

**STRATEGI KOMUNIKASI BAITUL MAL ACEH BESAR
DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN ZAKAT**

(STUDI KASUS DI KECAMATAN DARUSSALAM)

SKRIPSI

Diajukan Oleh

ZAHRINA

NIM. 410905657

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1437 H / 2016 M**

SKRIPSI

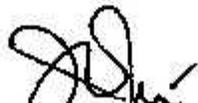
**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**ZAHRINA
NIM. 410905657**

Disetujui Oleh:

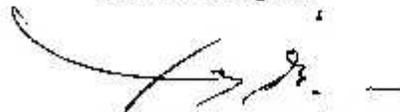
Pembimbing I,



Dr. Jasafat, M. A

NIP. 196312311994021 001

Pembimbing II,



Taufik, SE. Ak. M. Ed

NIP. 197705102009011013

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**ZAHRINA
NIM. 410905657**

Pada Hari/Tanggal

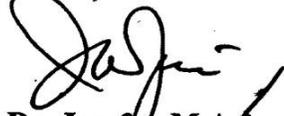
**Senin, 15 Februari 2016 M
6 Jumadil Awwal 1437 H**

di

Darussalam-Banda Aceh

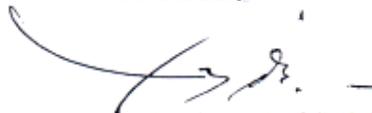
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



**Dr. Jasafat, M.A.
NIP. 196312311994021001**

Sekretaris,



**Taufik, SE. Ak., M. Ed
NIP. 197705102009011013**

Anggota I,



**Drs. H. M. Sufi Abd. Muthalib, M.Pd
NIP. 195212121980031006**

Anggota II,



**Dr. Abizal M. Yati, Lc., M.A
NIP. -**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

Dr. A. Rani, M.Si

NIP. 19631231993031035

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah swt yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "STRATEGI KOMUNIKASI BAITUL MAL ACEH BESAR DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN ZAKAT (STUDI KASUS DI KECAMATAN DARUSSALAM)".

Shalawat dan Salam penulis sampaikan kepada baginda Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu 'alaihi Wasallam beserta keluarga dan para sahabat beliau yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah ke alam Islamiah dan berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan hingga saat ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, banyak pihak telah member bantuan baik moril maupun spiritual. Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Orang tua tercinta, ayahanda Saad Zaghlul Pasha yang selalu membimbingku dalam menjalani kehidupan ini, serta Ibunda Anisah almarhumah (semoga tenang di sisiNya) yang telah membesarkan dan mendidikku dengan penuh cinta dan kasih sayang, kakakku Rini yang menjadi motivator hidupku dan guru kehidupanku selama ini, abangku Roni yang selalu mendukung dan membantuku secara materil, adikku Rani yang melepaslelahku dengan canda dan tawanya.

2. Dengan hormat dan penuh penghargaan penulis ucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya ditujukan kepada Bapak Dr. Jasafat, M.A sebagai pembimbing pertama, dan Bapak Taufik, SE. Ak., M. Ed. Selaku pembimbing kedua yang telah membimbing, membantu dan mengarahkan penulis mulai dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Kemudian ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Bapak Dekan Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry, ketua Jurusan KPI, seluruh dosen beserta para staff Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry
4. Kepada Baitul Mal Aceh Besar, baik pimpinan maupun seluruh staff karyawan/karyawati, khususnya kepada kak Falaura yang telah banyak membantu dalam melengkapi data penelitian, dan juga kepada seluruh masyarakat Kecamatan Darussalam Aceh Besar atas kerja sama dan bantuannya dalam melengkapi data wawancara yang penulis butuhkan untuk penulisan skripsi ini, tak lupa pula kepada pak Sayed Muhammad Husen, pak Raju, juga kepada saudaraku bang Fuji selaku pegawai di kantor Baitul Mal Propinsi Aceh yang telah membantu penulis mendapatkan data awal dan referensi dalam penulisan ini.
5. Perpustakaan Fakultas Dakwah, perpustakaan UIN Ar-Raniry, perpustakaan Wilayah Aceh, perpustakaan Mesjid Raya Baiturrahman, perpustakaan Taman Sari, Kantor Arsip dan Perpustakaan Kota Banda Aceh yang telah memberikan kemudahan dalam pencarian referensi dalam mendukung penulisan skripsi ini.

6. Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh rekan-rekan seperjuangan pada Program Sarjana Strata satu (S1) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Prodi komunikasi dan Prodi Jurnalistik angkatan 2009, teman-temanku Maria, Syu, dan *The Gank* Nenek (Zahra, Siti, Risma, Nova) yang terus menasihati dan memotivasiku tanpa henti, kalian telah menjadi teman terbaikku selama ini dan juga kakak-kakak angkatan 2008 yang selalu menginspirasi penulis.
7. Serta untuk sahabat-sahabat terbaikku di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Keputrian dan LDK Ar-Risalah di UIN Ar-Raniry atas segala semangat dan motivasi yang diberikan kepada penulis serta bantuan baik moril maupun spiritual selama masa perkuliahan.
8. Kepada semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan namanya satu persatu disini, semoga amal baiknya mendapat pahala dari Allah *Subhanahu wata'ala*.

Skripsi ini hanyalah sebuah karya sederhana yang barang kali masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangatlah diharapkan. Akhirnya penulis mengharapkan agar karya ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. *Aamiin Yaa Rabbal'alamin*.

Banda Aceh, 15 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Penjelasan Konsep/Istilah Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	8
A. Kajian Riset Sebelumnya.....	8
B. Komunikasi.....	11
1. Pengertian, Fungsi, dan Unsur-Unsur komunikasi.....	11
C. Strategi Komunikasi.....	14
1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	14
2. Tujuan Strategi Komunikasi.....	17
3. Tahapan Strategi Komunikasi	18
4. Strategi komunikasi efektif.....	23
D. Aspek Komunikasi dalam Sosialisasi.....	26

E. Media Sebagai Sarana Komunikasi Publik	30
1. Pengertian, Unsur-Unsur, Dan Fungsi Media	30
2. Efektifitas Media Sebagai Strategi Komunikasi.....	35
F. Tinjauan Umum Tentang Zakat.....	38
1. Pengertian, Syarat Wajib, Dan Macam-Macam Zakat	38
2. Pengelolaan zakat pada masa Rasulullah dan khulafaurrasyyidin	48
G. Baitul Mal Sebagai Sarana Pelayanan	52
1. Prinsip-Prinsip Pelayanan Baitul Mal.....	54
2. Objek Pelayanan Baitul Mal.....	57
3. Qanun Aceh Tentang Baitul Mal.....	62
BAB III METODE PENELITIAN	65
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	65
B. Subjek dan Lokasi Penelitian	66
C. Teknik Pengumpulan Data	67
D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
1. Gambaran Umum Wilayah Kecamatan Darussalam.....	71
2. Baitul Mal Aceh Besar (BMAB)	72
B. Hasil penelitian	88
1. Strategi Komunikasi BMAB	88
2. Keefektifan Strategi Komunikasi BMAB dan pengaruhnya terhadap masyarakat kecamatan Darussalam	97
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA 109

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Kumpulan Riset Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Tentang Baitul Mal.....	8
Tabel II.2 Ketentuan Zakat Unta.....	43
Tabel II.3 Ketentuan Zakat Sapi	44
Tabel II.4 Ketentuan Zakat Kambing.....	45
Tabel II.5 Klasifikasi Pendistribusian Zakat Pada Masa Umar Bin Khattab	50
Tabel IV.1 Data Geografis Kecamatan Darussalam	70
Tabel IV.2 Kemukiman dan Gampong Kecamatan Darussalam	71
Tabel IV.3 Program dan Realisasi ZIS (Zakat, Infaq, Dan Sadaqah) Baitul Mal Aceh Besar 2015.....	86
Tabel IV.4 Target dan Jumlah Penerimaan ZIS Baitul Mal Aceh Besar 2015	89
Tabel IV.5 Rekapitulasi Penerimaan ZIS Baitul Mal Aceh Besar Tahun Anggaran 2015	89
Tabel IV.6 Rincian Gaji PNS Yang Dipungut Zakatnya 2,5% Setiap Bulan	90
Tabel IV.7 Rincian Pemotongan Infaq Berdasarkan Surat Perintah Membayar (SPM)	91

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

	Halaman
Bagan II.1 Komunikasi dan Tahapan Strategi Komunikasi.....	22
Bagan II.2 Model Komunikasi Harol D Laswell	24
Bagan IV.1 Sistem Pengumpulan Zakat Melalui Penjemputan Langsung	92

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Tentang Pembimbing Skripsi Mahasiswa
2. Surat Penelitian Ilmiah Mahasiswa
3. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian Dari Baitul Mal Aceh Besar Dan Kecamatan Darussalam Aceh Besar
4. Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 Tentang Baitul Mal
5. Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “*Strategi Komunikasi Baitul Mal Aceh Besar dalam Peningkatan Penerimaan Zakat (Studi Kasus Kecamatan Darussalam)*”. Baitul Mal Aceh Besar merupakan lembaga pengelola zakat pada tingkat kabupaten/Kota yang dibentuk berdasarkan Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 Tentang Baitul Mal. Sebagai lembaga pengelola zakat, Baitul Mal Aceh Besar mempunyai visi dan misi salah satunya mewujudkan kesadaran berzakat sebagai suatu kewajiban. Kesadaran berzakat masyarakat di Aceh Besar dapat berpengaruh pada peningkatan penerimaan zakat. Apabila terjadi peningkatan penerimaan zakat, maka penyaluran zakat pun menjadi lancar sehingga tujuan dan ensensi dari zakat itu sendiri dapat tercapai. Dalam pencapaian visi dan misi tersebut diperlukan strategi komunikasi, sehingga efektif atau tidaknya strategi komunikasi yang dilakukan berpengaruh pada keberhasilan yang dicapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar dalam meningkatkan penerimaan zakat termasuk media informasi dan komunikasi yang digunakan, serta keefektifan strategi komunikasi tersebut dan pengaruhnya terhadap peningkatan penerimaan zakat pada masyarakat kecamatan Darussalam Aceh Besar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitik-kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar yaitu dengan menggunakan tiga model pengumpulan zakat seperti penyetoran langsung, penjemputan langsung, dan pemotongan langsung gaji PNS/pejabat/Karyawan, selain itu juga Penggunaan dan penyebaran Media cetak dan media massa, Sosialisasi langsung kepada Muzakki, Konsolidasi Amil Zakat, dan Pembekalan Baitul Mal Gampong. Komunikasi melalui media massa yang dilakukan oleh Baitul Mal belum efektif, disebabkan keterbatasan SDM (sumber Daya Manusia). Meningkatnya pembayaran zakat pada masyarakat dapat dilihat dari tiga faktor yaitu karena adanya penyebaran dan penggunaan media, peningkatan kesadaran masyarakat, dan peningkatan ekonomi masyarakat. Dalam penyebaran media, di kecamatan Darussalam belum sampai sepenuhnya, sedangkan kesadaran masyarakat kecamatan Darussalam dalam membayar zakat sangat tinggi, namun tetap harus didukung oleh peningkatan ekonomi masyarakat yang dalam hal ini belum adanya zakat Produktif oleh Baitul Mal Aceh Besar, dan belum aktifnya bidang pengawasan dan pembinaan dari Baitul Mal Aceh besar juga menghambat perpanjangan tangan antara masyarakat (Baitul Mal gampong) dengan Baitul Mal Aceh Besar) sehingga dari hal-hal tersebut menyebabkan pemahaman masyarakat terhadap Baitul Mal Aceh Besar hanya sebatas penyalur zakat dan belum sampai pada transparansi pengelolaan zakat oleh lembaga resmi pemerintah kabupaten Aceh Besar.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Baitul Mal Aceh Besar, dan Zakat*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam sebagai agama *rahmatallil'alam*, mempunyai solusi terhadap segala problem kehidupan manusia, termasuk masalah kemiskinan dan kesejahteraan masyarakat. Zakat merupakan solusi problematika tersebut, konsepsi zakat sebagai bagian dari rukun Islam merupakan salah satu pilar dalam perekonomian umat. Pada dasarnya zakat merupakan kewajiban umat Islam seperti yang terdapat dalam sabda Rasulullah S.A.W yaitu :

Islam didirikan diatas lima perkara yaitu bersaksi bahwa tiada tuhan selain Allah Subhanahu Wa ta'ala dan Muhammad adalah utusan Allah Subhanahu Wa ta'ala, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, mengerjakan haji ke Baitullah dan berpuasa pada bulan Ramadhan. (HR. Bukhari muslim)

Zakat tidak hanya sebagai kewajiban semata, namun dengan mengeluarkan zakat dapat membersihkan harta kita. Seperti yang terdapat dalam Al-Quran, yaitu

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya : Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui (At-Taubah : 103)¹

Dimensi zakat tidak hanya bersifat ibadah ritual saja, tetapi mencakup juga dimensi sosial, ekonomi, keadilan, dan kesejahteraan. Aceh sebagai salah satu

¹ Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*. (Bandung : PT. Syamiil Al-Quran, 2005) hal 203

Provinsi di Indonesia yang menerapkan syariat Islam, sehingga pengelolaan zakat yang tepat dapat mewujudkan tata kelola kehidupan masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur.

Salah satu lembaga yang bertugas dalam pengelolaan zakat di Aceh adalah Baitul Mal. Hal ini termaktub dalam Undang-Undang nomor 23 Tahun 2011, pada penjelasan pasal 15, yaitu :

Di provinsi Aceh, penyebutan BAZNAS (badan Zakat Nasional) provinsi atau BAZNAS kabupaten/kota dapat menggunakan istilah Baitul Mal.²

Dasar hukum Baitul Mal di Provinsi Aceh ialah Undang-Undang nomor 11 Tahun 2006 tentang pemerintahan Aceh atau UUPA terdapat tiga pasal yang berkenaan dengan zakat, yaitu:

1. Pasal 180 ayat (1) huruf d : Zakat merupakan salah satu penerimaan daerah Aceh dan penerimaan Daerah Kabupaten kota.
2. Pasal 191 : Zakat, Harta Wakaf dan Harta Agama lainnya dikelola Baitul Mal Aceh dan Baitul Mal Kabupaten/Kota yang diatur dengan Qanun.
3. Pasal 192 : Zakat yang dibayar menjadi pengurang terhadap jumlah pajak penghasilan (PPh) terhutang dari wajib pajak.³

Disamping itu, perundang-undangan zakat mengakui keistimewaan Aceh sebagai daerah provinsi di Indonesia yang merupakan kesatuan masyarakat hukum yang diberi kewenangan khusus untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Oleh karena itu, dibentuknya qanun Aceh nomor 10 tahun 2007 juga menjadi penguat hukum adanya Baitul Mal sebagai lembaga daerah. Dalam qanun

² Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

³ Undang-Undang Pemerintahan Aceh (UUPA) tahun 2006 tentang pemerintahan Aceh

tersebut, disebutkan bahwa struktur organisasi Baitul Mal terbagi atas empat tingkatan, yaitu Baitul Mal Aceh, Baitul Mal Kabupaten/Kota, Baitul Mal Mukim, dan Baitul Mal Gampong.⁴

Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar mempunyai visi dan misi salah satunya adalah mewujudkan kesadaran berzakat sebagai suatu kewajiban, kemudian sasaran dari Baitul Mal Aceh Besar tersebut salah satunya adalah peningkatan kesadaran berzakat. Kesadaran berzakat masyarakat di Aceh Besar dapat berpengaruh pada peningkatan penerimaan zakat, apabila terjadi peningkatan penerimaan zakat, maka penyaluran zakat pun menjadi lancar sehingga tujuan dan ensensi dari zakat itu sendiri dapat tercapai. Berdasarkan laporan Baitul Mal Aceh Besar terhadap realisasi penerimaan ZIS (Zakat, Infaq, dan Sedekah), bahwa telah terjadi peningkatan penerimaan zakat dari tahun 2014 sampai tahun 2015 bahkan penerimaan zakat di Kabupaten Aceh Besar menjadi yang terbesar di Provinsi Aceh.

Pencapaian tersebut berkaitan dengan strategi komunikasi yang digunakan Baitul Mal Aceh Besar dalam melakukan sosialisasi serta promosi/publikasi agar muzakki di Kabupaten Aceh Besar membayar zakat ke Baitul Mal Aceh Besar, karena strategi komunikasi merupakan gabungan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi menjadi hal yang *urgen* atau penting dalam mewujudkan visi dan misinya terutama meningkatkan penerimaan zakat. sehingga dengan adanya strategi

⁴ Qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 Tentang Baitul Mal

komunikasi tersebut, penerimaan zakat di Baitul Mal Aceh Besar dapat terus meningkat.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar dalam meningkatkan penerimaan zakat termasuk media informasi dan komunikasi yang digunakan, serta keefektifan strategi komunikasi tersebut dan pengaruhnya terhadap masyarakat Kecamatan Darussalam Aceh Besar. Maka judul penelitian ini adalah “**Strategi Komunikasi Baitul Mal Aceh Besar Dalam Meningkatkan Penerimaan Zakat (Studi Kasus Di Kecamatan Darussalam)**”.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar dalam meningkatkan penerimaan zakat? (termasuk media informasi dan komunikasi apa yang digunakan?)
2. Apakah strategi komunikasi tersebut telah efektif dan bagaimanakah pengaruhnya terhadap masyarakat di Kecamatan Darussalam?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar dalam meningkatkan penerimaan zakat, Termasuk media informasi dan komunikasi yang digunakan.

2. Untuk mengetahui keefektifan strategi komunikasi yang digunakan oleh Baitul Mal Aceh Besar serta pengaruhnya terhadap masyarakat Kecamatan Darussalam.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Akademik

Sebagai syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Studi Strata Satu (S1) serta dapat memberikan kontribusi dan menambah khazanah ilmu pengetahuan dan mengembangkan ilmu komunikasi yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry.

2. Praktis

a. Manfaat untuk Baitul Mal Aceh Besar

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran tentang strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar dalam meningkatkan penerimaan zakat (studi kasus di Kecamatan Darussalam), sehingga dapat memberikan kontribusi dan masukan positif bagi Baitul Mal Aceh Besar untuk meningkatkan kualitas pelayanan, mempublikasikan program-programnya, dan mempertahankan *image* atau citra yang baik di mata masyarakat.

b. Manfaat untuk masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui tentang Baitul Mal Aceh Besar serta dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat ke Baitul Mal Aceh Besar.

E. Penjelasan Konsep/Istilah Penelitian

Berikut ini adalah penjelasan konsep/istilah yang menyangkut dengan penelitian ini, yaitu :

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional.⁵

2. Baitul Mal Aceh Besar

Baitul Mal Aceh Besar adalah salah satu dari lembaga pengelola zakat tingkat kabupaten, yang diatur berdasarkan Qanun Baitul Mal Aceh Nomor 10 Tahun 2007, yang mengatur tentang pengelolaan, pendistribusian ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah), dan harta agama lainnya.

3. Meningkatkan Penerimaan

Kata meningkatkan berasal dari kata “tingkat”, dan penerimaan berasal dari kata “terima”. Dalam kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI) kata “terima” artinya adalah menyambut, mendapat (memperoleh) sesuatu. Sehingga kata Meningkatkan penerimaan yang dimaksud penulis adalah mendapat/menerima (dalam hal ini adalah zakat) agar menjadi meningkat/naik jumlahnya dari tahun sebelumnya.

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007) hal. 32

4. Zakat

Menurut bahasa, kata zakat merupakan kata dasar (*masdar*) dari *zaka*, yang berarti berkah, tumbuh, bersih, dan baik. Menurut istilah fikih, zakat berarti “sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak” disamping berarti “mengeluarkan jumlah itu sendiri.”⁶ Jadi Zakat yang dimaksud adalah zakat Mal dan zakat fitrah yang dikeluarkan oleh *muzakki* (orang yang membayar zakat) kepada *mustahiq* (penerima zakat) sebanyak delapan golongan sesuai yang terdapat dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 60.

