinsip pemerataan, keadilan dan kewilayahan.³ Pendistribusian zakat tercantum dalam ayat Al Quran surat At Taubah ayat 60 :

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ، فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana ” (QS.At Taubah: 60).

Hasil pengumpulan dana ZIS jika dikelola dengan baik akan terdistribusi kepada umat yang benar – benar membutuhkan. Macam – macam pendistribusian zakat dibagi menjadi 4 yaitu⁴:

- 1) Distribusi bersifat konsumtif tradisional adalah zakat diberikan kepada para mustahiq yang murni digunakan untuk langsung dikonsumsi. Untuk dibagikan kepada para korban bencana alam. Dalam hal ini ZIS diberikan untuk menyantuni fakir, yatim piatu, kepada mereka diberikan dalam bentuk uang sesuai dengan kebutuhan mereka misalnya bantuan beasiswa. Pemberian bentuk ini karena tidak mungkin lagi kepada mereka diberi dalam bentuk produktif.
- 2) Distribusi bersifat konsumtif kreatif adalah zakat yang diberikan kepada mustahiq tidak dalam bentuk harta zakat yang lebih bermanfaat. Seperti bentuk alat - alat sekolah, beasiswa bagi orang tidak mampu dan lain sebagainya. Dengan pemberian ini maka penyaluran dana ZIS tepat mengenai pada sasaran.
- 3) Distribusi bersifat produktif tradisional adalah zakat yang diberikan dalam bentuk barang-barang yang produktif. seperti kambing, sapi, dan lainnya. Pemberian dalam

³ Undang - Undang No. 23 Tahun 2011

⁴ Muhammad Syafi'i. *Manajemen Pendistribusian Zakat Produktif Berdasarkan Akad Syar'i Dalam Mengembangkan UMKM Di Baznas Kabupaten Jember 2018-2019*, (Jember: At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah. 2019) Vol 1 Hal 12.

bentuk ini akan menciptakan suatu usaha yang membuka lapangan kerja bagi fakir miskin.

- 4) Distribusi dalam bentuk produktif kreatif adalah zakat yang diwujudkan dalam bentuk bantuan dana produktif yang diperuntukkan bagi mustahiq yang dikategorikan sebagai fakir miskin yang memiliki usaha kecil-kecilan. Sebagai modal tambahan atau fakir miskin yang ingin membuka usaha namun tidak memiliki modal ataupun sudah memiliki usaha tapi belum bisa berkembang dalam bentuk permodalan baik untuk membangun proyek sosial atau menambah modal pedagang pengusaha kecil.

2. Zakat

Zakat diperuntukkan sebagai sarana untuk mensucikan harta. Karena sebagian harta yang dimiliki oleh manusia muslim untuk diberikan kepada sesama umat muslim yang lain yang menjadi hak dengan tujuan dan dengan adanya syarat tertentu yang wajib untuk mendapatkan rahmat dari Allah. Macam-macam zakat ada 2 yaitu zakat fitrah yang dikeluarkan setiap bulan puasa Ramadhan berupa beras ataupun uang dengan takaran yang sudah ditentukan dan zakat mall yang didapat dari menyisihkan sebagian harta untuk diberikan kepada yang membutuhkan. Perintah berzakat tercantum dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 277 :

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. (Al-Baqarah 277).

3. Infaq

Infaq berupa sumbangan seikhlasnya yang diberikan untuk kemaslahatan umat muslim. Berasaskan kebaikan infaq dikeluarkan dengan dilandasi keikhlasan untuk masyarakat yang membutuhkan. Perbedaan zakat dan infaq yaitu jika zakat memiliki nishab sedangkan infaq tidak memakai syariat nishab.⁵ Perintah berinfaq tercantum dalam Al Quran Surat Ali Imran ayat 134 :

⁵ Nasution dkk. *Kajian Strategi Zakat, Infaq Dan Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat*. (Jurnal Ekonomi Bisnis Islam. Sulawesi Tenggara: Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka. 2017) Vol 1 Hal 24

يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرِّ وَآءِ الْكَاطِمِينَ الْغَيْظَ عَنِفِينَ عَافِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ
الَّذِينَ

Artinya :“(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema'afkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan”. (QS. Ali-Imran : 134).

4. Shadaqah

Shadaqah merupakan sebagian dari harta yang diamankan untuk sesama yang membutuhkan. Perintah bershadaqah tercantum dalam Al Quran surah Al Baqarah ayat 271:

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِّنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: Jika kamu menampakkan sedekah-sedekahmu, maka itu baik. Dan jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang fakir, maka itu lebih baik bagimu dan Allah akan menghapus sebagian kesalahan-kesalahanmu. Dan Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan.(Al Baqarah ayat 271).

Pengertian lain shadaqah adalah suatu pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi waktu dan jumlah tertentu, suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai suatu kebajikan yang mengharap ridho Allah SWT dan pahala semata.⁶

5. UMKM

Pengertian UMKM merupakan suatu usaha individu maupun kelompok yang berdiri dengan keterbatasan baik upaya maupun modal. Dilihat dari sisi ekonomi islam UMKM ialah salah satu usaha umat muslim untuk mengerjakan ibadah untuk mensejahterakan kehidupan perekonomiannya.⁷ Seperti yang telah dicantumkan dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam QS At Taubah ayat 105 :

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

⁶ Mursyid, *Mekanisme Pengumpulan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah : Menurut Hukum Syara' Dan Undang – Undang*, (Magister Insania Press, Yogyakarta. 2006) Vol 1 Hal 9

⁷ Alfian, Candra, dan Titin Sumarni. "Analisis Peran Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Mensejahterakan Masyarakat di Desa Wonosari Kecamatan Bengkalis." (Bertuah: Journal of Sharia and Islamic Economics. 2020) Vol 1 Hal 149

Artinya: Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." (At Taubah ayat 105).

Macam – macam UMKM dibagi menjadi 3 yaitu⁸ :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro.
- 2) Usaha Kecil usaha adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

6. Branding

Branding merupakan hal penting dalam usaha. Pengertian branding adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing.⁹ Branding ditujukan untuk membedakan dan menonjolkan ciri khas dari produk yang lain melalui pesan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan jenis – jenis branding yaitu: ¹⁰

1) Product Branding

Product Branding adalah istilah yang digunakan untuk masing – masing produk yang memiliki brandingnya sendiri. Strategi menyamakan atau bahkan tidak mencantumkan nama perusahaan atau hampir tidak ada. Ini memberikan kesempatan brand memiliki nilai, kepribadian identitas serta posisi yang unik. Product branding memudahkan perusahaan mengevaluasi kinerja brand. Product branding cenderung mahal karena biaya iklan dan promosi tidak dapat dibagi dan produk itu memiliki keunggulan yang kompetitif dipasar. Kebanyakan produk yang beredar dipasaran adalah product branding.

2) Personal Branding

⁸ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah,

⁹ Kotler, K. *Manajemen Pemasaran* 1. Edisi ketiga belas. (Jakarta: Erlangga. 2009) Hal 332

¹⁰ Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. (Universitas Brawijaya Press. 2020) Hal 15 -16

Personal Branding biasanya digunakan oleh seseorang untuk mengangkat atau menaikkan citranya agar semakin memiliki citra baik di masyarakat. Dampak personal branding juga mampu mendorong seseorang dalam peningkatan karir seseorang maupun perusahaan. Hal ini bisa dilakukan melalui berbagai media yang ada seperti website, instagram, facebook isi yang dibuat harus konsisten dengan karakter yang akan dimunculkan.