⁶ Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengenai Status Dan Filsafat Zakat Berdasarkan Quran Dan Hadist* (diterjemahkan dari bahasa Arab oleh Dr Salman Harun, Drs Didin Hafidhuddin, dan Drs Hasanuddin). (Bogor : Litera Antarnusa, 2002) hal 34

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Riset Sebelumnya

Telah banyak penelitian terdahulu yang berkenaan dengan zakat dan Baitul Mal khususnya di Aceh. Mulai dari dataran teoritik hingga dataran empirik, zakat dan Baitul Mal masih menjadi objek studi yang menarik para peneliti. Namun begitu, penelitian ini dapat menjadi kontribusi masukan yang positif bagi objek peneliti. Kajian penelitian tersebut terus dikembangkan sesuai perkembangan zaman, untuk mengetahui sejauh mana kemajuan penelitian tersebut, khususnya dalam lingkup mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry, telah penulis rangkum dalam tabel berikut ini :

Tabel II.1

Kumpulan Riset Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Tentang Baitul Mal

No	Nama Peneliti	Judul	Tempat penelitian	Kesimpulan
1.	Evi Zahara, PMI/2000	Peranan BAZIZ Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat Islam (Studi Kasus Baziz Kota Banda Aceh)	BAZIZ Kota Banda Aceh	Timbulnya kesadaran berzakat dari masyarakat sangat dipengaruhi oleh pengetahuan masyarakat akan zakat itu sendiri, dengan mengetahui akan zakat secara keseluruhan akan termotivasi masyarakat dalam membayar zakat
2..	Rosvita, PMI/2005	Program Baitul Mal dalam Pengembangan Ekonomi Ummat (Studi Pada Baitul	Baitul Mal NAD Jl.T.Iskandar No.82D Lambhuk,	Program Baitul Mal NAD dalam memperbaiki ekonomi masyarakat Islam dengan mendistribusikan zakat

		Mal NAD)	Ulee kareng Banda Aceh	yang telah terkumpul kepada <i>mustahiq</i> baik dalam bentuk konsumtif/produktif
3.	Ikhsan Wahyuni DMD/2010	Strategi Baitul Mal Banda Aceh dalam pengelolaan zakat produktif	Baitul Mal Banda Aceh : Jl.T.Nyak Arif lorong cendana utama, Banda Aceh	Baitul Mal Banda Aceh membentuk UPZD (unit pengelolaan zakat produktif) dengan menggunakan dua pola yaitu Mudharabah dan Qardhul Hasan, namun zakat produktif masih harus dikaji untuk mencari dan menemukan metode yang tepat untuk sosialisasi dan mengimplementasikan kepada mustahik
4.	Mawaddah 2012	Model Pengumpulan Dan Penyaluran Zakat Di Kota Banda Aceh	Baitul Mal Banda Aceh	Mekanisme pengumpulan zakat Baitul Mal Banda Aceh : 1. Jemput donasi 2. Melalui rekening 3. Antar langsung ke Baitul Mal Banda Aceh
5.	Sri Dewi Rahayu 2012	Potret Kehidupan Masyarakat Penerima Zakat Dari Baitul Mal Kota Banda Aceh	Baitul Mal Kota Banda Aceh	Dari kesembilan penerima zakat hanya enam orang yang memanfaatkan zakat untuk pengembangan usaha mereka. Sedangkan yang tidak memanfaatkan zakat ada tiga orang, dan hanya menggunakannya untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Dari hasil usaha mereka, hanya lima orang yang berhasil dalam pengembangan usahanya.
6.	Hajatil Shandra DMD/2013	Strategi Baitul Mal dalam Meningkatkan Kesejahteraan	Baitul Mal Banda Aceh dan Baitul Mal Aceh Besar	Model pendistribusian zakat yang diterapkan Baitul Mal Banda Aceh masih belum bisa

		Masyarakat di Kota Banda Aceh Dan Aceh Besar (Studi Model Pengumpulan Dan Penyaluran Zakat)		memenuhi kebutuhan masyarakatnya sendiri, sedangkan Baitul Mal Aceh Besar bagus walaupun belum maksimal
7.	Zulkhairi PMI/2013	Strategi lembaga Baitul Mal Banda Aceh dalam meningkatkan kewirausahaan (studi di gampong Peuniti dan Neusu Aceh Kecamatan Baiturrahman kota Banda Aceh	Gampong Peuniti dan Neusu dalam Kecamatan Baiturrahman kota Banda Aceh	Strategi pemberian modal ditetapkan dalam dua tahap yaitu pinjaman modal yang bersifat produktif dan pemberian modal yang bersifat konsumtif, namun Baitul Mal Banda Aceh tidak memiliki otoritas wewenang dalam mengawasi penyaluran modal usaha kepada masyarakat, dan kurangnya tingkat sosialisasi
8.	Nazarul Saddam PMI/2014	Model Pengumpulan Zakat Di Baitul Mal Aceh Besar	Baitul Mal Aceh Besar	Terdapat tiga model yaitu : <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyetoran langsung baik melalui rekening/ke kantornya 2. Penjemputan zakat langsung ke tempat <i>muzakki</i> 3. Potongan langsung gaji pegawai oleh BUD (Bendahara Umum Daerah) melalui SP2D (Surat Perintah Pencairan Dana)

Penelitian yang telah dilakukan lebih banyak pada Baitul Mal Kota Banda Aceh, dalam lingkup Kabupaten Aceh Besar baru terbatas pada studi mengenai pengumpulan dan penyaluran zakat. Sehingga penulis yang mengambil jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tertarik untuk meneliti dari segi komunikasi,

terutama strategi komunikasi di lembaga Baitul Mal Aceh Besar. Strategi komunikasi dapat menjadi studi yang penting dalam mengukur berhasil/tidaknya pencapaian lembaga dalam konteks komunikasi. Karena bila suatu lembaga/perusahaan tidak tepat dalam perencanaan komunikasi dan penempatan strategi maka akan berimbas pada keberhasilan/keefektifan tujuan dari lembaga tersebut.

B. Komunikasi

1. Pengertian, Fungsi, dan Unsur-Unsur Komunikasi

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Perkataan *communis* tersebut sama sekali tidak ada kaitannya dengan partai komunis yang sering dijumpai dalam kegiatan politik. Arti *communis* di sini adalah sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Sedangkan secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Pengertian komunikasi secara paradigmatis yaitu proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.¹

Fungsi komunikasi yaitu :

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)

¹Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*, (Jakarta : Remaja Rosdakarya, 1986), hal. 5

- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*)

Unsur-unsur dalam proses komunikasi yaitu :

- *Sender* : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
- *Encoding* : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- *Message* : pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- *Media* : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- *Decoding* : Pengawasandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- *Receiver* : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- *Response* : Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- *Feedback* : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.²

² Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi : Teori Dan Praktek*. (Jakarta : Remaja Rosdakarya,2007), hal. 18

- *Noise* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.³

Lebih lanjut, menurut H.A.W Wijaya, *Message* atau pesan yang merupakan faktor penting dalam proses komunikasi terdiri dari tiga bentuk pesan, yaitu⁴ :

a. Informatif

Bersifat memberikan keterangan-keterangan (fakta-fakta) kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu, pesan yang bersifat informatif justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya jika audiensi adalah kalangan cendekiawan.

b. Persuasif

Berisikan bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini adalah atas kehendak sendiri (bukan dipaksakan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

c. Koersif

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Bentuk yang terkenal dari penyampaian model ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik (khalayak).

Koersif dapat berbentuk perintah-perintah, instruksi, dan sebagainya.⁵

³ Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi : Teori Dan Praktek...*, hal. 18

⁴ H.A.W Wijaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. (Jakarta : Rineka Cipta,2000) hal. 32

Hafied Cangara dalam bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (2013) menambahkan bentuk-bentuk pesan lainnya yaitu pesan yang bersifat edukatif. Jika pesan informatif tekanannya pada unsur kognitif maka pesan yang bersifat mendidik punya tekanan pada unsur kognitif, afektif, dan psikomotorik. Pesan mendidik harus memiliki tendensi kearah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu, tapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya.⁶

Pesan yang disampaikan harus tepat sesuai sasaran, yang memenuhi syarat-syaratnya yaitu umum, jelas dan gamblang, menggunakan bahasa yang jelas, positif, seimbang, sesuaikan dengan keinginan komunikan maksudnya adalah menyesuaikan dengan keadaan, waktu dan tempat.⁷

C. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali

⁵ H.A.W Wijaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi..*, hal. 32

⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2013) hal 119

⁷ H.A.W Wijaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi..* hal 33-34

mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya.”⁸

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tapi juga dari profesi lain, misalnya pakar strategi Henry Kissinger berlatar belakang sejarah, Thomas Schelling berlatar belakang ekonomi, dan Albert Wohlsetter berlatar belakang matematika.⁹

Menurut Alo Liliweri, dalam bukunya *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* menyebutkan bahwa kata *Strategos* dapat bermakna sebagai :

- a. Keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya.
- b. Penentuan tingkat kerentangan posisi kita dengan posisi para pesaing (ilmu perang dan bisnis)
- c. Pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi oleh para pesaing.
- d. Penggunaan fasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang menguntungkan berdasarkan analisis geografis dan topografis.
- e. Penemuan titik-titik kesamaan dan perbedaan penggunaan sumber daya dalam pasar informasi.

⁸ H.A.W Wijaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*,.. hal 33-34

⁹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*., hal 61

Sedangkan strategi komunikasi adalah :

1. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan, dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
2. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan suatu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
3. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Adalah tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen

Karena itu, maka strategi komunikasi selalu dihubungkan dengan :

1. Siapa saya berbicara.
2. Maksud apa saya berbicara.
3. Pesan apa yang harus disampaikan kepada seseorang.
4. Cara bagaimana saya menyampaikan pesan kepada seseorang.
5. Bagaimana mengukur dampak pesan tersebut.¹⁰

Dalam hubungan antara strategi dengan lembaga, organisasi maupun perusahaan dapat dilihat dari kesimpulan Alo liliweri bahwa :

¹⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* . (Jakarta : Kencana , 2011) hal. 240

Strategi adalah kesatuan rumusan visi, misi, program, dan kegiatan secara bersama-sama antara mereka yang memerintah dan mereka yang diperintah atau yang mengelola. Mereka yang mengatur dan mengelola secara bersama-sama bertanggung jawab atas pengerahan sumber daya karena kemampuan pengelolaan sumber daya dijadikan sebagai indikator tingkat ketercapaian tujuan organisasi, dan ini merupakan suatu strategi pemimpin untuk berprestasi.¹¹

Oleh karena itu, jelas bahwa strategi komunikasi berpengaruh terhadap keberhasilan suatu lembaga, organisasi ataupun perusahaan dalam mencapai tujuan atau visi dan misinya, karena strategi komunikasi sangat menentukan sejauh mana kita mengerahkan seluruh kekuatan dan sumber daya demi tercapainya visi dan misi komunikasi. Strategi berguna sebagai pembimbing komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi. Bisnis komunikasi dan pemasaran sangat membutuhkan strategi komunikasi, karena melalui strategi akan tampak rumusan tentang apa-apa yang akan diproses untuk mencapai tujuan ini.

2. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi. Tujuan sentral strategi komunikasi menurut R Wayne Pace, Brent D Peterson, dan M Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, yaitu terdiri atas tiga tujuan utama :

a. to secure understanding,

b. to establish acceptance

¹¹ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna ..*, hal 254

c. *to motivate action*.¹²

Pertama adalah *to secure understanding*, Memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*).

Ketika merumuskan strategi komunikasi, maka patut diperhatikan bahwa perusahaan memerlukan informasi yang berkaitan dengan situasi pemasaran, yang pasti informasi yang dimaksud berisi beberapa jawaban atas pertanyaan berikut :

- 1) Apa, kapan (dan berapa banyak) kita memaksudkan dengan berkomunikasi itu?
- 2) Dimana dan bagaimana kita akan berkomunikasi?
- 3) Dengan media apa kita akan berkomunikasi?
- 4) Siapa yang berperan dalam tim komunikasi kita itu?¹³

3. Tahapan Strategi Komunikasi

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (publik) menjadi efektif, Arifin menawarkan strategi-strategi komunikasi sebagai berikut¹⁴ :

a. Mengenal khalayak

Pengenalan mengenai khalayak sangat diperlukan, unsur manusia dalam proses komunikasi adalah unsur yang sangat penting dan merupakan inti dari komunikasi. Mengenal khalayak atau mengidentifikasi khalayak biasa disebut

¹² Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi : Teori Dan Praktek...*, hal. 32

¹³ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada...* hal 255

¹⁴ Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. (Bandung :CV.ARMICO,1994) hal 74

pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dari lembaga atau organisasi), perlu dibedakan apakah khalayak yang akan dihadapi adalah bersifat perorangan atau kelompok. Sebab menghadapi khalayak yang sifatnya individual dan berkelompok sangat berbeda. Artinya, mengelola khalayak perorangan lebih mudah dibandingkan dengan khalayak yang berkelompok. Meskipun keduanya memerlukan persiapan, namun persiapan untuk menghadapi khalayak yang berkelompok memerlukan persiapan yang lebih tinggi disebabkan respond an tanggapan yang dapat bermacam-macam. Begitu pula dengan posisi atau kedudukan karena posisi target khalayak yang akan dihadapi sangat menentukan strategi komunikasi yang digunakan. Selain itu, lokasi khalayak juga menjadi pertimbangan dan tidak dapat diabaikan karena dapat berpengaruh pada efisiensi dan efektifitas dari sisi biaya, waktu, dan tenaga.¹⁵

b. Menyusun Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Simbol berbentuk verbal dan non-verbal, simbol verbal pemakaiannya menggunakan bahasa. sedangkan non-verbal seperti bahasa isyarat dan bahasa tubuh. Pesan sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif. Sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifatnya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan

¹⁵ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 98

sifatnya hanya untuk sekedar diketahui masyarakat, maka sifatnya bersifat informatif. Pesan yang bersifat informatif sebenarnya harus melekat pada semua jenis program, sebab sebuah pesan yang tidak memiliki nuansa informatif bisa menimbulkan kesalahan persepsi.¹⁶

Syarat – syarat perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan “ perhatian”. Hal ini sesuai dengan *AA. Procedure* atau *From Attention To Action Procedure*. Artinya membangkitkan perhatian (*attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak orang melakukan suatu kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.¹⁷

c. Menetapkan Metode

Setelah mengidentifikasi situasi dan kondisi khalayak serta telah menyusun pesan sedemikian rupa, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode penyampaian yang sesuai. Pemilihan metode ini harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya. Di dalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau saja digunakan komunikasi langsung, termaksud jika sasarannya internal publik biasa digunakan pertemuan – pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa.¹⁸

¹⁶ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi ...*, hal 114

¹⁷ Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi, sebuah pengantar Ringkas*. (Bandung : CV.ARMICO, 1994) hal. 74

¹⁸ Ibid. hal 74

d. Seleksi dan penggunaan Media

Sebelum suatu pesan atau kebijaksanaan lembaga disampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif.¹⁹

UNESCO memberi petunjuk bahwa dalam pemilihan media, perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini :

1. Sumber daya komunikasi yang tersedia di suatu tempat, dengan cara :
 - a. Kumpulkan data tentang sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak stasiun radio, penerbit surat kabar, stasiun TV dan berapa banyak jumlah dan jenis surat kabar yang beredar dalam masyarakat.
 - b. Analisis status sumber daya komunikasi, apakah stasiun TV dan radio yang ada milik swasta atau pemerintah, siapa penerbit surat kabar harian dan mingguan yang ada.
 - c. Membuat analisis kritis yang dibutuhkan masyarakat terhadap media, informasi apa yang mereka perlukan, dan bagaimana pendapat atau komentar mereka.
2. Pemilihan media di kalangan masyarakat sasaran, berapa banyak penduduk yang memiliki pesawat televisi, TV kabel, radio, dan pelanggan surat kabar.
3. Terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan, apakah semua siaran televisi dapat diterima oleh pemirsa di suatu provinsi, apakah pelanggan surat kabar hanya terbatas di kota atau ada juga di desa-desa.²⁰

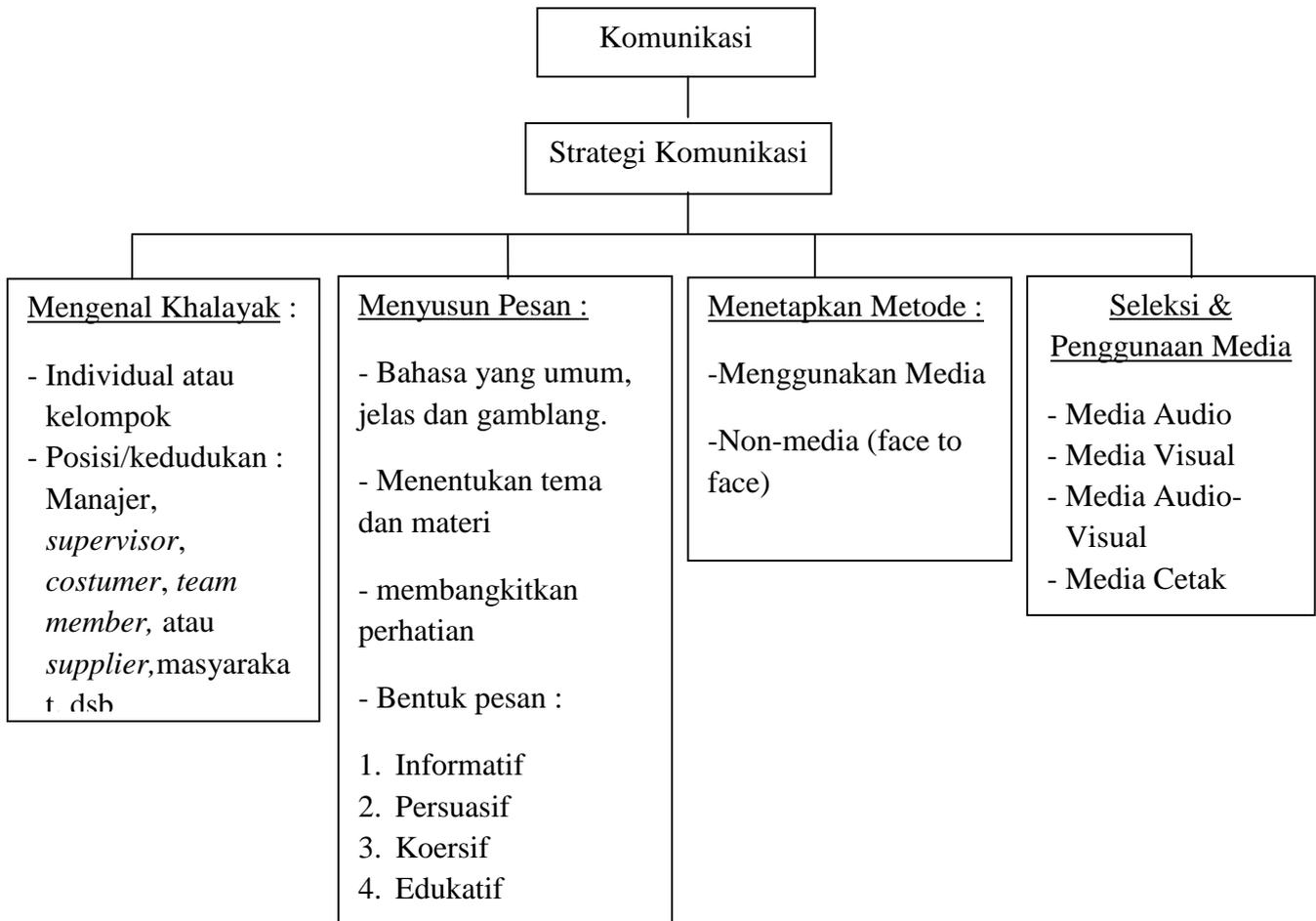
¹⁹ Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. hal 75

²⁰ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. hal 121

Dari pembahasan tersebut penulis rangkum dalam bagan dibawah ini :

Bagan II. 1

Komunikasi dan Tahapan Strategi Komunikasi



4. Strategi Komunikasi Efektif

Strategi komunikasi yang dilakukan sangat dipengaruhi oleh keefektifan komunikasi itu sendiri. Seperti dalam rumus Laswell, komponen-komponen yang mempengaruhi proses komunikasi, yaitu²¹ :

- *Who?* (Siapakah komunikatornya?)

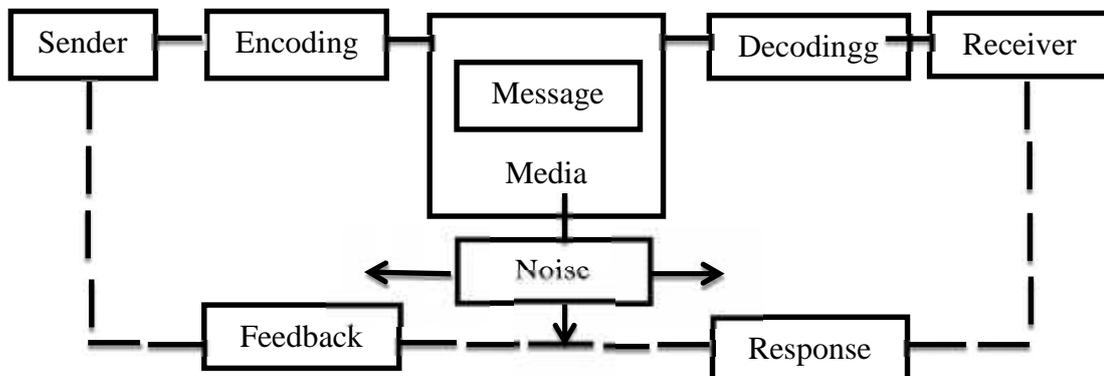
²¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi...*, hal 28

- *Say What?* (pesan apa yang disampaikan?)
- *In Which Channel* (Media apa yang dinyatakannya?)
- *To whom?* (Siapa Komunikannya?)
- *With What Effect?* (Efek apa yang diharapkannya?)

Kelima komponen tersebut yaitu komunikator (*communicator*), pesan (*message*), media (*media*), komunikan (*communican*), dan efek (*effect/feedback*), merupakan unsur utama dalam proses komunikasi, selain itu juga terdapat unsur-unsur komunikasi lain seperti yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu *Encoding* (penyandian), *Decoding* (pengawasandian), *Response* (tanggapan), dan *Noise* (gangguan).²² Untuk Lebih jelas, lihat bagan dibawah ini:

Bagan II. 2

Model Komunikasi Harold D Laswell



Model komunikasi tersebut menegaskan faktor-faktor kunci dalam komunikasi efektif. Komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikannya sasaran dan tanggapan yang diinginkan. Ia harus terampil dalam menyandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya

²² Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi...*, hal 28

mengawasi pesan. Komunikator harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran.²³

Tidak hanya itu saja, diperlukan juga strategi untuk mencapai komunikasi yang efektif khususnya dalam perusahaan, lembaga, maupun organisasi yaitu sebagai berikut :

- a. Inovasi yang adaptif (*adaptive innovation*). Inovasi adalah salah satu bentuk perubahan untuk meningkatkan kualitas komunikasi. Oleh karena itu, inovasi yang disarankan adalah bentuk materiil atau nonmateriil perubahan yang dapat diadaptasikan ke dalam perusahaan.
- b. Manajemen kewirausahaan (*entrepreneurial*). Menggambarkan suatu bisnis yang mengorientasikan para pekerjanya bekerja dengan kekuatan sendiri untuk mencapai keuntungan.
- c. *One voice*. Strategi komunikasi mengandalkan seluruh kerabat kerja di perusahaan anda harus "satu suara" untuk satu produk.
- d. Sesuaikan waktu (*showtime*). Istilah yang digunakan oleh para pelaku bisnis untuk menggambarkan semua komunikasi kita berada tepat di atas *on stage*. Prinsip "tetap diatas panggung" inilah yang perlu disampaikan kepada pihak lain.
- e. Strategi mempercepat (*strategi speed*). Istilah yang berkaitan dengan kerja cepat dan cerdas (*working fast and smart*), merupakan usaha untuk mengisi peluang pasar.

²³ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek...*, hal 18

f. Disiplin berdialog. Istilah ini berkaitan dengan pengawasan terhadap kata-kata yang diucapkan maupun yang dipresentasikan dalam pertemuan bisnis.²⁴

Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi itu sangat dipengaruhi oleh proses komunikasi yang didalamnya terdapat komponen-komponen komunikasi seperti yang telah dijelaskan diatas. Komunikasi akan berjalan secara efektif apabila pemindahan informasi dapat dimengerti dari satu orang /kelompok kepada orang/kelompok yang lainnya untuk mencapai kebersamaan.²⁵

D. Aspek Komunikasi dalam Sosialisasi

Pengertian sosialisasi menurut Alo Liliweri yaitu :

Sosialisasi adalah proses dalam mana individu menerima kemudian menginternalisasikan/menghayati banyak nilai sosial, kepercayaan, pola-pola perilaku dalam suatu konteks sosial atau budaya tertentu, dari suatu generasi kepada generasi lain. Proses sosialisasi itu berlangsung interaktif dan resiprokal. Proses sosialisasi itu dimulai sejak seseorang berusia dini, bahkan sampai tua sosialisasi tetap berlangsung.²⁶

Dalam hubungannya dengan proses sosial, komunikasi menjadi sebuah cara dalam melakukan perubahan sosial (*sosial change*). Komunikasi berperan menjembantani perbedaan dalam masyarakat karena mampu merekatkan kembali system sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Namun begitu, komunikasi juga tak akan lepas dari kontek sosialnya. Artinya, ia akan diwarnai oleh sikap, perilaku, pola, norma, pranata masyarakatnya. Jadi, keduanya saling

²⁴Alo Liliweri. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Penerbit kencana, 2011) hal 256

²⁵Andi Abdul Muis. *Komunikasi Islami*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 66

²⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna...*, hal. 880

mempengaruhi dan saling melengkapi, seperti halnya hubungan antara manusia dengan masyarakat yang dikemukakan Berger di atas.²⁷

Hubungan antara perubahan sosial dengan komunikasi (atau media komunikasi) pernah diamati oleh Goran Hedebro yang diungkapkan oleh Nuruddin, adalah sebagai berikut :

1. Teori komunikasi mengandung makna pertukaran pesan. Tidak ada perubahan dalam masyarakat tanpa peran komunikasi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa komunikasi hadir pada semua upaya yang bertujuan membawa ke arah perubahan.
2. Meskipun dikatakan bahwa komunikasi hadir dengan tujuan membawa perubahan, namun ia bukan satu-satunya alat yang dapat membawa perubahan sosial. Dengan kata lain, komunikasi hanya salah satu dari banyak faktor yang menimbulkan perubahan masyarakat.
3. Media yang digunakan dalam komunikasi berperan melegitimasi bangunan sosial yang ada. Ia adalah pembentuk kesadaran yang pada akhirnya menentukan persepsi orang terhadap dunia dan masyarakat tempat mereka hidup.
4. Komunikasi adalah alat yang luar biasa guna mengawasi salah satu kekuatan penting masyarakat; konsepsi mental yang membentuk wawasan orang mengenai kehidupan. Dengan kata lain, mereka yang berada dalam posisi mengawasi media, dapat menggerakkan pengaruh yang menentukan menuju arah perubahan sosial.

²⁷ Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005) hal. 46

Komunikasi sebagai proses sosial adalah bagian integral dari masyarakat. Secara garis besar komunikasi sebagai proses sosial di masyarakat memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut²⁸ :

a. Komunikasi menghubungkan antarberbagai komponen masyarakat.

Komponen disini tidak hanya individu dan masyarakat saja, melainkan juga berbagai bentuk lembaga social (pers, humas, universitas), asosiasi (asosiasi pers, antara lain Jawa Pos, Kompas, Suara Merdeka, Kedaulatan Rakyat, Pikiran Rakyat; Asosiasi Humas, Antara Lain Humas PT. Maju Mundur, Fortune, Inke Maris Associates, Ida Sudoyo& Associates; Asosiasi Universitas, antara lain UGM, UNS, UMM (satya Wacana, Unpad, dan lain-lain), stratifikasi social (*upper class, middle class, lower class*), organisasi desa (kepala desa dan perangkatnya, kepala dusun dan pengurusnya, pengurus RT, RW dan lain-lain), bentuk lembaga tersebut bisa dipertahankan dan tidak sangat tergantung dari peran komunikasi. Jika dalam musyawarah anggota memutuskan suatu asosiasi bubar, tentu tidak bisa dipertahankan lagi.

b. Komunikasi membuka peradaban (*civillization*) baru manusia. Menurut Koentjaraningrat, istilah peradaban dipakai untuk bagian-bagian dan unsur-unsur dari kebudayaan yang halus dan indah, seperti kesenian, ilmu pengetahuan serta sopan santun dan sistem pergaulan yang kompleks dalam suatu struktur msasyarakat yang kompleks pula.

²⁸ Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia...*, hal 46

Komunikasi telah mengantarkan peradaban Negara barat menjadi maju dalam Ilmu pengetahuan.

- c. Komunikasi adalah manifestasi *control social* dalam masyarakat. Berbagai nilai (*value*), norma (*norm*), peran (*role*), cara (*usage*), kebiasaan (*folkways*), tata kelakuan (*mores*) dan adat (*customs*) dalam masyarakat yang mengalami penyimpangan (*deviasi*) akan dikontrol dengan komunikasi, baik melalui bahasa lisan, sikap apatis atau perilaku nonverbal individu.
- d. Tanpa bisa diingkari komunikasi berperan dalam sosialisasi nilai ke masyarakat. Bagaimana sebuah norma kesopanan disosialisasikan kepada generasi muda dengan contoh perilaku orang tua (nonverbal) atau dengan pernyataan nasihat langsung (verbal); juga bisa dilihat ketika seorang anak dimarahi orang tua gara-gara berkata jorok didepan orang tuanya.
- e. Individu berkomunikasi dengan orang lain menunjukkan jati diri kemanusiaannya. Seseorang akan diketahui jati dirinya sebagai manusia karena menggunakan komunikasi. Itu juga berarti komunikasi menunjukkan identitas sosial seseorang. Misalnya, penggunaan bahasa dari kalangan bawah dengan kalangan ningrat akan berbeda. Dalam peribahasa sering dikenal bahasa menunjukkan bangsa. Bahasa sebagai alat komunikasi menunjukkan jati diri individu yang bersangkutan.²⁹

Sosialisasi termasuk bagian dari fungsi komunikasi. Dalam buku *Aneka Suara, Satu Dunia (Many Voices One World)* yang dikutip oleh Alo Liliweri telah

²⁹Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia...*, 46-49

diterangkan dengan cukup gamblang yang patut disimak oleh para mahasiswa dan peminat komunikasi. Diuraikan disitu bahwa apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta, dan ide, maka fungsinya dalam tiap sistem sosial salah satunya adalah sosialisasi.

Sosialisasi merupakan aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan perubahan pengetahuan, sikap mental, dan perilaku khalayak sasaran terhadap ide pembaruan (inovasi) yang ditawarkan. Oleh karena itu, dalam proses sosialisasi substansi pesannya berupa ide-ide pembaruan atau inovasi, baik inovasiteknologi maupun inovasi sosial. Komunikasi Inovasi (*Communication of Innovation*) yang titik beratnya terletak pada upaya menyebarkan inovasi (*difussion of innovation*) ke dalam masyarakat sasaran agar terjadi penerimaan atau adopsi terhadap inovasi yang ditawarkan.³⁰

Seperti halnya dengan MacBride, Joseph R. Dominick juga menganggap sosialisasi sebagai fungsi komunikasi massa. Bagi dominick, sosialisasi merupakan transmisi nilai-nilai (*transmission of values*) yang mengacu kepada cara-cara dimana seseorang mengadopsi perilaku dan nilai-nilai dari suatu kelompok. Media massa menyajikan penggambaran masyarakat, dan dengan membaca, mendengarkan, dan menonton maka seseorang mempelajari bagaimana khalayak berperilaku dan nilai-nilai apa yang penting. Diantara jenis-jenis media massa, televisi termasuk media yang daya pervasinya paling kuat, terutama di

³⁰Rogers Dan Shoemaker, *Communication Of Innovation: A Cross Cultural Approach*. (New York: Free Perss, 1987)

kalangan anak-anak dan remaja. Hal ini wajar karena insan-insan yang belum berusia dewasa ini belum mempunyai daya kritik sehingga ada kecenderungan mereka meniru perilaku orang-orang yang dilihat mereka pada layar televisi tanpa menyadari nilai-nilai yang terkandung.³¹

E. Media Sebagai Sarana Komunikasi Publik

1. Pengertian, Unsur-Unsur, Dan Fungsi Media

Kata media berasal dari bahasa latin *Medius* yang secara harfiah berarti : tengah, perantara, atau pengantar. Menurut Luhan yang dikutip oleh Basuki wibawa dan Mukti farida dalam *Media Pengajaran*, bahwa media adalah semua saluran pesan yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dari seseorang kepada orang lain yang tidak ada dihadapannya.³²

Media merupakan medium atau perantara dalam komunikasi. Dalam cakupan luas yaitu kepada masyarakat, maka menggunakan media massa. Media massa bukan sekedar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain.³³

³¹Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi : Teori Dan Praktek...*, hal. 27-31

³²Wibawa, Basuki Dan Mukti Farida, *Media Pengajaran*. (Depdikbud, 1992)

³³Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta : Ar-Ruzz Media,2010), hal. 198

Media mempunyai beberapa fungsi yaitu :

a. Edukatif

Fungsi edukatif yang dimaksud disini adalah fungsi dalam mendidik. Mendidik merupakan fungsi utama dari media komunikasi yang memberikan pengaruh-pengaruh yang bersifat mendidik atau mengandung unsur-unsur pendidikan dan diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan pembangunan masyarakat. Pendidikan berlangsung pada semua interaksi sosial baik formal maupun non formal. Media pendidikan, bukan saja dapat digunakan sebagai alat bantu pengajaran, melainkan juga ikut membentuk pengalaman-pengalaman baru yang penuh makna bagi siswa. Secara keseluruhan media pendidikan baik langsung maupun tidak langsung merupakan sumber pengalaman belajar dan berfungsi mendidik.³⁴

b. Sosial

Media komunikasi selain memberikan informasi dan pengalaman dalam berbagai bidang kehidupan juga meratakan konsep atau pengertian kepada setiap orang yang berkomunikasi. Pengaruh pemerataan ini akan memperluas pergaulan, pengenalan dan pengalaman tentang manusia dan segala hal-hal yang bersangkutan dengannya, seperti adat istiadat, cara bergaul, daerah tempat tinggal dan sebagainya. Dengan adanya fungsi sosial tersebutlah maka pembangunan sarana media komunikasi massa seperti radio, televisi dan internet mendapat prioritas, karena jangkauan yang luas dan merata, khususnya dalam abad teknologi sekarang ini. Pengaruh teknologi komunikasi tersebut sangat besar dalam dunia

³⁴Abu Samah, *Media Dalam Pendidikan*, (FAI UIR : 2010/2011) hal 10

pendidikan, terutama dalam rangka mempersatukan dan membina saling pengertian di antara para anggota masyarakat bangsa dalam arti sosial. Dengan demikian, media komunikasi merupakan alat sosialisasi untuk menyatukan pandangan hidup dan meratakan berbagai konsep dari berbagai bidang kehidupan masyarakat bangsa.

c. Ekonomis

Dapat dilihat pada dunia industri dan perdagangan. Media komunikasi untuk mempengaruhi massa (konsumen). Media komunikasi telah memberikan sumbangan yang besar terhadap keberhasilan para usahawan dalam rangka mengeruk keuntungan yang sebesar-besarnya. Dengan demikian media komunikasi telah dipakai secara cermat, baik dalam meningkatkan produksi melalui pembinaan prestasi kerja maupun dalam rangka promosi dan pemasaran produksi keberbagai penjuru dunia. Dalam dunia pendidikan telah menikmati nilai ekonomis tersebut.³⁵

d. Politis

Yang dimaksud disini adalah politik pembangunan bangsa, baik pembangunan fisik materil maupun pembangunan mental spiritual. Media komunikasi digunakan oleh penguasa pendidikan untuk menyatukan pandangan pengajaran, sehingga antara pusat dan daerah sampai lembaga pendidikan tidak terdapat perbedaan atau penyimpangan-penyimpangan yang berarti dalam pelaksanaan pengajaran.

³⁵Abu Samah, *Media Dalam Pendidikan*, hal 11

e. Seni dan Budaya

Dengan kemajuan ilmu dan teknologi yang sangat cepat bukan saja telah memungkinkan timbulnya ciptaan-ciptaan baru yang merupakan ciri dari perkembangan kemajuan seni budaya manusia, melainkan juga sekaligus telah meningkatkan taraf kesejahteraan umat manusia. Ciptaan-ciptaan baru itu berlaku juga dalam bidang teknologi media, sehingga dewasa ini banyak dapat dijumpai alat-alat yang modern yang dapat memberikan efisiensi dan efektifitas yang tinggi dalam bidang komunikasi.

Dengan menggunakan media yang canggih, maka penyebaran seni budaya dimungkinkan berkembang secara cepat dan mantap sehingga perubahan-perubahan kehidupan dalam hampir dalam segi kebudayaan manusia tidak dapat ditahan-tahan lagi. Proses interaksi telah berlangsung sedemikian rupa seolah-olah dunia ini telah menjadi bertambah sempit dan dinding-dinding pembatas bangsa menjadi goyah karenanya. Dalam bidang pendidikan hal itu memungkinkan siswa dapat menangkap dan mengenal bermacam-macam seni budaya manusia, melainkan juga dapat mendorong siswa untuk mencipta dan menyesuaikan dirinya dengan berbagai perubahan yang amat cepat datangnya karena kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.³⁶

³⁶Abu Samah, *Media Dalam Pendidikan...*, hal 12

Unsur-unsur media yaitu :

a. Media Cetak

Contohnya adalah surat kabar, mempunyai unsur-unsur antara lain :

- Unsur reproduksi utama yang dimuat dalam pesan yang disampaikan yaitu simbol, verbal, gambar, dan warna.
- Unsur umpan balik yang ada juga bersifat verbal (surat pembaca, kritik) dan non-verbal (penjualan)
- Bersifat portabel: relatif nyaman dan mudah dibawa ke mana-mana; bisa dibaca dimana saja dan membacanya dapat dilakukan berulang-ulang
- Sumber kehidupan industri media cetak adalah iklan dan penjualan (eceran maupun langganan)

b. Media Audio

Misalnya adalah radio, mempunyai unsur-unsur antara lain :

- Unsur reproduksinya adalah suara (audio)
- Unsur umpan balik, baik verbal maupun non-verbal
- Secara relatif bisa dibawa kemana-mana (portabel), meskipun tak semudah media cetak dan tidak bisa dinikmati berulang-ulang.
- Sumber kehidupan industri media audio adalah oleh iklan, yang jelas bukan dari penjualan³⁷

³⁷ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, hal. 200-201

c. Media Audio-Visual

Misalnya TV, mempunyai unsur-unsur antara lain :

- Unsur reproduksinya bersifat verbal, gambar, warna, suara, dan gerakan.
- Umpan balik : verbal dan non-verbal
- Tidak portabel dan tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu (tidak bisa ditinjau ulang)
- Industri komunikasi audio-visual ditunjang oleh iklan, iuran, dan subsidi pemerintah³⁸

2. Efektifitas Media Sebagai Strategi Komunikasi

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa salah satu tahapan strategi komunikasi yaitu dengan mekanisme komunikasi/media. Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik, atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang mudah diakses atau yang paling disukai audiens, misalnya melalui radio, koran kampung dan *leaflet*.³⁹

Persoalan dalam pemilihan media adalah sejauh mana media yang digunakan mampu mewujudkan motif komunikasi dan komunikator. Masing-masing memiliki karakteristiknya sendiri. Proses pemilihan media mempengaruhi proses pembentukan pesan dan pemilihan lambang komunikasi, demikian pula sebaliknya. Karena media komunikasi adalah alat-alat perantara yang sengaja

³⁸ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, hal. 200-201

³⁹ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada...*, hal. 251

dipilih oleh komunikator untuk menghantarkan pesan kepada komunikan, sedangkan pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi. Untuk itu, pemahaman atas masing-masing karakteristik media menjadi mutlak.⁴⁰

Hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan media massa antara lain adalah sebagai berikut ini :

a. Kebutuhan luas jangkauan dan kecepatan penetrasi.

Apabila pesan ditujukan pada masyarakat luas, media seperti radio dan televisi cukup tepat, karena selain kemampuan jangkauan yang luas, kecepatan penetrasinya tinggi.

b. Kebutuhan pemeliharaan memori.

Apabila pesan ditujukan agar tetap diingat dalam kurun relatif lama, maka media seperti majalah lebih cocok.

c. Kebutuhan jangkauan khalayak yang selektif.

Apabila pesan yang disampaikan dimaksudkan untuk kelompok masyarakat segmen tertentu, maka majalah khusus mungkin lebih tepat. Misal, majalah wanita untuk prosuk-prosuk kosmetika, majalah pria untuk motor, dan sejenisnya.

d. Kebutuhan jangkauan khalayak lokal.