3) Corporate Branding

Corporate branding dilakukan oleh perusahaan biasanya untuk meningkatkan reputasinya. Biasanya didalam corporate branding nama perusahaan dijadikan brand sedangkan produk cenderung lebih banyak dijelaskan dalam bentuk istilah atau huruf. Contohnya dalam bidang otomotif misalnya BMW. Corporate branding memberikan kekuatan nilai disetiap produk serta menghemat biaya pengiklanan. Saat konsumen tidak dapat melihat produknya, corporate branding membantu memberikan mereka jaminan kualitas, nilai dan keaslian. Corporate Branding yang bertujuan mendorong konsumen agar lebih memilih produk yang dimiliki perusahaan daripada produk pesaing.

4) House Branding

House Branding menggabungkan antara corporate branding dan product branding, biasanya nama perusahaan ditempatkan disamping nama brand produk. Hal ini dilakukan untuk menempatkan produk pada brand pada perusahaan yang sebelumnya telah memiliki reputasi bagus. House branding membantu pengenalan produk baru yang masih sulit memasuki pasar.

5) Nation Branding

Nation Branding merupakan upaya untuk membuat suatu negara menjadi unik dan memastikan image – image unik tersebut menjangkau dan membenam dibenak kelompok sasaran. Nation branding melibatkan promosi citra bangsa kepada audiens internasional untuk mendapatkan keuntungan bagi suatu negara baik politik, sosial dan ekonomi dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yang membahas tentang pendistribusian dana ZIS. Pertama penelitian yang dilakukan oleh M. Iqbal Ardiansyah berupa skripsi dengan judul “Pendistribusian Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (LAZIS) Al-Wasi’i Universitas Lampung” bertujuan membahas tentang

pendistribusian ZIS secara menyeluruh dari 8 asnaf sesuai Al Quran sedangkan penelitian ini fokus pada UMKM yang membutuhkan personal branding.¹¹ Kedua penelitian yang dilakukan oleh Wahyuddin Maguni dengan judul penelitian “Peran Fungsi Manajemen Dalam Pendistribusian Zakat : Distribusi Zakat Dari Muzakki Ke Mustahik Pada (Badan Amil Zakat) BAZ”, bertujuan membahas tentang fokus pada fungsi manajemen dari badan amil zakat sebagai lembaga resmi dalam penghimpunan dan pendistribusian zakat. Sedangkan penelitian ini membahas tentang program dari pendistribusian zakat berupa inovasi personal branding pada UMKM¹². Ketiga penelitian yang dilakukan oleh M. Samsul Haidir dengan judul “Revitalisasi Pendistribusian Zakat Produktif Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Era Modern”, bertujuan membahas tentang proses pendistribusian zakat pada masyarakat saja, sedangkan penelitian ini membahas tentang pendistribusian dana ZIS yang dikelola LAZISMU dengan memberikan personal branding bagi UMKM untuk meningkatkan perkembangan usahanya.¹³ Keempat penelitian yang dilakukan oleh Hamang dan Anwar dengan judul penelitian “Potensi Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Dalam Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di LAZISMU Kota Parepare”, bertujuan membahas tentang program pendistribusian dana ZIS pada UMKM berupa penyaluran dana sedangkan penelitian ini berfokus pada pendistribusian dana ZIS berupa program personal branding.¹⁴

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian pada lembaga amil zakat LAZISMU yang bertempat di Masjid Al-Ihsan berlokasi di Jalan Lapangan Gunung Trisno no.1 Kalibaru Wetan, Kecamatan Kalibaru, Dusun Krajan, Banyuwangi, Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Sumber data menggunakan data primer melalui wawancara dengan pihak LAZISMU dan UMKM data sekunder diperoleh dari hasil dokumentasi. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Alat analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

¹¹ M Iqbal, Ardiansyah. *Pendistribusian Pendistribusian Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (LAZIS) Al-Wasi'i Universitas Lampung*. (Doctoral Dissertatiom, UIN Raden Intan Lampung. 2018). Hal 63