Apabila khalayak sasaran yang ingin dijangkau bersifat lokal (misal pada satu Kabupaten atau wilayah tertentu), maka penggunaan media seperti stasiun radio lokal atau bioskop (film) lebih tepat.

⁴⁰ Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi : Pendekatan Taksonomi Konseptual*. (Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia, 2004), hal. 103

e. Kebutuhan frekuensi tinggi.

Apabila pesan yang disampaikan membutuhkan frekuensi penyampaian yang tinggi, maka penggunaan media seperti radio lebih cocok.

f. Kebutuhan gerak.

Apabila pesan yang disampaikan menuntut unsur gerak sebagai faktor yang utama, maka media audio-visual seperti televisi dan film merupakan medium yang tepat.

g. Kebutuhan warna.

Apabila warna merupakan faktor yang ingin ditonjolkan dari suatu pesan, maka televisi, film, dan juga majalah layak dipertimbangkan.

h. Kebutuhan deskripsi

Apabila pesan yang disampaikan memerlukan uraian yang eksplisit, komprehensif, sistematis, dan rinci, maka media cetak seperti surat kabar, majalah, brosur, atau *leaflet* lebih cocok.⁴¹

Jika kita perhatikan karakteristik masing-masing media komunikasi, mungkin timbul pertanyaan, media mana yang efektif dalam mencapai sasaran komunikasi. Jawabannya sudah tentu kembali kepada sifat media serta kepemilikan media pada khalayak (*media habit*). Sebab bagaimanapun banyaknya kelebihan media televisi, kalau media itu tidak dimiliki oleh khalayak, sudah tentu informasi yang disampaikan tidak akan mengenai sasaran yang ingin dicapai.

Dalam pemilihan media komunikasi, perlu diketahui bahwa penggunaan multimedia (lebih dari satu media) jauh lebih baik dibanding dengan *single* media

⁴¹Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, hal 105-106

(satu media). Sebab kelemahan satu media bisa ditutupi oleh media yang lain. Hanya saja penggunaan multimedia memerlukan dukungan dana yang lebih besar daripada menggunakan satu media dengan dana relatif kecil.⁴²

F. Tinjauan Umum Tentang Zakat

1. Pengertian, syarat wajib zakat, dan macam-macam zakat

Dari segi bahasa, kata zakat merupakan *masdar* (kata dasar) dari *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik, dan bertambah. Dari segi istilah, zakat adalah menyisihkan sebagian harta (sesuai dengan ketentuan syara') untuk dibagikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Imam Nawawi, mengutip pendapat Wahidi, karena yang dikeluarkan itu menambah banyak, membuat lebih berarti, dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan.

Zakat merupakan rukun Islam ketiga. Hukumnya wajib bagi orang Islam yang telah memenuhi syarat-syaratnya. Firman Allah SWT diantaranya :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّكْعِينَ ﴿٤٣﴾

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

Syarat-syarat wajib zakat menurut Wahbah Zuhaili yang dikutip oleh Fakhruddin dalam bukunya Fiqih dan manajemen zakat di indonesia, terbagi menjadi dua yaitu syarat wajib dan syarat sah. Adapun syarat wajib zakat yaitu :⁴³

- Merdeka

⁴² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 129-130

⁴³ Fakhruddin, M. Hi. *Fiqih Dan Manajemen Zakat Di Indonesia*. (Malang : UIN-Malang Press, 2008) hal 33-34

- Islam
- Baligh dan berakal
- Termasuk dalam harta yang wajib dizakati
- Mencapai nishab (ukuran jumlah)
- Harta tersebut adalah harta milik penuh
- Telah berlalu satu tahun atau cukup haul (ukuran waktu, masa)
- Tidak adanya hutang
- Melebihi kebutuhan dasar atau pokok
- Harta tersebut harus didapatkan dengan cara yang halal atau baik
- Berkembang

Sedangkan syarat sahnya zakat adalah :

- Adanya niat *muzakki* (orang yang mengeluarkan zakat)
- Pengalihan kepemilikan dari muzakki ke *mustahiq* (yang berhak menerima zakat)⁴⁴

Secara umum, zakat terbagi dua macam, yaitu : zakat fitrah (*nafs/jiwa*) dan zakat mal (harta).

a. Zakat Fitrah.

Zakat fitrah adalah pengeluaran wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mempunyai kelebihan dari keperluan keluarga yang wajar pada malam dan hari raya Idul Fitri. Menurut Sayyid Sabiq yang dikutip oleh Fakhruddin dalam bukunya Fiqih dan Manajemen zakat di Indonesia menyebutkan, zakat fitrah adalah zakat yang wajib dilaksanakan disebabkan oleh selesainya bulan

⁴⁴ Fakhruddin, M. Hi. *Fiqih Dan Manajemen Zakat Di Indonesia...*, hal 33-34

Ramadhan, hukumnya wajib atas setiap muslimin, baik kecil atau dewasa, laki-laki atau wanita, merdeka atau budak belian. Oleh karena itu, zakat fitrah ini wajib bagi setiap muslim yang mempunyai kelebihan makanan pada waktu sehari semalam Idul Fitri. Dengan demikian, bayipun wajib dikeluarkan zakat fitrahnya asalkan dia dilahirkan sebelum matahari terbenam pada akhir bulan Ramadhan. Zakat fitrah bertujuan untuk menyucikan diri, seperti yang terdapat dalam hadits riwayat Ibnu Abbas :

Rasulullah saw mewajibkan zakat fitrah guna mensucikan orang yang berpuasa dari ucapan dan perbuatan yang tidak baik dan sebagai makanan bagi orang-orang miskin, barangsiapa yang menunaikannya sebelum shalat (idul fitri), maka itulah zakat yang diterima, dan barangsiapa yang menunaikannya setelah shalat (idul fitri), maka itu termasuk shadaqah biasa.

Besarnya zakat fitrah adalah satu sha' atau tiga setengah liter beras. Sebagian ulama berpendapat cukup dengan setengah *sha'*.⁴⁵ Hal ini didasarkan pada sebuah hadist dari Ibnu Abbas bahwa zakat fitrah adalah dua mud (12 ons gandum).⁴⁶

b. Zakat *Maal* (harta)

Zakat *maal* (harta) adalah bagian dari harta kekayaan seseorang (juga badan hukum) yang wajib dikeluarkan untuk golongan orang-orang tertentu setelah dipunyai selama jangka waktu tertentu dalam jumlah tertentu. Kekayaan yang wajib dikeluarkan zakatnya yaitu:

⁴⁵ Departemen Agama, *Pedoman Zakat*. hal 116

⁴⁶ Fakhrudin, M. Hi. *Fiqh Dan Manajemen Zakat Di Indonesia...*, hal 40-42

1) Emas, perak dan mata uang.

Emas yang tidak dipakai adalah perhiasan emas yang tidak digunakan lagi atau hanya dipakai dalam setahun. Dengan demikian, jika ia menyimpan emas selama setahun seberat 85 gram atau lebih maka ia wajib mengeluarkan zakat emas tersebut. Jika seseorang menyimpan perak selama setahun seberat 595 gram atau lebih maka ia wajib mengeluarkan zakat perak tersebut. Kewajiban zakat emas dan perak terdapat dalam Al-Quran surat At-taubah ayat 34.⁴⁷

2) Tanaman dan buah-buahan.

Berdasarkan ijma' ulama bahwa para ulama telah sepakat atas kefardhuan zakat tanaman dan buah-buahan sepersepuluh (10%) atau seperlima (5%). Kewajiban zakat tanaman dan buah-buahan terdapat dalam Al-Quran surat Al-an'am ayat 141.

3) Usaha

Hampir seluruh ulama sepakat bahwa usaha atau perdagangan itu setelah memenuhi syarat tertentu harus dikeluarkan zakatnya. Kekayaan yang dimiliki badan usaha tidak lepas dari tiga hal, yaitu kekayaan dalam bentuk barang, uang tunai, dan piutang. Nishab zakat harta perdagangan adalah senilai dengan 20 mitsqal emas, dengan ukuran zakat 2,5% berdasarkan hadits, "*berikan zakatnya dari setiap*

⁴⁷ Al Furqon Hasbi. *125 Masalah Zakat*. (Solo : Tiga Serangkai, 2008) hal. 199

40 dirham, 1 dirham”.⁴⁸ Kewajiban zakat harta perdagangan terdapat dalam Al-Quran surat al-baqarah ayat 267.

4) Barang-barang tambang yang dikeluarkan dari perut bumi.

Para ulama berbeda pendapat mengenai makna barang tambang (*ma'din*), barang temuan (*rikaz*), dan barang simpanan (*kanz*). Kewajiban zakat atas *rikaz* dan *ma'din* didasarkan pada Al-Quran surat Al-baqarah ayat 267. Mengenai besar zakat yang harus dikeluarkan, maka para ulama fikih berbeda pendapat. Abu hanifah dan kawan-kawannya berpendapat harus dikeluarkan zakatnya 20%. Demikian pula pendapat Abu Ubaid, Zaid bin Ali, Baqir, Sadik dan sebagian terbesar ulama mazhab syi'ah baik Zaidiyah maupun Imamiyah. Tetapi Ahmad dan Ishaq berpendapat bahwa besar zakatnya adalah 2,5% berdasarkan qias dengan zakat uang, sesuai nash dan ijmak tentang itu, Malik dan Syafi'i juga berpendapat demikian.⁴⁹

5) Binatang ternak

Binatang ternak yang termasuk bagian dari sumber zakat dan wajib dikeluarkan zakatnya ada tiga jenis yaitu unta, sapi, dan domba. Dikutip dari kitab al-fiqh al-islamy karya Wahbah Zuhaili bahwa hal ini berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh bukhari dan muslim dari Abu Dzar yaitu :

⁴⁸ Fakhruddin, M. Hi. *Fiqih Dan Manajemen Zakat Di Indonesia...*, hal 116-117

⁴⁹ Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengenai Status Dan Filsafat Zakat Berdasarkan Quran Dan Hadist* (diterjemahkan dari bahasa Arab oleh Salman Harun, Didin Hafidhuddin, dan Hasanuddin). (Bogor : Litera Antarnusa, 2002) hal 417

Tiada seorang laki-laki yang mempunyai unta, lembu atau kambing yang tidak diberikan zakatnya, melainkan datanglah binatang-binatang itu pada hari kiamat dalam keadaan lebih gemuk dan lebih besar dari masa di dunia, lalu ia menginjak-nginjaknya dengan telapak-telapaknya dan menanduknya dengan tanduk-tanduknya. Setiap selesai binatang-binatang itu melakukan hal itu, ia kembali melakukannya dan demikian terus-menerus hingga Allah selesai menghukum para manusia.

Ketiga jenis hewan tersebut wajib dikeluarkan zakatnya dengan syarat-syarat sebagai berikut :

- Hewan tersebut dipelihara
- Memenuhi ketentuan jumlah nishabnya
- Memenuhi masa satu tahun (haul) dalam “tangan” pemiliknya
- Hewan ternak tersebut jinak, bukan liar⁵⁰

Nishab unta adalah 5 ekor, dengan perincian sebagai berikut :

Tabel II. 2

Ketentuan Zakat unta

Jumlah	Ketentuan Zakat Wajib	Jml	Ketentuan Zakat Wajib
1-4	Tidak dikenakan zakat	130-139	1 ekor <i>hiqqah</i> dan <i>bintu labun</i>
5-9	1 ekor kambing	140-149	2 ekor <i>hiqqah</i> dan 2 <i>bintu labun</i>
10-14	2 ekor kambing	150-159	3 ekor <i>hiqqah</i>
15-19	3 ekor kambing	160-169	4 ekor <i>bintu labun</i>
20-24	4 ekor kambing	170-179	3 ekor <i>bintu labun</i> , 1 ekor <i>hiqqah</i>
25-35	1 ekor <i>bintu makhad</i>	180-189	2 ekor <i>bintu labun</i> , 2 ekor <i>hiqqah</i>
36-45	1 ekor <i>bintu labun</i>	190-199	3 ekor <i>hiqqah</i> , 1 ekor <i>bintu labun</i>
46-60	1 ekor <i>hiqqah</i>	200-209	4 ekor <i>hiqqah</i>
61-75	1 ekor <i>jadza'ah</i>	210-219	4 ekor <i>bintu labun</i> , 1 ekor <i>hiqqah</i>
76-90	2 ekor <i>bintu labun</i>	220-229	3 ekor <i>bintu labun</i> , 2 ekor <i>hiqqah</i>
91-120	2 ekor <i>hiqqah</i>	230-239	3 ekor <i>hiqqah</i> , 2 ekor <i>bintu labun</i>
121-129	3 ekor <i>bintu labun</i>	240-249	4 ekor <i>hiqqah</i> , 1 ekor <i>bintu labun</i>

⁵⁰ Fakhruddin, M. Hi. *Fiqih Dan Manajemen Zakat Di Indonesia...*, hal 101

Penjelasan istilah :

1. *bintu makhad* = unta yang sudah berusia 1 tahun dan memasuki tahun kedua
2. *bintu labun* = unta yang berumur 2 tahun dan memasuki tahun ketiga
3. *hiqqah* = unta yang berumur 3 tahun dan memasuki tahun keempat

Bila tidak ada yang sesuai umur sekian maka ia boleh mengeluarkan binatang yang umurnya kurang dari yang ditentukan ditambah 2 ekor kambing atau 20 dirham. Pembagian zakat sapi, sebanyak 30 ekor dengan perincian, yaitu ⁵¹:

Tabel II. 3**Ketentuan Zakat Sapi**

Jumlah	Ketentuan Zakat Wajib
1-29	Tidak dikenakan zakat
30-39	1 ekor <i>tabi'</i>
40-59	1 ekor <i>musinnah</i>
60-69	2 ekor <i>tabi'</i>
70-79	1 ekor <i>musinnah</i> , 1 ekor <i>tabi'</i>
80-89	2 ekor <i>musinnah</i>
90-99	3 ekor <i>tabi'</i>
100-109	1 ekor <i>musinnah</i> , 2 ekor <i>tabi'</i>
110-119	2 ekor <i>musinnah</i> , 4 ekor <i>tabi'</i>
120-129	3 ekor <i>musinnah</i> , 4 ekor <i>tabi'</i>
Penjelasan istilah :	
1. <i>tabi'</i> dan <i>tabi'ah</i> = sapi jantan dan sapi betina yang telah berusia satu tahun	
2. <i>musinnah</i> = sapi betina yang berusia dua tahun	
3. setiap 30 ekor sapi zakatnya adalah satu ekor <i>tabi'</i> dan setiap 40 ekor sapi, zakatnya adalah satu ekor <i>musinnah</i>	

⁵¹ Fakhruddin, M. Hi. *Fiqh Dan Manajemen Zakat Di Indonesia...*, hal 104

Pembagian zakat kambing, bila telah mencapai 40 ekor, dengan rincian sebagai berikut⁵² :

Tabel II. 4
Ketentuan Zakat Sapi

Jumlah	Ketentuan Zakat Wajib
1-39	Tidak dikenakan zakat
40-120	1 ekor kambing
121-200	2 ekor kambing
201-300	3 ekor kambing
301-400	4 ekor kambing Dan seterusnya, dengan pertimbangan setiap 100 ekor, zakatnya ditambah 1 ekor kambing

6) Zakat Penghasilan/Profesi

Bentuk penghasilan yang paling menyolok zaman sekarang ini adalah apa yang diperoleh dari pekerjaan dan profesinya. Pekerjaan yang menghasilkan uang ada dua macam, pertama yaitu pekerjaan yang dikerjakan sendiri tanpa tergantung pada orang lain, kedua yaitu pekerjaan yang dikerjakan seseorang buat pihak lain seperti pemerintah, perusahaan, dan sebagainya.⁵³ Zakat profesi bisa dianalogikan pada dua hal secara sekaligus, yaitu pada zakat pertanian dan pada zakat emas dan perak. Dari sudut nishab dianalogikan pada zakat pertanian, yaitu sebesar 5 *awsaq* atau senilai 653 kg padi/gandum dan dikeluarkan pada saat menerimanya. Karena dianalogikan pada zakat pertanian, maka bagi zakat profesi tidak ada ketentuan *haul*. Ketentuan waktu zakat

⁵² Ibid., hal 105

⁵³ Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat..*, hal 460

menyalurkannya pada saat menerima, misalnya setiap bulan dapat didasarkan pada urf (tradisi) di sebuah negara. Dari sudut ukuran zakat, dianalogikan pada zakat uang, karena memang gaji, honorarium, upah dan yang lainnya pada umumnya diterima dalam bentuk uang. Karena itu ukuran zakatnya adalah sebesar 2,5%.⁵⁴

Harta yang wajib dikeluarkan tersebut diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat, seperti yang telah disebutkan dalam al-Qur'an surah At-taubah ayat 60, yaitu:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغُرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya : Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah Subhanahu Wa ta'ala, dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah maha mengetahui lagi maha bijaksana.(QS. At-Taubah :60)

Zakat merupakan salah satu dari isyarat yang jelas akan indahnya Islam dan perhatiannya terhadap pemeluknya. Faedah zakat sangat banyak dan (diwajibkan) karena tingginya kebutuhan oleh fakir miskin di kalangan muslim.

Diantara faedah zakat adalah sebagai berikut⁵⁵:

1. Menkuatkan rasa cinta kasih antara si kaya dan si miskin, karena telah menjadi tabiat manusia yakni seseorang menunjukkan ketertarikan kepada orang yang memperlakukan mereka dengan baik.

⁵⁴ Fakhruddin, M. Hi. *Fiqih Dan Manajemen Zakat Di Indonesia...*, hal 143

⁵⁵ Syaikh Bin Baaz. *Zakat* (Diterjemahkan Oleh Ummu Abdillah Al-Buthoniyah). (Ebook Maktabah Raudhah Al-Muhibbin, 2009) Hal. 2-3

2. Membersihkan dan mensucikan jiwa dan menjauhkannya dari sifat rakus dan tamak.
3. Membiasakan kaum muslimin terhadap perbuatan yang dermawan, keramahan, empati terhadap mereka yang membutuhkan.
4. Akan meningkatkan dan membawa berkah bagi harta seseorang, dan Allah Subhanahu Wa ta'ala menggantinya (harta yang disedekahkan diganti dengan yang lebih baik) sebagaimana Allah Subhanahu Wa ta'ala berfirman:

Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, maka Allah Subhanahu Wa ta'ala akan menggantinya dan dia-lah pemberi rezki yang sebaik-baiknya.”(QS.As- Saba : 39)

Peringatan keras diberikan kepada orang-orang yang tidak membayarkan zakat karena kekikiran demikian juga orang yang lalai dalam menunaikannya.

Allah berfirman:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ
وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ
فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿٣٤﴾ يَوْمَ تَحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ
وظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنَزْتُمْ لِأَنفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٥﴾

Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahnnya pada jalan Allah Subhanahu Wa ta'ala, maka beritahukanlah kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih, pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu." (QS. At-Taubah : 34-35)⁵⁶

⁵⁶ Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*. (Bandung : PT. Syamiil Al-Quran, 2005) hal 192

2. Pengelolaan Zakat Pada Masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin

Perintah zakat turun pada tahun ke-2 Hijriah, yaitu berupa zakat fitrah. Pada masa ini pembayaran zakat hanya bersifat himbauan. Pada tahun ke-9 Hijriah turun perintah kewajiban zakat mal. Menurut riwayat lain adalah tahun ke-5 hijriah. Ada pula yang berpendapat bahwa zakat telah diwajibkan pada periode Mekkah. Menurut Bukhari, Rasulullah saw bersabda pada Muadz, ketika ia mengirimnya ke Yaman sebagai pengumpul dan pemberi zakat, bahwa Allah telah mewajibkan mereka untuk membayar zakat yang akan diambil dari orang kaya diantara mereka dan memberikannya pada orang miskin di antara mereka. Dengan demikian, pemerintah pusat berhak menerima keuntungan hanya bila terjadi surplus yang tidak dapat didistribusikan lagi kepada orang-orang yang berhak, dan ditambah dengan kekayaan yang dikumpulkan di Madinah.⁵⁷

Sumber pendapatan primer pada masa Rasulullah adalah zakat dan *ush* (zakat hasil pertanian) sebagaimana diwajibkan dalam Al-Quran surat at-taubah ayat 60. Adapun pendapatan sekunder sebagai berikut :

- a. Uang tebusan untuk para tawanan perang
- b. Pinjaman setelah menaklukkan Mekkah sebelum perang hawazin sebesar 30.000 dirham dari Abdullah bin Rabia dan pinjaman pakaian dan tunggangan dari Sufyan bin Umaiyyah.
- c. *Khums* atau *rikaz* harta karun temuan pada periode sebelum Islam.
- d. *Amwal fadilah*, harta kaum muslimin yang meninggal tanpa ahli waris atau muslim yang meninggalkan negerinya.

⁵⁷ Nurul Huda, Dkk. *Keuangan Publik Islami : Pendekatan Teoritis Dan Sejarah* (Edisi Pertama). (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2012) hal. 92-93

- e. Wakaf.
- f. *Nawaiib*, pajak yang cukup besar yang dibebankan pada kaum muslim yang kaya.
- g. Zakat fitrah.
- h. Bentuk lain sedekah seperti kurban dan kafarat.

Semua pendapatan dan penerimaan negara pada masa Rasulullah dikumpulkan melalui Rasulullah dan langsung dibagikan oleh Rasulullah, hal ini yang menjadi cikal bakal terbentuknya *Baitul Mal*.

Pada periode khalifah Abu Bakar Ash-Shiddiq, yaitu :

1. Memerangi para pembangkang zakat dari wilayah Islam yang dipimpin oleh Musailamah al-kadzdzab dari Yamamah dan Sajah Tulaihah, yang menganggap sesuai surat at-taubah ayat 103, bahwa hanya Rasulullah yang berhak memungut zakat karena beliau adalah yang diperintahkan untuk memungut pajak dan yang dapat membersihkan dan mensucikan harta mereka,
2. Khalifah Abu bakar memulai tugasnya mendistribusikan dan mendayagunakan zakat kepada orang-orang yang berhak menerimanya dan selebihnya dibelanjakan untuk persediaan bagi angkatan bersenjata yang berjuang di jalan Allah.
3. Abu bakar mendirikan Baitul Mal di San'ah, tempat yang terletak di dataran tinggi Madinah dengan sistem membagi habis harta Baitul Mal kepada yang berhak menerimanya.⁵⁸

⁵⁸ Nurul Huda, Dkk. *Keuangan Publik Islami...*, hal. 97-98

Pada periode khalifah Umar bin Khattab situasi jazirah arab relatif lebih stabil dan tenteram. Semua kabilah menyambut seruan zakat dengan suka rela.

Perkembangan pada masa Umar bin khattab yaitu :

1. Dibentuknya Baitul Mal permanen dan mendirikan cabang di tiap provinsi. Baitul Mal berada dibawah seorang bendahara yang wewenangnya diluar otoritas eksekutif.
2. Diperkenalkan sistem cadangan devisa, yaitu tidak semua dana zakat yang diterima langsung didistribusikan sampai habis, namun ada pos cadangan devisa yang dialokasikan apabila terjadi kondisi darurat seperti bencana alam atau perang. Hal ini merupakan terobosan baru dalam pengelolaan zakat.⁵⁹
3. Dibentuknya sistem *Diwan* dan menunjuk sebuah komite *nassab* ternama yang terdiri dari Aqil bin Abu thalib, Mahzamah bin Naufal, dan Jabir bin Mut'im untuk membuat laporan sensus penduduk. Setelah terdata, umar mengklasifikasikan beberapa golongan yang berbeda dalam pendistribusian harta Baitul Mal, yaitu sebagai berikut⁶⁰:

Tabel II. 5

Klasifikasi Pendistribusian Zakat Pada Masa

Umar Bin Khattab

No.	Penerima	jumlah
1	Aisyah dan Abbas bin Abdul Muthalib	@ 12.000 dirham
2.	Para istri Nabi selain Aisyah	@ 10.000 dirham

⁵⁹ Nurul Huda, Dkk. *Keuangan Publik Islami..*, hal. 196

⁶⁰ Ra'ana dan Irfan Mahmud. *Sistem Ekonomi Pemerintahan Umar Ibn Khattab*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997) hal. 150

3.	Ali, hasan, Husain, dan para pejuang Badr	@ 5.000 dirham
4.	Para pejuang Uhud dan Migran ke Abysinia	@ 4.000 dirham
5.	Kaum muhajirin sebelum peristiwa Fathu Mekkah	@ 3.000 dirham
6.	Putra-putra para pejuang Badr, orang-orang yang memeluk islam ketika peristiwa Fathu Mekkah, anak-anak muhajirin dan anshar, para pejuang Qadisiyah, Uballa, dan ornag-orang yang menghadiri perjanjian Hudaibiyah	@ 2.000 dirham

Kemudian harta zakat mencapai rekor tertinggi yaitu pada masa Usman bin Affan karena kondisi yang sangat makmur dan wilayah kekhalifahan islam semakin luas. hal-hal yang dilakukan khalifah Usman terkait zakat yaitu melantik Zaid Bin Tsabit untuk mengelola zakat, bahkan pernah suatu masa tersisa satu dirham dari zakat yang telah dibagikan kemudian Usman memerintahkan Zaid untuk membangun dan memakmurkan mesjid nabawi. Penerimaan zakat sudah mencakup *kharaj* dan *jizyah*. Karena wilayah yang luas dan penegelolaan zakat semakin sulit terjangkau oleh aparat birokrasi yang terbatas, sehingga Usman hanya fokus dalam pengelolaan kharaj dan jizyah yang besaran presentasinya dapat diubah, berbeda dengan zakat yang besarnya harus mengikuti tuntunan syariat.⁶¹

Dalam hal pengelolaan zakat, Usman bin Affan mendelegasikan kewenangan menaksir harta yang dizakati kepada para pemiliknya masing-masing. Hal ini dilakukan untuk mengamankan zakat dari berbagai gangguan dan masalah dalam pemeriksaan kekayaan yang tidak jelas oleh beberapa oknum pengumpul zakat. Untuk meningkatkan pengeluaran di bidang pertahanan dan kelautan, meningkatkan dana pensiun, dan pembangunan berbagai wilayah

⁶¹ Nurul Huda, Dkk. *Keuangan Publik Islami...*, hal. 99

taklukan baru, negara membutuhkan dana tambahan. Oleh karena itu, usman membuat beberapa perubahan administrasi tingkat atas dan pergantian beberapa gubernur, dan juga kebijakan membagi-bagikan tanah-tanah negara kepada individu untuk reklamasi dan kontribusi kepada Baitul Mal. Dari hasil kebijakan ini, negara memperoleh pendapatan sebesar 50 juta dirham atau naik 41 juta dirham jika dibandingkan pada masa umar bin khattab.⁶²

Sedangkan masa khalifah Ali bin Abi thalib yang berkuasa selama lima tahun. Ali bin Abi thalib memulainya dengan mengganti pejabat-pejabat yang korup yang dilantik pada masa Usman bin Affan, kemudian membuka kembali tanah-tanah perkebunan dan mendistribusikan pendapatan sesuai yang diatur oleh khalifah Umar. Khalifah Ali sangat berhati-hati dalam pengelolaan harta Baitul Mal, dan tetap melanjutkan kebijakan khalifah sebelumnya walaupun pada masa itu terjadi konflik antara Muawiyah dan khalifah Ali bin Abi Thalib setelah terbunuhnya khalifah Usman bin Affan.⁶³

G. Baitul Mal Sebagai Sarana Pelayanan

Baitul Mal merupakan salah satu dari institusi keuangan publik yang berkaitan dengan ekonomi Islam dalam hal pengelolaan harta. Maka sepatutnya sebuah institusi atau lembaga mengutamakan pelayanan kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Pemerintahan Aceh yang tertera pada BAB V tentang Urusan Pemerintahan, Pasal 14 ayat 3 disebutkan :

⁶² Azyumardi Azra. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. (Jakarta : Gramarta Publishing, 2010) hal. 95-96

⁶³ Nurul Huda, Dkk. *Keuangan Publik Islami..*, hal. 100

Bahwa penyelenggaraan urusan pemerintahan yang bersifat wajib dilakukan dengan berpedoman pada standar pelayanan minimal, dilaksanakan secara bertahap, dan ditetapkan oleh Pemerintah.

Baitul Mal sebagai pengelola zakat disebutkan pada BAB XXIV KEUANGAN Bagian Kedua tentang Sumber Penerimaan dan Pengelolaan, Pasal 191:

Zakat, harta wakaf, dan harta agama dikelola oleh Baitul Mal Aceh dan Baitul Malkabupaten/kota.(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan qanun.⁶⁴

Oleh karena itu, sebagai pengelola ZISWAF (Zakat, infaq, sedekah, wakaf), dan harta agama, Baitul Mal mempunyai kewajiban untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Hal ini dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 38 tahun 1999 yang merupakan Undang-Undang yang mengawali berdirinya organisasi atau lembaga pengelola zakat, terdapat pada Pasal 3 yaitu:

Pemerintah berkewajiban memberikan perlindungan, pembinaan dan pelayanan kepada *muzakki*, *mustahiq* dan amil zakat.

Pada pasal 5 ayat 1 juga disebutkan Pengelolaan zakat bertujuan untuk meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntunan agama.⁶⁵

Baitul Mal khusus di Aceh menjadi bagian yang sangat penting terhadap upaya peningkatan pelayanan publik. Hal ini juga diungkapkan oleh Bupati Aceh Besar Mukhlis Basyah yang diwakili Sekdakab Aceh Besar Drs H Jailani Ahmad MM pada acara pelantikan kepala Baitul Mal Aceh Besar tahun 2013 lalu, yang dikutip dari berita situs resmi Kementerian Agama Kantor Wilayah Propinsi

⁶⁴ Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Pemerintahan Aceh

⁶⁵ Undang-Undang No.38 tahun 1999

Aceh. Beliau mengatakan bahwa lembaga Baitul Mal menjadi bagian yang sangat penting dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sehingga perlu terus melakukan koordinasi dengan pimpinan daerah dan para *stakeholder* dalam lingkup Pemerintah kabupaten Aceh Besar, selain berperan penting sebagai penghimpun dan pengelola harta agama juga harus mampu menumbuhkan kesadaran sosial bagi masyarakat yang mampu memberikan sebagian hartanya, baik berupa zakat, infaq, serta shadaqah untuk disalurkan kepada masyarakat.⁶⁶

1. Prinsip-Prinsip Pelayanan Baitul Mal

Secara definisi, pelayanan merupakan suatu usaha untuk mempertinggi kepuasan pelanggan. Pelayanan publik (*Public Services*) berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (MenPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 adalah :

Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan publik pada hakekatnya pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan kewajiban aparatur negara sebagai abdi masyarakat.⁶⁷

Setiap institusi ataupun lembaga publik harus mengetahui prinsip-prinsip pelayanan kepada masyarakat, termasuk Baitul Mal, maka prinsip-prinsip pelayanan publik tersebut telah diatur dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (MenPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003), yaitu :

⁶⁶Kementerian Agama Kantor Wilayah Propinsi Aceh dalam <http://aceh.kemenag.go.id>, diakses pada tanggal 6 November 2014 pukul 17.00 WIB

⁶⁷Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (MenPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003

- a. Kesederhanaan,
- b. Kejelasan,
- c. Kepastian Waktu,
- d. Akurasi,
- e. Keamanan,
- f. Tanggungjawab,
- g. Kelengkapan sarana dan prasarana,
- h. Kemudahan Akses,
- i. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan
- j. Kenyamanan,⁶⁸

Kemudian, agar pengelolaan zakat berjalan dengan baik, maka BAZ/LAZ harus menerapkan prinsip-prinsip *good organization governance* (tata kelola organisasi yang baik) :

1) Amanah.

Zakat merupakan salah satu Rukun Islam yang bicara tentang kemasyarakatan. Kewajiban berzakat bagi para *muzakki* memiliki landasan syar'i yang kuat dan jelas seperti yang tertera dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 103.

2) Transparan.

LAZ/BAZ selaku amil wajib mempertanggungjawabkan tugasnya kepada publik baik kepada para *muzakki*, mustahik maupun *stakeholder* lainnya. Bentuk transparansi ini dapat dilakukan melalui

⁶⁸Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (MenPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003

publikasi laporan di media cetak, *auditable* oleh akuntan publik dan bentuk lainnya.

3) Profesional.

Amil zakat merupakan profesi. Oleh karenanya, amil mesti profesional yang dicirikan dengan bekerja full time, memiliki kompetensi, amanah, jujur, leadership, dan jiwa entrepreneurship. Dengan pengelolaan yang profesional, amanah *muzakki* tertunaikan, *mustahiq* diberdayakan.⁶⁹

Ketiga hal di atas dapat diimplementasikan apabila didukung oleh penerapan prinsip-prinsip operasionalnya. Prinsip-prinsip operasionalisasi organisasi pengelola zakat (OPZ) antara lain:

- a) Aspek kelembagaan. Dari aspek kelembagaan, sebuah OPZ seharusnya memperhatikan berbagai faktor, yaitu : visi dan misi, kedudukan dan sifat lembaga, legalitas dan struktur organisasi, aliansi strategis.
- b) Aspek Sumber Daya Manusia (SDM). SDM merupakan aset yang paling berharga. Sehingga pemilihan siapa yang akan menjadi amil zakat harus dilakukan dengan hati-hati. Untuk itu perlu diperhatikan faktor perubahan paradigma bahwa amil zakat adalah sebuah profesi dan kualifikasi SDM-nya.
- c) Sistem Pengelolaan. OPZ harus memiliki system pengelolaan yang baik, unsur-unsur yang harus diperhatikan adalah : memiliki sistem,

⁶⁹Efri S. Bahri, *Zakat dan Pembangunan Sosial*. (Jakarta : FAM Publishing, 2013) hal 40

prosedur dan aturan yang jelas, manajemen terbuka, mempunyai *activity plan*, mempunyai *lending committe*, memiliki system akuntansi dan manajemen keuangan, diaudit, publikasi, perbaikan terus menerus.⁷⁰

2. Objek Pelayanan Baitul Mal

Objek pelayanan Baitul Mal yaitu orang-orang yang berhak menerima zakat atau disebut *asnaf* zakat. Allah s.w.t telah menjelaskan kepada siapa saja zakat harus diberikan, seperti dijelaskan dalam Al-Quran :

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ
 وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦٠﴾

Artinya : Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para muallaf yang lunak hatinya, untuk memerdekakan budak, untuk orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. (QS. At-taubah: 60)⁷¹

a. AL-Fuqara' (orang-orang fakir), dan

b. Al- Masakin (orang-orang Miskin)

Orang fakir dan miskin ialah orang yang tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mereka kebalikan dari orang-orang kaya, yaitu orang yang mampu memenuhi apa yang diperlukannya. Lebih jauh, seseorang dikatakan kaya jika ia memiliki harta yang telah mencapai *nishab*, yaitu sejumlah harta yang menjadi

⁷⁰ Efri S. Bahri, *Zakat dan Pembangunan Sosial...*, hal 40

⁷¹ Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*. (Bandung : PT. Syamiil Al-Quran, 2005) hal 196

kebutuhan dasar baginya dan sanak keluarganya berupa keperluan makan, minum, pakaian, rumah, kendaraan dan sebagainya. Jadi orang yang tidak memiliki semua itu dikatakan sebagai miskin dan berhak menerima zakat.⁷²

Namun, menurut imam Mazhab Maliki, Syafi'i dan Hanbali, terdapat perbedaan antara fakir dan miskin :

Yang disebut fakir ialah mereka yang tidak mempunyai harta atau penghasilan layak dalam memenuhi keperluannya; sandang, pangan, papan, dan segala keperluan pokok lainnya, baik untuk diri sendiri ataupun bagi mereka yang menjadi tanggungannya. Misalnya orang memerlukan sepuluh dirham sehari, tapi yang ada hanya empat, tiga, atau dua dirham. Sedangkan yang disebut miskin ialah yang mempunyai harta atau penghasilan layak dalam memenuhi keperluannya dan orang yang menjadi tanggungannya, tapi tidak sepenuhnya tercukupi, seperti misalnya yang diperlukan sepuluh, tapi yang ada hanya tujuh atau delapan, walaupun sudah masuk nisab atau beberapa nisab.⁷³

Termasuk dalam kategori fakir dan miskin yaitu :

- 1) orang yang tidak dapat memanfaatkan kekayaannya, misalnya seseorang yang berada di suatu tempat jauh dari negerinya. Atau berada di kampungnya tapi hartanya ditahan oleh pemerintah yang berbuat sewenang-wenang.
- 2) Orang yang berpiutang, disebut miskin karena tidak dapat mempergunakan hartanya sampai piutangnya terbayar.⁷⁴

⁷²Yasin Ibrahim Al-Syaikh. *Kitab Zakat : Hukum, Tatacara dan Sejarah* (Diterjemahkan Oleh Wawan S, Husein, Danny Syarif Hidayat) . (Bandung : Penerbit Marja, 2008). Hal 86-91

⁷³Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Quran dan Hadist* (Diterjemahkan Dari Bahasa Arab Oleh Dr Salman Harun, Drs Didin Hafidhuddin, dan Drs Hasanuddin). (Bogor : Litera Antarnusa, 2002) Hal 514-515

⁷⁴Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat...*, hal 515

c. *Al-Amilin* ‘alaiha (Pengumpul Zakat)

Amilin adalah orang yang ditunjuk oleh pemimpin umat Islam atau gubernur untuk mengumpulkan zakat. Yang termasuk *amilin* diantaranya adalah petugas dan pengatur administrasi zakat. Ambil bagian dalam pengaturan zakat mendapat imbalan. Petugas pun harus dibayar, baik orang kaya maupun orang miskin. Abu Daud meriwayatkan hadits dari Rasulullah s.a.w yang bersabda :

Tidak halal zakat bagi orang kaya kecuali dalam lima hal. Pertama, orang yang berperang di jalan Allah. Kedua, karena jadi amil zakat. ketiga, orang yang berhutang. Keempat, orang yang membeli barang sedekah. Kelima, orang yang tetanggannya orang miskin, lalu ia bersedekah kepada orang miskin itu, maka dihadihkannya kembali kepada orang kaya itu pula.⁷⁵

Seorang Amil Zakat hendaknya memenuhi syarat-syarat sebagai berikut⁷⁶ :

- 1) Muslim
- 2) Mukallaf
- 3) Jujur
- 4) Memahami hukum-hukum zakat
- 5) Kemampuan melaksanakan tugas
- 6) Boleh dari kerabat, namun upahnya tidak diambil dari harta zakat, maka dibolehkan menurut ijma' ulama.
- 7) Laki-laki
- 8) Merdeka bukan hamba sahaya

⁷⁵ Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat...*, hal 515

⁷⁶ Ibid. hal 551-555

d. Mu'allaf Qulubihim (orang yang lunak hatinya)

Yang termasuk Muallaf adalah kelompok masyarakat yang hatinya perlu untuk dirangkul atau dikukuhkan keislaman. Dalam kasus seperti ini, zakat dibagikan untuk mendapatkan dan memperoleh bantuan mereka dalam pertahanan umat Islam.⁷⁷

Menurut ulama fiqh, ada dua golongan muallaf muslim dan muallaf kafir. Muallaf muslim terdiri dari lima kelompok⁷⁸:

- 1) Para pemimpin kaum muslim. Dengan pemberian zakat diharapkan tandingan mereka, yakni orang kafir akan masuk Islam.
- 2) Para pemimpin kaum muslim yang lemah iman, namun ditaati pengikutnya. Dengan pemberian zakat diharapkan ketetapan hati dan keimanan mereka bertambah agar mereka rela berjihad.
- 3) Kaum muslim yang berada di daerah perbatasan dengan musuh.
- 4) Kaum muslim yang diperlukan memungut zakat dari orang yang tidak mau menyerahkan zakatnya, kecuali dengan pengaruh dan wibawa mereka
- 5) Orang yang baru masuk islam

Muallaf kafir digolongkan dalam 2 kelompok :

- 1) Golongan yang diharapkan keislamannya, baik dari lingkungan keluarga maupun kelompoknya,

⁷⁷Yasin Ibrahim al-Syaikh. *Kitab Zakat* (Diterjemahkan Oleh Wawan S, Husein, Danny Syarif Hidayat) . (Bandung : Penerbit Marja, 2008). hal 87

⁷⁸Syamsul Rijal Hamid. *Buku Pintar Agama Islam (Edisi Yang Disempurnakan)*. (Bogor : Lembaga Pengajaran/Kajian Dan Konsultasi Agama Islam LPKAI Cahaya Salam, 2007) Hal. 401

- 2) Golongan yang dikhawatirkan kejahatannya. Dengan pemberian zakat diharapkan mereka tidak melakukan kejahatan terhadap kaum muslimin.⁷⁹

e. *Fi Qirab* (budak belian)

Seorang budak yang ingin membebaskan dirinya dari perbudakan wajib diberi zakat agar ia bisa membayar uang pembebasan yang diperlukan kepada tuannya. Sekarang, karena perbudakan sudah tidak ada, maka kategori ini berlaku bagi orang yang terpidana yang tidak mampu membayar denda yang dibebankan kepadanya. Mereka dapat dibantu dengan zakat agar terjamin kebebasannya.

f. *Al-gharimin* (orang yang terbebani hutang)

Orang yang terbebani hutang dan tidak bisa membayarnya berhak menerima zakat agar bisa melunasinya. Orang yang berhutang terbagi ke dalam empat bagian, yaitu :

- 1) Orang yang menanggung hutang orang lain karena kekeliruan sehingga menjadi kewajibannya.
- 2) Orang yang salah mengatur keuangan.
- 3) Orang yang bertanggung jawab untuk melunasi hutang.
- 4) Orang yang terlibat perbuatan dosa dan kemudian bertobat.⁸⁰

g. *Fi sabilillah* (di jalan Allah)

Fi sabilillah merupakan istilah umum yang digunakan untuk seluruh perbuatan baik. Namun, menurut sebagian besar ulama, secara khusus berarti

⁷⁹Syamsul Rijal Hamid. *Buku Pintar Agama Islam..*, Hal. 401

⁸⁰Yasin Ibrahim Al-Syaikh, *Kitab Zakat....*hal 91

memberi pertolongan dalam jihad (perjuangan) agar Islam berjaya di dunia. Bagian zakat hendaknya diberikan kepada para mujahid, khususnya bagi orang yang tidak dibayar oleh negara, baik orang kaya ataupun miskin.

h. *Ibnu sabil* (pengembara)

Pengembara adalah orang yang bepergian (musafir) yang tidak punya uang untuk pulang ke tempat asalnya. Para ulama sepakat bahwa mereka hendaknya diberi zakat dalam jumlah yang cukup untuk menjamin mereka pulang. Pemberian ini juga diikat dengan syarat bahwa perjalanan dilakukan atas alasan yang bisa diterima dan dibolehkan dalam Islam. Tetapi jika musafir itu orang kaya di negerinya dan bisa menemukan seseorang yang meminjaminya uang, maka zakat tidak diberikan kepadanya.⁸¹

3. Qanun Aceh Tentang Baitul Mal

Pemberlakuan Syariat Islam di Aceh berdasarkan Undang-Undang Nomor 44 Tahun 1999 tentang penyelenggaraan Keistimewaan Provinsi Aceh, untuk membentuk lembaga-lembaga yang didasarkan pada ketentuan hukum Islam yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Aceh. Salah satu lembaga tersebut adalah Baitul Mal. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2006 Pasal 180 ayat (1) huruf d, pasal 191 dan pasal 192 telah memberikan kewenangan terhadap Pemerintahan Aceh berkenaan dengan zakat, wakaf, dan harta agama yang dikelola oleh Baitul Mal yang kemudian diatur dalam Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007.