¹² Wahyudi Mangguni. *Peran Fungsi Manajemen Dalam Pendistribusian Zakat : Distribusi Zakat Dari Muzakki Ke Mustahik Pada (Badan Amil Zakat) BAZ*. (Al-'Adl, 2013) Vol 6(1), Hal 157-183

¹³ M. Samsul Haidir. *Revitalisasi Pendistribusian Zakat Produktif Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Era Modern*. (Muqtasid: Jurnal Ekonomi dsn Perbankan Syariah, 2019) Vol 10.(1) Hal 57 - 68

¹⁴ M. Nasri Hamang dan Munawwir Anwar. *Potensi Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Dalam Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di LAZISMU Kota Parepare*. (Jurnal Al – Ibrah,2019) Vol 8(1), 129 -143.

D. HASIL

Hasil penelitian yang telah dilakukan LAZISMU Kalibaru didirikan pada tanggal 18 Juni 2017. Dilatarbelakangi oleh dua faktor yang pertama taraf perekonomian masyarakat yang masih rendah. Kedua dengan adanya lembaga zakat yang resmi diharapkan dapat menjadi sumbangsih dan dapat mendorong perbaikan taraf perekonomian masyarakat. Untuk visi dan misi LAZISMU Kalibaru dengan Visi Menjadi Lembaga Amil Zakat Terpercaya dan juga mempunyai Misi yaitu Optimalisasi kualitas pengelolaan ZIS yang amanah, profesional dan transparan, Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif, dan Optimalisasi pelayanan donatur.¹⁵

1. Pengumpulan Dana ZIS (Zakat Infaq Dan Shadaqah) Di LAZISMU Kecamatan Kalibaru

Pengumpulan dana ZIS pada LAZISMU Kalibaru menggunakan 2 cara yaitu secara langsung dan tidak langsung. Terkumpulnya dana ZIS ini nantinya dibagikan sesuai 8 asnaf terutama untuk fakir miskin. Hasil dana ZIS (zakat infaq shadaqah) yang sudah terkumpul pada LAZISMU Kalibaru dari tahun 2018 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan dan dijelaskan dalam bentuk tabel berikut :

Gambar 1

Tabel penerimaan dana ZIS LAZISMU Kalibaru tahun 2018 -2022

No	Tahun	Penerimaan
1.	2018	Rp. 27.029.000
2.	2019	Rp. 49.628.000
3.	2020	Rp. 61.546.640
4.	2021	Rp. 64.301.716
5.	2022	Rp. 102.137.072

2. Pengelolaan Dana ZIS (Zakat Infaq Dan Shadaqah) Di LAZISMU Kecamatan Kalibaru

Pengelolaan hasil dana ZIS dibentuk dalam 10 program sosial dan kesehatan. program yang sudah berjalan dengan baik. Pengelompokan program tersebut meliputi bidang sosial seperti Pembagian Sembako Dan Dana Segar Kepada Janda Dan Duda Yang Sudah Sepuh, Santunan Anak Yatim Piatu, Berbagi Sayur Gratis Setiap Jumat, Pembagian Zakat Fitrah Setiap Idul Fitri, Pembagian Daging Hewan Qurban, Menyiapkan Dan

¹⁵ www.lazismu.org

Menyediakan KAMBINGMU Untuk Qurban, Prasmanan Berkah Setiap Jumat Untuk Jamaah Sholat Jumat Masjid AL IHSAN, Kegiatan 1 Muharram Khitan Berkah (Kondisional), Paket berkah dan bidang kesehatan yaitu Donor darah. Dengan adanya program yang terbentuk dan sudah terlaksana diharapkan LAZISMU Kalibaru dapat mengelola dana ZIS lebih baik lagi melalui program yang ada.

3. Pendistribusian Dana ZIS (Zakat Infaq Shadaqoh) Dalam Mengoptimalkan Personal Branding UMKM Di Kecamatan Kalibaru

Bentuk progres dari program personal branding LAZISMU Kalibaru pada UMKM antara lain melalui Pendekatan, Survei UMKM, Proses Branding dan Controlling atau evaluasi. Pendistribusian dana ZIS melalui program personal branding sudah membranding 4 UMKM. Berikut gambar tabel UMKM yang telah menerima program branding usaha:

Gambar 2

Daftar UMKM yang telah menerima program personal branding LAZISMU Kalibaru

No	Nama Usaha	Jenis Usaha	Bentuk Branding	Waktu branding
1.	Lesehan Lia Barokah	Kuliner	1. Cat 2. Banner	15 Januari 2021
2.	Sate Ayam Pak Imam	Kuliner	1. Cat 2. Banner	8 April 2021
3.	Cilok Pak Rudi	Kuliner	1. Cat 2. Banner	21 Agustus 2021
4.	Kedai Meratu	Kuliner	1. Cat 2. Banner	16 Desember 2021

Dari beberapa UMKM yang mendapat program personal branding merupakan usaha dibidang kuliner. Latar belakang dari program personal branding pada UMKM Alasan utamanya karena UMKM yang mempunyai dampak secara langsung pada perekonomian keluarga dan UMKM membutuhkan branding. Dampak positif yang dirasakan para UMKM dapat membantu perkembangan perekonomian usaha.

E. PEMBAHASAN

1. Bentuk Pengumpulan Dana ZIS (Zakat Infaq Dan Shadaqah) Di LAZISMU Kecamatan Kalibaru

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pengumpulan dana ZIS LAZISMU Kalibaru didasarkan pada dua cara secara langsung dengan proses penerimaan secara langsung melalui panitia penerima zakat selama bulan ramadhan. Cara tidak langsung pengumpulan zakat dilakukan via transfer melalui rekening yang telah disediakan juga melalui fasilitas menjemput zakat untuk memudahkan para donatur. Dengan keamanahan LAZISMU Kalibaru dalam prose pengumpulan dana ZIS perolehan penerimaan dana ZIS meningkat dari tahun ketahun.

2. Bentuk Pengelolaan Dana ZIS (Zakat Infaq Dan Shadaqah) Di LAZISMU Kecamatan Kalibaru

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengelolaan dana ZIS pada LAZISMU Kalibaru membentuk beberapa program sesuai dengan keperluan mustahik (konsumtif dan produktif). Melalui 10 program di bidang sosial yaitu :

1) Pembagian Sembako Dan Dana Segar Kepada Janda Dan Duda Yang Sudah Sepuh

Bentuk program yang masuk agenda bulanan dengan bentuk pemberian sembako dan uang tunai Rp. 200.000 setiap bulan. Tujuan dari program ini sebagai bentuk kepedulian LAZISMU Kalibaru pada janda dan duda yang sudah sepuh.

2) Santunan Anak Yatim Piatu

Bentuk program pemberian bingkisan dan uang tunai kepada anak – anak disekitar Kecamatan Kalibaru dengan agenda tahunan. Tujuan dari program ini untuk memuliakan anak yatim piatu.

3) Berbagi Sayur Gratis Setiap Jumat

Bentuk program dengan memberi paket sayur gratis kepada masyarakat disetiap desa di Kecamatan Kalibaru. Pelaksanaannya diagendakan setiap minggu pada hari jumat. Tujuan dari program ini sebagai bentuk kepedulian LAZISMU Kalibaru khususnya bagi ibu – ibu rumah tangga untuk menyediakan kebutuhan bahan makanan.

4) Pembagian Zakat Fitrah Setiap Idul Fitri

Bentuk program wajib pada LAZISMU Kalibaru. Karena tujuan adanya LAZISMU Kalibaru sebagai lembaga resmi untuk penerimaan dan penyaluran ZIS (zakat, infaq dan shadaqah). Pembagian zakat fitrah dibagikan merata sesuai 8 asnaf.