⁸¹ Yasin Ibrahim al-Syaikh. *Kitab Zakat* (Diterjemahkan Oleh Wawan S, Husein, Danny Syarif Hidayat) . (Bandung : Penerbit Marja, 2008). hal 91

Disamping itu, adanya peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 2 tahun 2007 tentang penanganan masalah hukum dalam rangka pelaksanaan rehabilitasi dan rekonstruksi wilayah dan kehidupan masyarakat Aceh di provinsi Nanggroe Aceh Darussalam dan Kepulauan Nias Provinsi Sumatra Utara yang mengatur tentang Baitul Mal dan perwalian serta tanah yang tidak diketahui pemiliknya. Berdasarkan hal tersebut perlu dibentuk Qanun Baitul Mal agar tugas dan wewenang Baitul Mal dapat dilaksanakan secara efektif.⁸²

Qanun Aceh tentang Baitul Mal terdiri dari 14 Bab dan 63 pasal. Dalam Bab II Qanun Aceh tersebut tertera pembentukan dan susunan Organisasi Baitul Mal yang terdiri dari Baitul Mal Aceh, Baitul Mal Kabupaten/Kota, Baitul Mal Kemukiman, dan Baitul Mal Gampong. Pada Bab III terdapat 10 pasal tentang Kewenangan dan kewajiban Baitul Mal, mulai dari Baitul Mal Aceh, Kabupaten/Kota, Mukim, hingga Gampong. Pada Bab IV kemudian terdapat pasal tentang zakat secara umum, hingga tercantum pula tentang Uqubat yaitu ketentuan atau ancaman hukuman terhadap pelanggar *jarimah ta'zir* yang berkenaan dengan zakat yang terdapat pada Bab XIII pasal 50 dan 55.

Kegiatan sosialisasi zakat, wakaf, dan harta agama lainnya merupakan salah satu fungsi dan kewenangan Baitul Mal seperti yang tercantum pada Bab III pasal 8. Namun dalam menjalankan kewenangannya yang berkaitan dengan syariat, Baitul Mal berpedoman pada fatwa MPU Aceh (pasal 9). Semua penerimaan zakat yang dikelola Baitul Mal Aceh merupakan sumber PAD Aceh yang harus disetor ke Kas Umum Daerah Aceh.

⁸² Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 tentang Baitul Mal

Baitul Mal Aceh Besar yang merupakan objek penelitian ini termasuk dalam lembaga Daerah Non Struktural tingkat Kabupaten/kota yang dalam melaksanakan tugasnya bersifat independen sesuai dengan ketentuan syariat, dan bertanggungjawab kepada Bupati/Walikota, sehingga pada sumber penerimaan zakat sebagai PAD diatur pada pasal 25 ayat (2) dan (3) yang menyebutkan bahwa sumber penerimaan zakat tersebut harus disetor ke Kas Umum daerah Kabupaten Kota.

Penjelasan qanun yang mengatur khusus Baitul Mal Kabupaten/Kota meliputi Susunan organisasi Baitul Mal Kabupaten, Kewenangan dan Kewajibannya, Pengelolaan Zakat, biaya operasional, serta penyetoran sumber penerimaan zakat sebagai PAD dan sebagainya, telah diatur pada bagian tersendiri dengan jelas dan rinci. Sedangkan penjelasan tentang zakat, perwalian, Uqubat, dan sebagainya berlaku secara umum (dari Baitul Mal Provinsi sampai Baitul Mal gampong).⁸³ Dengan adanya pemberlakuan qanun Nomor 10 tahun 2007 tentang Baitul Mal, maka qanun sebelumnya yaitu qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam nomor 7 tahun 2004 tentang pengelolaan zakat (Lembaran Daerah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Tahun 2004 Nomor Seri B Nomor 4) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku seperti yang telah tercantum pada pasal 62 Qanun nomor 10 tahun 2007.

⁸³Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 tentang Baitul Mal

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah, metode penelitian merupakan suatu hal yang menentukan efektivitas dan sistematis sebuah penelitian tersebut. Penelitian mengenai gejala komunikasi memiliki sifat lintas disiplin (*interdisciplinary*), karena aktivitas komunikasi merambat semua aspek kehidupan, termasuk psikologis, sosial, politik, ekonomi, budaya, sejarah, etika, estetika, dan filsafat.¹

Begitu pula dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitik-kualitatif. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data dan bukan banyaknya (kuantitas) data. Periset ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan, dengan demikian periset menjadi instrumen riset yang harus terjun di lapangan.²

Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan atau jenis riset deskriptif-kualitatif adalah riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset

¹ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta : Lkis Pelangi Aksara, 2007), hal. 20

²Rahmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.(Jakarta : Penerbit Kencana, 2006), hal. 56

sudah mempunyai konsep biasanya satu konsep dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual landasan teori, periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan relitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel.³

Dalam penelitian ini, tipe atau jenis riset yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif dengan menggunakan data primer yang bersumber dari data penelitian lapangan, dan data sekunder melalui studi kepustakaan. Batasan penelitian ini yaitu dari tahun 2014 sampai tahun 2015.

B. Subjek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Baitul Mal Aceh Besar yang berlokasi di Kantor Bupati Aceh Besar, Jalan T Bachtiar Panglima Polem No 1 Kota Jantho, dan masyarakat di Kecamatan Darussalam, Aceh Besar.

Populasi (keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti) dalam penelitian ini adalah karyawan/karyawati Baitul Mal Aceh Besar, dan masyarakat di Kecamatan Darussalam, Aceh Besar.

Sedangkan sampel yang merupakan sebagian dari keseluruhan dari objek atau fenomena yang diteliti, dalam istilah riset kualitatif disebut subjek riset. Karena dalam penelitian kualitatif tidak dikenal istilah sampel, melainkan disebut informan atau subjek riset, yaitu orang-orang yang dipilih di wawancarai atau diobservasi sesuai tujuan riset. Disebut subjek riset bukan objek karena informan

³ Rahmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi...*, hal 69

dianggap aktif mengkonstruksi realitas, bukan sekedar objek yang hanya mengisi kuisisioner.⁴

Adapun dalam penelitian ini, yang menjadi responden adalah :

1. Staff dan karyawan/ti Baitul Mal Aceh Besar dari badan pelaksana (BAPEL) dan bagian sekretariat Baitul Mal Aceh Besar.
2. Masyarakat Kecamatan Darussalam Aceh Besar, yang terdiri dari 3 Kemukiman, yaitu Mukim Tungkop, Siem, dan Mukim Lambaro Angan. masing-masing kemukiman terdiri dari 10 desa. Peneliti mengambil informan pada masing-masing kemukiman sebanyak 2 desa, yaitu :
 - a. Mukim Tungkop : desa Tanjung seulamat, dan desa Tungkop.
 - b. Mukim Siem : desa Siem,dan desa Lie-ue
 - c. Mukim lambaro Angan: desa Lambaro Sukon,dan desa Miruek Taman.

Masing-masing desa yang menjadi informan adalah Kepala Kemukiman, *Geuchik*, dan *tengku imum*. Sehingga totalnya adalah 15 orang. Namun dalam penelitian kualitatif, data tersebut yang tidak relevan akan di seleksi dan diabaikan karena lebih mementingkan kualitas bukan kuantitas data.

C. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data sebagai penunjang utama dalam penelitian ini, maka metode pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

⁴ Rahmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta : Penerbit Kencana, 2006) hal 165

1. Data Primer

a. Observasi.

Observasi meliputi pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.⁵ Observasi dilakukan untuk mendapatkan data awal pada penelitian dan juga pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung dan cermat. Sehingga membantu memperoleh data lapangan yang berguna untuk penyelesaian penelitian.

b. Wawancara.

Wawancara adalah sebuah teknik dialog bertatap muka langsung dengan informan, antara pewawancara dengan terwawancara untuk memperoleh informasi dan data penelitian. Wawancara yang dilakukan peneliti adalah dengan menggunakan pedoman wawancara, kepada 15 orang responden yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Data Sekunder

Studi Pustaka yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengkaji beberapa literatur yang erat hubungannya dengan permasalahan yang dibahas, baik dalam bentuk *searching* atau pencarian melalui internet maupun keustakaan.

D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Untuk mengolah data yang sudah didapatkan di lapangan selama masa penelitian, maka penulis akan melakukan proses selanjutnya yaitu mengolah data-data tersebut dengan menyeleksi realibilitas dan validitasnya. Data yang rendah

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002) hal.133

realibilitas dan validitasnya dan data yang kurang lengkap digugurkan atau dilengkapi dengan substitusi. Selanjutnya, data yang telah lulus dalam seleksi itu lalu diatur kembali agar memudahkan pengolahan selanjutnya.⁶ Artinya, data yang diolah hanya data yang terkait dan akurat dan mengabaikan hal-hal yang tidak penting. Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara maupun observasi.⁷

Dalam teknik pengolahan data, setelah semua data terkumpul lalu data tersebut diklasifikasikan dan dianalisis. Pengklasifikasian dan penganalisisan ini dilakukan dengan menempuh langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan sejumlah data (data kasar) untuk diselidiki dan dianalisis.
- b. Menyeleksi data yang relevan.
- c. Menganalisis (membahas) dan menyimpulkan.

Semua data yang berhasil dikumpulkan penulis di lapangan. Data tersebut terkumpul baik melalui observasi, dan wawancara. Kemudian data tersebut diklasifikasikan (dipisahkan) ke dalam kategori-kategori tertentu dengan mempertimbangkan kesahehannya.⁸

⁶ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), Hal.40

⁷ Rachmat Kriyanto, *Teknis Praktis...*, hal 86

⁸ Ibid. hal 192

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Wilayah Kecamatan Darussalam

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Besar, Kabupaten Aceh Besar terdiri dari 23 Kecamatan, 68 Mukim, dan 604 Gampong/Desa, salah satunya adalah Kecamatan Darussalam.

Berikut data geografis Kecamatan Darussalam :

Tabel IV. 1

Data Geografis Kecamatan Darussalam¹

Nama kecamatan	Darussalam
Ibukota Kecamatan	Lambaro Angan
Kabupaten	Aceh Besar
Provinsi	Aceh
Luas Kecamatan	38,42 Km ²
Jumlah Kemukiman	3 Mukim
Jumlah Gampong	29 Gampong
Batas-Batas kecamatan	
Sebelah Utara	Kecamatan Baitussalam dan Kecamatan Masjid Raya
Sebelah Selatan	Kecamatan Kuta Baro
Sebelah Barat	Kecamatan Baitussalam, Kecamatan Krueng Barona Jaya, dan Kota Banda Aceh
Sebelah Timur	Kecamatan Masjid Raya

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Darussalam Dalam Angka 2015

¹ BPS Kabupaten Aceh Besar Bekerja Sama Dengan BAPPEDA Kabupaten Aceh Besar/ BPS– Statistics Of Aceh Besar Regency Collaboration With BAPPEDA Of Aceh Besar Regency. *Kecamatan Darussalam Dalam Angka 2015*. hal 2

Berikut ini pembagian desa/gampong per mukim di kecamatan Darussalam:

Tabel IV. 2

Kemukiman dan Gampong Kecamatan Darussalam²

Nama Mukim	Nama Desa/Gampong	Luas Gampong	Jumlah penduduk
LAMBARO ANGAN (Luas 13,00 Km ²)	1. Angan	8.50 Km ²	297 Jiwa
	2. Gampong Blang	6.50 Km ²	556 Jiwa
	3. Lambada Peukan	0.50 Km ²	666 Jiwa
	4. Lambaro Sukon	4.46 Km ²	725 Jiwa
	5. Lambiheu	0.56 Km ²	546 Jiwa
	6. Lampeudaya	0.85 Km ²	673 Jiwa
	7. Miruek Taman	1.45 Km ²	1175 Jiwa
	8. Suleue	1.20 Km ²	367 Jiwa
SIEM (Luas 32,20 Km ²)	9. Krueng kale	18.42 Km ²	296 Jiwa
	10. Lam Asan	0.76 Km ²	430 Jiwa
	11. Lamiheu Siem	1.12 Km ²	674 Jiwa
	12. Lambitra	3.35 Km ²	536 Jiwa
	13. Lamklat	0.50 Km ²	389 Jiwa
	14. Lamreh	4.70 Km ²	721 Jiwa
	15. Lamduro	0.50 Km ²	708 Jiwa
	16. Lie Eue	0.51 Km ²	968 Jiwa
	17. Siem	2.84 Km ²	970 Jiwa
TUNGKOP (Luas 31,22 Km ²)	18. Barabung	0.94 Km ²	667 Jiwa
	19. Lamkeuneung	0.50 Km ²	535 Jiwa
	20. LamUjongTungkop	0.46 Km ²	410 Jiwa
	21. Lampuja	1.00 Km ²	235 Jiwa
	22. Lam Gawe	0.40 Km ²	217 Jiwa
	23. Lampuuk	0.40 Km ²	705 Jiwa
	24. Lamtimpeueng	0.84 Km ²	653 Jiwa

² BPS Kabupaten Aceh Besar. *Kecamatan Darussalam Dalam Angka 2015..*, hal 5

	25. Limpok	496 Km ²	1362 Jiwa
	26. Tungkop	1.00 Km ²	2481 Jiwa
	27. Lamduroy	0.50 Km ²	708 Jiwa
	28. Tanjung Deah	1.00 Km ²	955 Jiwa
	29. Tanjung seulamat	1.00 Km ²	4365 Jiwa
	Total	76,42 Km²	23.950 Jiwa

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Aceh Besar dalam angka 2015

2. Baitul Mal Aceh Besar

a. Sejarah Berdirinya Baitul Mal Aceh Besar

Pengelolaan zakat pada masa lalu masih bersifat tradisional, artinya zakat belum dikelola dengan manajemen yang baik, sehingga zakat yang diberikan kepada *mustahiq* hanya bersikap konsumtif. Berdasarkan pengalaman tersebut, seiring dengan pelaksanaan syariat Islam secara kaffah, pemerintah Aceh menyadari pentingnya kehadiran sebuah lembaga zakat yang definitif dengan membuat Undang-Undang dan sistem manajemen untuk mengelola zakat. Dengan melibatkan *stakeholder* yang ada pemerintah terus mencari formulasi yang tepat tentang untuk membentuk lembaga pengelolaan zakat ini, sehingga yang terakhir lahirlah lembaga pengelola zakat secara profesional.³

Cikal bakal terbentuknya Baitul Mal di Aceh, dimulai saat pemerintah mengeluarkan Keputusan Gubernur Nomor 05 Tahun 1973 tentang pembentukan Badan Penertiban Harta Agama (BPHA). Badan ini berjalan selama dua tahun (1973-1975), sebelum kemudian pemerintah menggantikan dengan Badan Harta Agama (BHA) dengan mengeluarkan Keputusan Gubernur Provinsi NAD Nomor

³ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015.

18 Tahun 2003 tentang pembentukan Badan Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah (BAZIS). Kemudian BAZIS, kembali diganti dengan nama Baitul Mal, hal tersebut berkaitan dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh yang merupakan tindak lanjut perjanjian MoU Helsinki.⁴

Baitul Mal tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 semata, tetapi terdapat juga dalam Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2007 tentang Penetapan Peraturan Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2007 tentang Penanganan Masalah Hukum dan Pasca Tsunami di Aceh dan Nias menjadi Undang-Undang. Untuk melaksanakan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh dan Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2007 sebagaimana telah diuraikan di atas memerlukan peraturan turunan (derivatif) dalam bentuk Qanun, yaitu Qanun Nomor 10 Tahun 2007 tentang Baitul Mal. Pelaksanaan Qanun tersebut diatur kembali dalam Peraturan Gubernur (PERGUB) Nomor 92 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Aceh dan PERGUB Nomor 60 Tahun 2008 tentang Mekanisme Pengelolaan Zakat.

Setelah terbentuknya peraturan dan struktur organisasi Baitul Mal di Aceh maka, pemerintah pusat menerbitkan Peraturan Menteri Dalam Negeri (PERMENDAGRI) Nomor 18 Tahun 2008 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Keistimewaan Aceh, dimana Baitul Mal Aceh termasuk dalam satu dari empat Lembaga Keistimewaan Aceh, yaitu Baitul Mal Aceh, MPU,

⁴ Keputusan Gubernur Nomor 05 Tahun 1973 tentang pembentukan Badan Penertiban Harta Agama (BPHA).

MAA dan MPD. PERMENDAGRI tersebut membentuk sekretariat yang bertugas untuk memfasilitasi kegiatan lembaga keistimewaan Aceh yang bersumber dari dana APBD. Pelaksanaan PERMENDAGRI tersebut diatur dalam Peraturan Gubernur Aceh Nomor 33 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Lembaga Keistimewaan Aceh.⁵

Untuk Kabupaten/Kota, pemerintah pusat juga menetapkan PERMENDAGRI Nomor 37 Tahun 2009 tentang Pedoman dan Tata Kerja Lembaga Keistimewaan Aceh untuk Kabupaten/Kota. Khusus Baitul Mal Kabupaten Besar secara filosofi dan sosiologi sejarah/latar belakang terbentuknya tidak jauh berbeda dengan terbentuknya Baitul Mal di Aceh. Namun secara eksplisit pembentukan Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar diperkuat oleh Pemerintah Kabupaten Aceh Besar dengan menetapkan Qanun Nomor 07 tahun 2010 tentang susunan organisasi dan tata kerja sekretariat lembaga keistimewaan Kabupaten Aceh Besar dan Peraturan Bupati Nomor 48 tahun 2012 tentang tata cara penerimaan, pencairan dan pendistribusian zakat, infaq dan sedekah. Dengan demikian secara legal formal Baitul Mal Aceh Besar dapat menjalankan tugas dan fungsinya sebagai pengelola zakat, infaq dan sedekah.