5) Pembagian Daging Hewan Qurban

Bentuk program tahunan menjelang hari raya idul adha. Pembagian daging qurban kambing maupun sapi ditujukan untuk ketahanan pangan masyarakat

6) Menyiapkan Dan Menyediakan KAMBINGMU Untuk Qurban

Bentuk program tahunan pendukung di hari raya idul adha. LAZISMU Kalibaru melalui program KAMBINGMU menyediakan kambing untuk memfasilitasi para donatur.

7) Prasmanan Berkah Setiap Jumat Untuk Jamaah Sholat Jumat Masjid AL IHSAN

Bentuk program mingguan yang dilaksanakan setiap hari jumat. LAZISMU Kalibaru menyediakan makan siang bagi para jamaah sholat jumat. Tujuan dari program ini sebagai wujud amal bagi sesama jamaah.

8) Kegiatan 1 Muharram Khitan Berkah (Kondisional)

Bentuk program tahunan LAZISMU Kalibaru untuk memfasilitasi anak – anak yang ingin berkhitan gratis.

9) Paket berkah

Bentuk program kepedulian dengan bantuan sembako bagi masyarakat terdampak wabah covid 19.

10) Dan bidang kesehatan yaitu Donor darah.

Bentuk program kesehatan dengan tujuan memfasilitasi masyarakat yang ingin mendonorkan darah.

Dengan pengelolaan yang baik dan terorganisir suatu program akan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Program yang sudah dibentuk bertujuan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat.

3. Bentuk Pendistribusian Dana ZIS (Zakat Infaq Shadaqoh) Dalam Mengoptimalkan Personal Branding UMKM Di Kecamatan Kalibaru

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pendistribusian Dana ZIS (Zakat Infaq Shadaqoh) Dalam Mengoptimalkan Personal Branding UMKM Di Kecamatan Kalibaru. Temuan penelitian yang ditemukan pada proses program personal branding menggunakan 4 tahap yaitu tahap pendekatan dimana pihak LAZISMU Kalibaru membangun komunikasi terhadap para UMKM jika UMKM bersedia selanjutnya tahap survei untuk meninjau secara langsung branding apa saja yang dibutuhkan. Setelah proses survei selesai dilanjutkan dengan proses branding usaha waktu merupakan sebuah patokan agar proses branding sesuai yang telah direncanakan. Karena proses branding usaha memerlukan waktu yang berbeda beda kisaran 3 sampai 5 hari. Setelah proses branding selesai proses yang terakhir adalah evaluasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Bantuan dana juga

diberikan setelah mendapat program branding kisaran Rp. 250.000 sampai Rp. 500.000 tergantung kebutuhan UMKM.

Dari hasil wawancara yang dilakukan para UMKM sangat terbantu dengan program ini karena dengan keterbatasan modal yang dimiliki mereka kesulitan untuk membranding usahanya. Para UMKM sudah merasakan manfaat dari program ini sehingga peningkatan ekonomi mulai berkembang. LAZISMU Kalibaru terus mengembangkan program personal branding untuk mengembangkan usaha para UMKM. Adapun wacana kedepannya yang akan dilakukan LAZISMU Kalibaru untuk menyiapkan gerobak usaha bagi UMKM yang akan memulai usaha. Dan juga akan menggiatkan pelatihan untuk para UMKM untuk menambah wawasan tentang berniaga.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa LAZISMU Kalibaru Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada LAZISMU Kalibaru maka hasil penelitian yang penulis lakukan sebagai berikut :