Kemudian untuk memperkuat Baitul Mal Aceh Besar dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya Bupati Aceh Besar mengangkat Dewan Pembina, yang tertuang dalam Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar. Disamping bertugas untuk mengawasi pelaksanaan kegiatan Baitul Mal Kabupaten Aceh

⁵ Peraturan Gubernur Aceh Nomor 33 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Lembaga Keistimewaan Aceh

Besar, Dewan Pembina, juga memberikan penafsiran, arahan dan menjawab hal-hal berkaitan dengan syariah, dengan demikian diharapkan pengelolaan zakat, harta wakaf dan harta agama lainnya sesuai dengan ketentuan syariat.⁶

b. Kewenangan Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar⁷

Kewenangan Baitul Mal Aceh Besar sekilas telah diuraikan sebagaimana tersebut di atas, namun untuk lebih jelas tentang kewenangan Baitul Mal Aceh Besar adalah melakukan pengumpulan, pendataan *muzakki* dan *munfiq* untuk menetapkan jumlah zakat dan infaq yang harus dipungut sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta penyelenggaraan administrasi pembukuan dan pelaporan. Secara terperinci wewenang Baitul Mal Aceh Besar dapat dilihat dalam beberapa peraturan di bawah ini, yaitu :

- 1) Pasal 191, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh, menyebutkan: Zakat, Harta Wakaf dan Harta Agama Lainnya dikelola oleh Baitul Mal Aceh dan Baitul Mal Kabupaten/Kota. Pasal 12 Peraturan Bupati Aceh Besar tahun 2010 menjelaskan tentang bagian pengumpulan melakukan pengumpulan, pendataan *muzakki* dan *munfiq* untuk penetapan jumlah zakat dan infak yang harus dipungut sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta penyelenggaraan administrasi pembukuan dan pelaporan.
- 2) Pasal 15 Peraturan Bupati Aceh Besar Tahun 2010 menjelaskan tentang Bidang Pendistribusian mempunyai tugas menyalurkan zakat sesuai

⁶ Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

⁷ Ibid.

dengan asnaf yang telah ditetapkan, menyalurkan infaq dan harta agama lainnya dengan peruntukannya yang ditetapkan berdasarkan syariat serta membuat pertanggungjawaban dan pelaporan secara berkala.

- 3) Pasal 17 Peraturan Bupati Aceh Besar Tahun 2010 Bidang Pengawasan dan Pembinaan mempunyai tugas melakukan monitoring dan evaluasi secara intern lingkup kewenangan Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar dan secara ekstern pembinaan lingkup kewenangan Baitul Mal Kemukiman dan Baitul Mal Gampong.
- 4) Pasal 19 Peraturan Bupati Aceh Besar tahun 2010 menjelaskan tentang Bagian perwalian dan Harta Agama mempunyai tugas melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap wali pengawas dan wali pengganti pada Baitul Mal Gampong, serta melakukan Inventarisasi, sertifikasi dan pemberdayaan harta wakaf dan harta agama lainnya.
- 5) Pasal 21 ayat 2 Peraturan Bupati Aceh Besar tahun 2010 menjelaskan tentang Bendahara penerimaan mempunyai tugas melakukan penerimaan, penyimpanan, penyetoran, penatausahaan dan pertanggungjawaban seluruh penerimaan Baitul Mal sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 6) Dalam pasal 21 ayat 3 Peraturan Bupati Aceh Besar tahun 2010 menjelaskan tentang Bendahara penyaluran mempunyai tugas melakukan transaksi pengeluaran, penetausahaan dan membuat pertanggungjawaban sesuai dengan ketentuan yang berlaku.⁸

⁸ Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

7) Pada pasal 22 ayat 1 Peraturan Bupati Aceh Besar tahun 2010 juga menjelaskan tentang Unit Pengelola Zakat Produktif (UPZP) mempunyai tugas melakukan pengelolaan zakat produktif yang telah dipisahkan untuk disalurkan kepada mustahik sesuai dengan Keputusan Kepala Baitul Mal.⁹

c. Visi dan Misi Baitul Mal Aceh Besar¹⁰

- **Visi**

“Menjadikan Baitul Mal Aceh Besar sebagai Lembaga Amil yang Profesional, Jujur dan Amanah”.

- **Misi**

- 1) Mewujudkan Pelayanan yang Optimal kepada *Muzakki* dan Mustahik
- 2) Melaksanakan pengumpulan zakat, infaq dan shadaqah secara produktif
- 3) Mewujudkan kesadaran berzakat sebagai suatu kewajiban
- 4) Mendistribusikan dana zakat, infaq dan shadaqah yang telah terkumpul kepada *mustahiq* secara proposional dan memperhatikan skala prioritas
- 5) Mewujudkan para Mustahik untuk menjadi *Muzakki*

⁹ Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

¹⁰ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015.

- 6) Mendayagunakan dana zakat, infaq dan shadaqah secara produktif untuk kemaslahatan pemberdayaan ekonomi umat.
- 7) Mewujudkan pembayaran zakat melalui Baitul Mal (Amil Zakat)
- 8) Melaksanakan kajian untuk pengembangan dan peningkatan kualitas pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah.
- 9) Mewujudkan masyarakat yang Madani dan Mandiri.

d. Tujuan Dan Sasaran¹¹

- **Tujuan**

- 1) Meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntunan agama.
- 2) Meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial.
- 3) Meningkatkan daya guna zakat.

- **Sasaran**

Sasaran yang ingin dicapai oleh Baitul Mal Aceh Besar diarahkan kepada peningkatan kesadaran berzakat, pendistribusian yang profesional yang mengacu kepada kemaslahatan umat, peningkatan taraf ekonomi umat, dan peningkatan Profesionalisme Badan Pelaksana Baitul Mal dalam mengelola zakat.

Dalam melaksanakan kegiatan Badan Pelaksana Baitul Mal Aceh Besar selalu bermusyawarah dengan Dewan Pembina, Badan Pelaksana dan Sekretariat

¹¹ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015.

Baitul Mal untuk menghasilkan suatu rencana kerja yang tepat sasaran, terukur dan terpadu.

- **Tujuan dan Sasaran Pengumpulan¹² :**

- Inventaris data *Muzakki*, *Munfiq*, dan *Mutashaddiq*
- Membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ) baru pada instansi/lembaga pemerintah kabupaten Aceh Besar dan BUMN/BUMD dan perusahaan swasta yang berkedudukan di kabupaten Aceh Besar.
- Mengaktifkan dan memantau kegiatan UPZ-UPZ yang lama serta yang baru terbentuk.
- Pembentukan dan Penguatan Kelembagaan Baitul Mal Gampong.

- **Penggunaan/Sasaran¹³ :**

- 1) Pendistribusian Pelayanan Sosial Dan Kemanusiaan
 - a. Pendistribusian Untuk Fakir
 - Distribusi Rutin Bulan Ramadhan
 - Distribusi Rutin Fakir Uzur
 - b. Pendistribusian Untuk Miskin
 - Distribusi Rumah Miskin
 - Distribusi Rutin Bulan Ramadhan
 - Distribusi Insidental
 - Distribusi Tunai Tuna Netra
 - Distribusi Yatim Miskin Di Panti Asuhan

¹² Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015

¹³ Ibid

- c. Pendistribusian Untuk Muallaf
 - Distribusi Untuk Pembinaan Muallaf
 - Pembangunan Rumah Muallaf Binaan, Lahan Dan Biaya Hidup Muallaf.
 - d. Pendistribusian Untuk Ibnu Sabil
 - e. Pendistribusian Untuk Gharim
 - Distribusi Korban Musibah Kebakaran Dan Bencana Alam
 - Distribusi Sosial Lainnya.
- 2) Pendistribusian Untuk Meningkatkan Kualitas SDM
- Program Fi Sabilillah
 - Beasiswa Tahfiz Al-Quran 30 Juz
 - Peningkatan Taman Bacaan Al-Quran (Tpa)
 - Peningkatan dan Pelatihan Pemahaman IT
- 3) Pendistribusian Untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat
- a) Distribusi Modal Usaha Produktif
 - b) Distribusi Pertanian Dan Peternakan
- 4) Pendistribusian Untuk Sosialisasi Sadar Zakat
- a) Pembuatan Majalah
 - b) Baliho, Spanduk, Radio, Televisi
 - c) Sosialisasi Langsung Kepada *Muzakki*¹⁴

¹⁴ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar Tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015.

e. Struktur Organisasi Baitul Mal Aceh Besar

Susunan Organisasi Baitul Mal Aceh Besar terdiri dari tiga komponen, yaitu Dewan Pertimbangan Syariah, Badan Pelaksana Harian, dan Sekretariat. Kepengurusan berdasarkan pada Surat Keputusan Bupati Aceh Besar Nomor PEG.821.23/12/2013.¹⁵

Untuk Dewan Pertimbangan Syariah diatur dalam Peraturan Gubernur Nomor 2 Tahun 2011 tentang tugas dari Dewan Pertimbangan Syariah kepada Baitul Mal Aceh dalam melakukan pengelolaan zakat, infaq, dan shadaqah serta harta agama. Adapun personalia dari Dewan Pertimbangan Syariah Baitul Mal Aceh Besar, adalah :

- Kepala Dinas Syariat Islam Kabupaten Aceh Besar
- Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Besar
- Kepala Dinas Mahkamah Syari'ah Kabupaten Aceh Besar\
- Ketua MPU (Majelis Permusyawaratan Ulama) Kabupaten Aceh Besar¹⁶

Kemudian berdasarkan Qanun Kabupaten Aceh Besar Nomor 10 tahun 2010, dibentuklah struktur pengurus Baitul Mal Aceh Besar yaitu terdiri dari Dewan Pembina, Badan Pelaksana, dan Sekretariat Baitul Mal Aceh Besar, yaitu sebagai berikut ¹⁷:

¹⁵ Surat Keputusan Bupati Aceh Besar Nomor PEG.821.23/12/2013 dan Baitul Mal Directory 2015, *Profil Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar*. Hal. 17

¹⁶ Peraturan Gubernur Nomor 2 Tahun 2011

¹⁷ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar Tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015.

1) Dewan Pembina Baitul Mal¹⁸

Ketua	: T. Hasbi, SH
Sekretaris	: Drs. Salahuddin
Anggota	: Tgk. Muhammad. MJ
Anggota	: Drs. Sufyan Ahmad, S.Ag

2) Badan Pelaksana Baitul Mal¹⁹

Kepala Badan Pelaksana Baitul Mal	: Dr. Jasafat, MA
Bidang Pengumpulan	: Nurhabibah
Bidang Pendistribusian	: Hasnuri Sartika
Bidang Pengawasan Dan Pembinaan	: Drs.Usman (Meninggal Dunia)
Bidang Harta Agama Dan Perwalian	: Drs. Mustafa Sufi
Unit Pengelola Zis Produktif	: Andika Pratama (Mengundurkan Diri)
Bendahara Penerimaan	: Yuzadi
Bendahara Pengeluaran	: Atia Erakirana, SE
Staff	: Basyiruddin, S.Pd. I
Staff	: Heri Supriyanto. A.Md Rahmat Novrizal

3) Sekretariat Baitul Mal²⁰

Susunan Organisasi Sekretariat Baitul Mal Terdiri dari:

Kepala Sekretariat	: Drh. Daniwaldi
--------------------	------------------

¹⁸ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar Tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar Tentang *Profil Baitul Mal Aceh Besar* 2015.

Sub. Bagian Umum	: Falaura, SH Syarbini Syukriah, A.Md Andi Fitri hastuti Asraf Mustafa
Sub. Bagian Keuangan dan Program	: Rusdawati, A.Md Hendra saputra
Sub. Bagian Pengem. Informasi & Teknologi	: Zuhri, S.sos Ilham

f. Tugas dan Tata Kerja Baitul Mal Aceh Besar²¹

Berdasarkan Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar bahwa setiap bagian dan bidang mempunyai tugas masing-masing, sebagai berikut :

- 1) **Kepala Baitul Mal** : mempunyai tugas melakukan pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan, pemberdayaan, sosialisasi, pengembangan dan pengelolaan zakat, harta wakaf, harta agama serta menjadi wali pengawas sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) **Bidang Pengumpulan/Penerimaan Zakat** : mempunyai tugas melakukan pengumpulan, pendataan *muzakki* dan munfiq untuk penetapan jumlah zakat dan infaq yang harus dipungut sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta penyelenggaraan administrasi dan pelaporan.

²¹ Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

- 3) **Bidang Pendistribusian** : mempunyai tugas menyalurkan zakat sesuai dengan asnaf yang telah ditetapkan, menyalurkan infaq dan harta agama lainnya sesuai dengan peruntukannya yang ditetapkan berdasarkan syariat serta membuat pertanggungjawaban dan pelaporan secara berkala.
- 4) **Bidang Pengawasan dan Pembinaan** : mempunyai tugas melakukan monitoring dan evaluasi secara intern lingkup kewenangan Baitul Mal kabupaten Aceh Besar dan secara ekstern pembinaan lingkup kewenangan Baitul Mal Kemukiman dan Baitul Mal Gampong.
- 5) **Bidang Perwalian dan Harta Agama** : mempunyai tugas melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap wali pengawas dan wali pengganti pada Baitul Mal Gampong, serta melakukan inventarisasi, sertifikasi dan pemberdayaan harta wakaf dan harta agama lainnya.
- 6) **Unit Pengelola Zakat Produktif** : mempunyai tugas melakukan pengelolaan zakat produktif yang telah dipisahkan untuk disalurkan kepada mustahik sesuai dengan Keputusan Kepala Baitul Mal²².

g. Sumber Pengumpulan Zakat Baitul Mal Aceh Besar²³

Sumber pengumpulan zakat oleh baitul mal kabupaten/kota tertera di dalam Qanun Aceh nomor 10 tahun 2007 pada bagian kedua pasal 12 yaitu meliputi :

- 1) Zakat mal dari BUMD dan Badan Usaha yang berklarifikasi menengah.

²² Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Susunan organisasi dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

²³ Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 Tentang Baitul Mal

- 2) Zakat pendapatan dan jasa/honorarium dari :
 - a. Pejabat/PNS/TNI-Polri, karyawan pemerintah pusat/pemerintah aceh pada tingkat kabupaten/kota
 - b. Pejabat/PNS/karyawan lingkup pemerintah kabupaten/kota
 - c. Pimpinan dan anggota DPRK, dan
 - d. Karyawan BUMN/BUMD dan perusahaan swasta yang berada pada tingkat kabupaten/kota
- 3) Zakat sewarumah/pertokoan yang terletak di kabupaten/kota
- 4) Harta agama dan harta waqaf yang berlingkup kabupaten/kota

Berdasarkan qanun Aceh tentang Baitul Mal pada bagian kedua tentang pengelolaan zakat Kabupaten/Kota menjelaskan bahwa semua penerimaan zakat yang dikelola Baitul Mal Kabupaten/Kota merupakan sumber PAD Kabupaten/Kota yang harus disetor ke kas umum daerah Kabupaten/kota, termasuk dalam hal ini Baitul Mal Aceh Besar, yang kemudian PAD tersebut masuk ke rekening tersendiri Bendaharawan Umum Daerah (BUD) Kabupaten/Kota yang ditunjuk Bupati/Walikota dan dana tersebut hanya dapat dicairkan untuk kepentingan program dan kegiatan yang diajukan Kepala Baitul Mal Kabupaten/Kota sesuai dengan *asnaf* masing-masing.²⁴

²⁴ Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 Tentang Baitul Mal

h. Program dan realisasi ZIS Baitul Mal Aceh Besar

Berikut ini adalah program kerja Baitul Mal Aceh Besar tahun 2015²⁵ :

Tabel IV. 3

Program dan realisasi ZIS Baitul Mal Aceh Besar 2015

No	Asnaf/Uraian	Jumlah
	Fakir	Rp 4.151.6000
1	Santunan Kebutuhan Hidup Fakir Uzur/Lansia	Rp 1.440.000.000
A	Bantuan Biaya Berobat Fakir Uzur/Keluarga	Rp 1.504.800.000
B	Bantuan Tunai Bulan Ramadhan 1436 H (6.040 Org X Rp 200.000)	Rp 1.208.000.000
C	Miskin	Rp 5.527.002.786
2	Bantuan Rekonstruksi Rumah (45 Unit X@Rp 66.600.000) Di 22 Kecamatan Dalam Aceh Besar	Rp 2.988.929.000
A	Bantuan Miskin Insidentil	Rp 6.850.000
B	Pengembalian Kepada SKPD Di UPZ (22%)	Rp 2.531.223.786
3	Muallaf	Rp 7000.000
A	Bantuan Tunai 10 Org X@Rp 1.500.000 (Tahap II)	Rp 6000.000
B	Bantuan Tunai 20 Org X @1.000.000 (Tahap II Dan III)	Rp 1.000.000
4	Gharimin	Rp 44.000.000
A	Gharimin	Rp 44.000.000
5	Fisabilillah	Rp 1.949.551.794
A	I. Tahfidz Al-Quran 30 Juz Ma'had Al-Athiyah Lembah Seulawah	
	Tingkat SMP Tahun III, 5 Org	
	- Iuran Bulanan (5 Org X 6 Bln X @Rp 600.000) Januari S/D Juni 2015	Rp 18.000.000
	- Uang Saku (5 Org X 6 Bln X @Rp 100.000)	Rp 3.000.000
	- Biaya wisuda (5 org x @rp 620.000)	3.100.000
	Tingkat SMP Tahun II, 7 Org	
	- Iuran Bulanan (7 Org X 6 Bln X @Rp 600.000) Januari S/D Juni 2015	Rp 25.200.000
	- Iuran Bulanan (7 Org X 6 Bln X @Rp 700.000) Juni S/D Juli 2015	Rp 29.400.000
	- Uang Saku (7 Org X 12 Bln X @Rp 100.000)	Rp 8.400.000
	Tingkat SMA Tahun II, 7 Org	
	- Iuran Bulanan (5 Org X 12 Bln X @Rp 800.000) Januari S/D Juni 2015	Rp 38.400.000
	- Uang Saku (5 Org X 12 Bln X @Rp 100.000)	Rp 4.800.000
	- Uang Kesehatan Pertahun (5 Org X 1 Thn X @Rp 300.000)	Rp 1.200.000
	II. Tahfidz Al-Quran 30 Juz Ma'had Al-Fatah, Temboro, 21 Org	
	- Iuran Bulanan (21 Org X 12 Bln X @Rp 405.000)	Rp 96.360.000
	- Uang Saku (21 Org X 12 Bln X @Rp 300.000)	Rp 72.000.000
	- Pakaian Seragam (21 Org X 1 Kali X @200.000)	Rp 3.800.000
	- Biaya Pembelian Kitab (21 Org X 1 Thn X @Rp 250.000)	Rp 4.750.000
	- Biaya Daftar Ulang (21 Org X 1 Thn X Rp 405.000)	Rp 8.225.000
	III. Tahfidz Al-Quran 30 Juz Ma'had Yala, Thailand (28 Org)	

²⁵ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar tentang *Program Kerja Baitul Mal Aceh Besar 2015*