1. Pengumpulan dana ZIS yang dilakukan LAZISMU Kalibaru dengan 2 cara yaitu dengan cara langsung dan tidak langsung. Dua cara ini dilakukan untuk meningkatkan perolehan dana ZIS. Perolehan dana ZIS dari tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan peningkatan. LAZISMU Kalibaru sudah menjalankan tugasnya dengan baik. Sehingga LAZISMU Kalibaru dapat menyalurkan zakat dan dapat mensejahterakan mustahiq.
2. Pengelolaan dana ZIS pada LAZISMU Kalibaru sudah sangat bagus. Dengan inovasi program – program yang mendedikasikan untuk kesejahteraan umat. Dan juga para pelaku usaha (UMKM). Hal ini terbukti dengan 10 program yang sudah dijalankan yaitu dibidang sosial Pembagian Sembako Dan Dana Segar Kepada Janda Dan Duda Yang Sudah Sepuh, Santunan Anak Yatim Piatu, Berbagi Sayur Gratis Setiap Jumat, Pembagian Zakat Fitrah Setiap Idul Fitri, Pembagian Daging Hewan Qurban, Menyiapkan Dan Menyediakan KAMBINGMU Untuk Qurban, Prasmanan Berkah Setiap Jumat Untuk Jamaah Sholat Jumat Masjid AL IHSAN, Kegiatan 1 Muharram Khitan Berkah (Kondisional), Paket berkah dan bidang kesehatan yaitu Donor darah.
3. Pendistribusian dana ZIS yang didistribusikan pada UMKM dengan program personal branding sangat bermanfaat bagi perkembangan usaha. Namun program ini adalah program yang masih kondisional, dan belum optimal karena melihat jumlah penerima program ini masih minim.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, Fauzul Mizanul, and Raditya Sukmana. 2020. *Pengumpulan Dan Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shodaqoh (Lazis Muhammadiyah Lamongan)*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan.
- Alfian, Candra, dan Titin Sumarni. 2020. *Analisis Peran Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Mensejahterakan Masyarakat di Desa Wonosari Kecamatan Bengkalis*. Bertuah: Journal of Sharia and Islamic Economics. Vol 1 Hal 149.
- Anwar, Munawwir. Dan M. Nasri Hamang.2019. *Potensi Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Dalam Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di LAZISMU Kota Parepare*. Jurnal Al – Ibrah,2019 Vol 8 No.1, Hal 129 -143.
- Haidir, M. Samsul. 2019. *Revitalisasi Pendistribusian Zakat Produktif Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Era Modern*. Muqtasid: Jurnal Ekonomi dsn Perbankan Syariah, Vol 10 No.1. Hal 57 - 68
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran* 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga. Hal 332.
- M Iqbal, Ardiansyah. 2018. *Pendistribusian Pendistribusian Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (LAZIS) Al-Wasi'i Universitas Lampung*. (Doctoral Dissertatiom, UIN Raden Intan Lampung).
- Mangguni, Wahyudi.2013.*Peran Fungsi Manajemen Dalam Pendistribusian Zakat : Distribusi Zakat Dari Muzakki Ke Mustahik Pada (Badan Amil Zakat) BAZ*. Al-‘Adl, Vol 6 No.1, Hal 157-183
- Mursyid. 2006. *Mekanisme Pengumpulan Zakat,Infaq,Dan Shadaqah : Menurut Hukum Syara' Dan Undang – Undang*, Magister Insania Press, Yogyakarta. Vol 1 Hal 9.
- Nasution dkk. 2017. *Kajian Strategi Zakat, Infaq Dan Shadaqah Dalam Pemberdayaan Umat*. Jurnal Ekonomi Bisnis Islam. Sulawesi Tenggara: Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka. Vol 1 Hal 24.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. 2020. *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press. Hal 15 -16
- Ruslan Abdul Ghofur Noor. 2003. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.Vol 1 Hal 56.
- Syafi'i Muhammad. 2019. *Manajemen Pendistribusian Zakat Produktif Berdasarkan Akad Syar'i Dalam Mengembangkan UMKM Di Baznas Kabupaten Jember 2018-2019*, Jember: At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah. Vol 1 Hal 12.

Undang - Undang No. 23 Tahun 2011

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Website

<https://baznas.go.id/>

www.lazismu.org