	- Iuran Bulanan (28 Org X 12 Bln X @Rp402.000)	Rp	132.660.000
	- Uang Saku (28 Org X 12 Bln X @Rp 402.000)	Rp	132.660.000
	- Pakaian Seragam (28 Org X 1 Kali X @Rp 603.000)	Rp	16.884.000
	- Biaya Lapor Visa Januari S/D Desember 2015 (28 Org X 12bln@509.000)	Rp	167.986.794
	- Biaya Kesehatan (28 Org X 1 Kali X @Rp 201.000)	Rp	5.628.000
	- Biaya Kitab-Kitab (28 Org X @Rp160.800)	Rp	4.502.400
	- Biaya Khurut (28 Org X@Rp 241.200)	Rp	6.753.600
	- Biaya Pendaftaran Ulang (28 Org X @Rp 301.500)	Rp	8.442.000
	IV. Tahfidz Al-Quran 30 Juz Ma'had Al-Kautsar (Putra)		
	- Iuran Bulanan (1 Org X 12 Bln X @Rp 300.000)	Rp	3.600.000
	- Iuran Bulanan Untuk Bulan Juli S/D Desember Tahun 2014		
	- Uang Saku (1 Org X 12 Bln X @Rp 300.000)	Rp	3.600.000
	- Uang Saku Untuk Bulan Juli S/D Desember Thn 2014		
	V. Tahfidz Al-Quran 30 Juz Ma'had Al-Kautsar (Putri)		
	- Iuran Bulanan (1 Org X 12 Bln X @Rp 500.000)	Rp	3.000.000
	- Uang Saku (1 Org X 12 Bln X @Rp 300.000)	Rp	1.800.000
	- Pendaftaran Ulang (1 Org X 1 Kali X @Rp 1.120.000)	Rp	49.900.000
	VI. Tahfidz Al-Quran Lainnya		
B	Insentif Imam Hafidz Taraweh (25 Org X 25 Malam X @Rp 120.000)		
C	Insentif Ustad Pembinaan Muallaf (2 Org X 12 Bln X @Rp 500.000)	Rp	12.000.000
D	Insentif Ustad/Ustadzah Tpa/Tpq, Tipe A (3 Kali X 1 Tahun X 50 Tpa/Tpq X @Rp 2.100.000)	Rp	315.000.000
E	Insentif Ustad/Ustadzah Tpa/Tpq, Tipe B (3 Kali X 1 Tahun X 50 Tpa/Tpq X @Rp 1.500.000)	Rp	450.000.000
F	Insentif Ustad/Ustadzah Tpa/Tpq, Tipe C (3 Kali X 1 Tahun X 50 Tpa/Tpq X @Rp 900.000)	Rp	270.000.000
G	Bantuan Santri Kurang Mampu	Rp	48.500.000
6	Ibnu Sabil	Rp	3.200.000
A	Bantuan Musafir (Bantuan Biaya Org Terlantar/ Kehabisan Bekal)	Rp	3.200.000
7	Amil	Rp	381.089.021
A	Hak Amil Upz (Unit Pengumpul Zakat)		
	- Amil Upz (2%)	Rp	232.949.102
	- Amil BUD	Rp	88.880.000
	- Amil Baitul Mal Aceh Besar	Rp	59.259.919
8	II. Penyaluran Infaq Dan Shadaqah	Rp	267.485.240
A	Bantuan Pinjaman Modal Usaha (100 Org X @5.000.000)	Rp	22.600.000
B	Komite Pembangunan Rumah Fakir Miskin Tahun 2015		
C	Sertifikasi Harta/Tanah Wakaf		
	- Biaya Pendaftaran Harta/Tanah Wakaf Ke BPN Kabupaten Aceh Besar (20 Persil X @Rp 700.000)		
	- Biaya Konsumsi (Nasi Dan Snack Selama Kegiatan Pengukuran Untuk Sertifikasi (5 Orgx 20 Org Persil X @20.000)		
	- Biaya Pengetikan, Pemeriksaan Berkas Dan Hasil Pengukuran (3 Org X 20 Persil X @Rp 200.000)	Rp	12.000.000
	- Biaya Fotokopi, Dokumentasi Dan Pelaporan Bahan-Bahan Sertifikasi Harta/Tanah Wakaf	Rp	760.000
	- Biaya Materai (10 Lembar X 20 Persil X @Rp Rp 6.000)	Rp	4.000.000
	- Biaya Petugas BPN Untuk Pelaksanaan Pengukuran Dan Pemetaan	Rp	7.000.000

	Tanah/Harta Wakaf)20 Persil X @Rp200.000)	
	- Biaya Verifikasi Dan Penyelesaian Administrasi Ke Kua/Forum Nazhir Kabupaten Aceh Besar (20 Persil X@Rp 200.000)	Rp 4.000.000
	- Biaya Verifikasi Dan Penyelesaian Administrasi Ke BPN Kab Aceh Besar (20 Persil X @Rp100.000)	
	- Biaya Proses Sertifikasi Harta/Tanah Wakaf Oleh Bpn Kab Aceh Besar (20 Persil X @Rp 800.000)	Rp 15.393.240
E	Biaya Perencanaan Bangunan Rumah Miskin Tahun 2015	Rp 4.500.000
F	Biaya Pengawasan Pembangunan Rumah Miskin Tahun 2015	Rp 49.800.000
G	Bantuan PHBI (23 Kecamatan X @Rp 4.500.000)	Rp 24.000.000
H	Sosialisasi Dan Publikasi Baitul Mal	Rp 33.390.000
I	Bantuan Kebakaran Dna Bencana Alam	
J	Bantuan Sarana Ibadah Untuk Mesjid/Pesantren/Dayah	Rp 30.000.000
K	Safari Zakat (25 Org X 25 Hari X@Rp 120.000)	Rp 54.960.000
L	Ongkos Transfer	Rp 5.082.000
	Jumlah	Rp 12.330.928.841

Sumber : Dokumen Resmi Bidang Pendistribusian Baitul Mal Aceh Besar 2015²⁶

A. Hasil Penelitian

1. Strategi Komunikasi Baitul Mal Aceh Besar

Sebagaimana yang penulis jelaskan pada bab sebelumnya bahwa strategi komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam setiap menentukan tindakan yang akan dilakukan untuk tercapainya suatu keberhasilan. Menurut Alo Liliweri bahwa strategi adalah kesatuan rumusan visi, misi, program, dan kegiatan secara bersama-sama antara mereka yang memerintah dan mereka yang diperintah atau yang mengelola. Mereka yang mengatur dan mengelola secara bersama-sama bertanggung jawab atas pengerahan sumber daya karena kemampuan pengelolaan sumber daya dijadikan sebagai indikator tingkat ketercapaian tujuan organisasi, dan ini merupakan suatu strategi pemimpin untuk berprestasi.²⁷

²⁶ Data Resmi Sub Bagian Umum Baitul Mal Aceh Besar tentang *Program Kerja Baitul Mal Aceh Besar* 2015

²⁷ Alo Liliweri, *Komunikasi serba ada serba makna* (Jakarta : Kencana , 2011) hal. 254

Untuk melihat pencapaian Baitul Mal Aceh Besar dalam hal peningkatan penerimaan zakat, Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV. 4
Target dan Jumlah Penerimaan ZIS Baitul Mal Aceh Besar²⁸

No	Tahun	Target	Jumlah
3	2013	Rp 10.000.000,00	Rp 11.887.000.520,00
4	2014	Rp 12.224.232.872,00	Rp 14.814.679.684,00
5	2015	Rp 14.000.000.000,00	Rp 15.837.885.118,00

Tabel IV.5
Rekapitulasi Penerimaan Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Baitul Mal
Aceh Besar Tahun Anggaran 2015

Jumlah					
Bulan	Zakat	Infaq	Shadaqah	Total	%
Januari	692.220.708,00	4.457.308,00	-	696.678.016,00	5,70
Februari	644.659.809,00	657.300,00	-	645.317.109,00	5,28
Maret	680.007.833,00	5.108.449,00	-	685.116.282,00	5,60
April	677.831.058,00	34.719.140,00	-	712.550.198,00	5,83
Mei	1.356.999.912,00	66.151.868,00	-	1.423.151.780,00	11,64
Juni	1.053.079.797,00	81.360.170,00	-	1.134.439.967,00	9,28
Juli	2.552.882.486,00	183.428.937,00	-	2.736.311.423,00	22,38
Agustus	750.258.023,00	167.569.189,00	-	917.827.212,00	7,51
September	902.532.781,00	226.057.281,00	-	1.128.590.061,00	9,23
Oktober	857.654.226,00	226.091.676,00	-	1.083.745.902,00	8,87
Nopember	1.384.536.912,00	265.790.427,00	-	1.650.327.339,00	13,50
Desember	2.546.845.506	476.984.322,00	-	3.023.829.828,00	24,74
Jumlah	14.099.509.051,00	1.738.376.067,00	-	15.837.885.118,00	129,56

²⁸ Data Resmi Sub Bagian Informasi Baitul Mal Aceh Besar tentang *Program Kerja Baitul Mal Aceh Besar 2015*

Untuk mencapai target penerimaan per tahun, Baitul Mal Aceh Besar menggunakan model pengumpulan zakat yaitu sebagai berikut :

1) Pemotongan langsung

Maksudnya ialah zakat bersumber dari pemotongan langsung gaji pegawai oleh BUD (bendahara umum daerah) melalui SP2D (surat perintah pencairan dana) sesuai dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel IV.6

Rincian Gaji PNS Yang Dipungut Zakatnya 2,5% Setiap Bulan²⁹

No	Kategori PNS (Pegawai Negeri Sipil)	Jumlah Gaji	Ketentuan Kewajiban Zakat
1	Guru/Pengawas Sertifikat	Tanpa Memperinci Jumlah Gaji	2,5%
2	Guru/Pengawas Non-Sertifikat Dibawah Dinas Pendidikan Dan Kementrian Agama	Diatas Rp 2.950.000	2,5%
3	PNS Dibawah Jajaran Pemerintah Kabupaten Aceh Besar Dan Lembaga Vertikal Lainnya	Diatas Rp 3.275.000	2,5%
4	Pegawai Tidak Tetap	Rp 3.800.000 (Mencapai Nishab)	2,5%
5	Pegawai Lainnya	Dibawah Jumlah Gaji Point 1, 2, 3, Dan 4	1%

Sedangkan pemotongan infaq pada setiap pencairan Surat Perintah Membayar (SPM) dari rekanan yang mendapat pekerjaan dari pemerintah Kabupaten Aceh Besar ialah sebagai berikut³⁰ :

²⁹ Surat Edaran Bupati Aceh Besar Berdasarkan Dokumen Resmi Baitul Mal Aceh Besar 2015

³⁰ Data Resmi Baitul Mal Aceh Besar 2015

Tabel IV.7
Rincian Pemotongan Infaq Berdasarkan
Surat Perintah Membayar (SPM)

No	Nilai pekerjaan	Besarnya infaq wajib	keterangan
1	s/d rp 20.000.000	0% (nol permil)	Batas nilai pekerjaan tidak kena infaq wajib (bnptki)
2	Rp 20.000.000,- keatas	5% (lima permil)	-

Sistemnya ialah *muzakki* yang terdiri dari PNS/pejabat/honorarium/karyawan yang beragama Islam yang bekerja pada ruang lingkup Kabupaten Aceh Besar dapat menyerahkan zakatnya ke UPZ (Unit Pengumpul Zakat), kemudian UPZ menyetorkan zakat dari *muzakki* ke nomor rekening BUD. Kemudian BUD menyerahkan kembali kepada Baitul Mal Aceh Besar untuk didistribusikan ke mustahik.

2) Pembayaran langsung

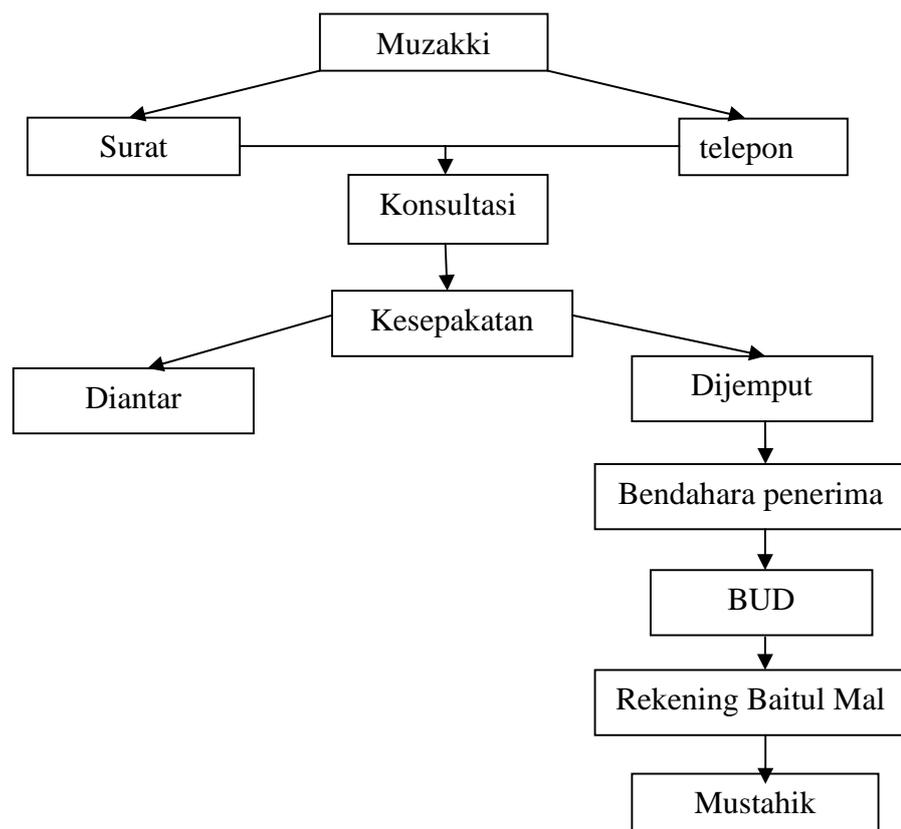
Secara sistem, *muzakki* dapat menyetorkan zakatnya secara individu atau dapat membentuk unit kerja atau bendahara pengumpulan zakat. Kemudian unit kerja/bendahara pengumpulan zakat dapat menyetorkan zakatnya melalui bank dengan nomor rekening zakat yang telah disediakan oleh Baitul Mal Aceh Besar, namun karena saat ini sudah terkendala dari pihak bank yang bekerjasama dengan Baitul Mal sehingga unit kerja atau bendahara pengumpul zakat dapat langsung menyetorkannya ke kantor Baitul Mal Aceh Besar kemudian Baitul Mal membuat bukti pembayaran zakat dari setiap *muzakki* atau unit

kerja/bendahara pengumpul zakat. Setelah itu pihak Baitul Mal menginput data jumlah penerimaan tersebut dan disetorkan kepada BUD (Bendaharawan Umum Daerah) dengan rincian jumlah yang diperlukan untuk didistribusikan kepada mustahik. Kemudian BUD menyeteror kembali ke rekening Baitul Mal Aceh Besar untuk dikelola dan didistribusikan ke mustahik.³¹

3) Penjemputan langsung³²

Bagan IV.1

Sistem Pengumpulan Zakat Melalui Penjemputan Langsung



³¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

³² Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

Dari bagan tersebut menjelaskan bahwa sistem penjemputan langsung ialah *muzakki* dapat mengirimkan surat dengan pemberitahuan pembayaran zakat atau melalui telepon ke kantor Baitul Mal Aceh Besar. Kemudian pihak Baitul Mal mengkonsultasikan dengan *muzakki* baik dalam penghitungan zakat maupun pengumpulan zakat, lalu membuat kesepakatan apakah zakat tersebut diantar oleh *muzakki* atau dijemput langsung oleh Baitul Mal. Kemudian zakat tersebut diserahkan ke Bendahara penerima zakat yang langsung menyetor ke nomor rekening BUD dengan menyerahkan semua slip pembayaran zakat dari *muzakki*. Zakat yang diterima oleh BUD kemudian disetorkan kembali ke Baitul Mal Aceh Besar untuk didistribusikan kepada yang berhak.³³

Ketiga model tersebut menjadi strategi Baitul Mal Aceh Besar agar penerimaan zakat dapat meningkat. Selain itu juga dilakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang Baitul Mal Aceh Besar dan juga zakat, sosialisasi yang dilakukan yaitu meliputi :

a. Penggunaan Media, seperti :

- Majalah

Majalah Santuni merupakan majalah yang diterbitkan dari Baitul Mal Aceh Besar, yang berisi informasi, opini maupun liputan kegiatan yang dilakukan oleh Baitul Mal Aceh Besar.³⁴

³³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

³⁴ Hasil wawancara dengan H.Zulkarnaen SE, M,Kes, Kepala Sekretariat Baitul Mal Aceh Besar tahun 2014, 09 Juni 2015.

- Baliho

Baitul Mal Aceh Besar juga telah menempatkan baliho yang berisi tentang ajakan kepada masyarakat untuk membayar zakat, kemudian juga tertera rekening yang disediakan Baitul Mal Aceh Besar untuk memudahkan para *muzakki* dalam membayar zakat. Baliho tersebut dipasang di beberapa tempat sepanjang jalan Banda Aceh-Medan. Seperti di jalan kawasan Lueng Bata, Indrapuri, dan sebagainya dengan maksud agar masyarakat Aceh Besar yang melintas dapat melihat/membaca walaupun sekilas isi (conten) ajakan yang disampaikan oleh pihak Baitul Mal.³⁵

- Brosur

Selain itu, juga terdapat brosur yang menjelaskan tentang profil baitul mal Aceh Besar, program kerja Baitul Mal sampai pada penjelasan tentang zakat itu sendiri. Hal ini menjadi media strategi dari baitul mal Aceh Besar yang dimaksudkan agar menjadi tambahan informasi kepada masyarakat di kabupaten Aceh Besar.

- Televisi

Media televisi merupakan media massa yang populer pada masyarakat, karena pada zaman modern dan berkembangnya teknologi informasi ini, media televisi bisa dipastikan hampir rata-rata masyarakat umum khususnya kabupaten Aceh Besar menggunakannya, dan hal ini dimanfaatkan oleh Baitul Mal Aceh Besar dalam mensosialisasikan atau mempublikasikan kewajiban zakat yang harus disetor ke lembaga resmi pengelola zakat agar pengelolaannya merata

³⁵ Hasil wawancara dengan H.Zulkarnaen SE, M,Kes, Kepala Sekretariat Baitul Mal Aceh Besar tahun 2014, 09 Juni 2015.

dan tepat sasaran, melalui talkshow atau program Dialog interaktif dan sebagainya, kemudian kegiatan-kegiatan pendistribusian dan program yang dilakukan oleh Baitul Mal Aceh Besar kepada masyarakat juga dipublikasikan melalui televisi, seperti TVRI Aceh dan Aceh TV yang terus digencarkan oleh Baitul Mal Aceh Besar hingga saat ini.³⁶

- Surat Kabar

Baitul Mal Aceh juga bekerjasama dengan surat kabar Harian Aceh dalam mempublikasikan tentang kegiatan maupun pendistribusian ZIS kepada masyarakat.³⁷

b. Sosialisasi Langsung Kepada *Muzakki*

Secara edukatif, sosialisasi yang dilancarkan oleh Baitul Mal Aceh Besar adalah salah satunya dengan mengadakan pelatihan sosialisasi zakat yang mengundang seluruh masyarakat dari setiap kecamatan yang mempunyai usaha/yang mempunyai sumber zakat. Pada pelatihan tersebut dijelaskan tentang bagaimana cara menyalurkan zakat kepada Baitul Mal dan sebagainya. Pelatihan tersebut dilaksanakan setahun 2 kali. Khusus masyarakat yang punya potensi membayar zakat, seperti pengusaha, dsb. Seperti pada tahun 2014 pelatihan tersebut diadakan dengan mengundang Polri/TNI, dinas Kesehatan, dan Dinas di

³⁶ Hasil Wawancara Dengan H.Zulkarnaen SE, M,Kes, Kepala Sekretariat Baitul Mal Aceh Besar Tahun 2014, 09 Juni 2015.

³⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

Kabupaten Aceh Besar yang diadakan di desa Lubhok dalam rangka mensosialisasikan zakat.³⁸

c. Konsolidasi Amil Zakat

Selain dengan menggunakan media, Baitul Mal Aceh Besar telah mengadakan konsolidasi dengan Baitul Mal Kota (BMK) Banda Aceh dan Baitul Mal Kabupaten (BMK) Aceh Besar pada tanggal 29 april 2015. Konsolidasi tersebut membahas tentang sinkronisasi data program fakir uzur dan paket ramadhan untuk tahun anggaran 2015 yang diharapkan dengan dilakukannya sinkronisasi data ini, maka tidak ada lagi tumpang tindih penyaluran bantuan dari Baitul Mal Aceh dan Baitul Mal Kabupaten/Kota. Tahun anggaran 2015 program fakir uzur akan difokuskan untuk semua fakir uzur wilayah Banda Aceh, sedangkan program paket ramadhan akan diutamakan untuk wilayah Aceh Besar.³⁹

d. Pembekalan Baitul Mal Gampong

Berdasarkan qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 tentang Baitul Mal, pada pasal 7 terdapat pembentukan Baitul Mal Gampong yang mempunyai wewenang mengelola, mengumpulkan, dan menyalurkan zakat di lingkup gampong/desa. Sehingga pembekalan/sosialisasi terhadap petugas Baitul Mal gampong perlu dilakukan agar terjadi sinkronisasi pemahaman dan mengetahui tanggungjawab dari pembentukan Baitul Mal Gampong itu sendiri. Dalam hal ini, pada bulan Juni 2015 pihak Baitul Mal Aceh Besar melantik 300 petugas Baitul Mal gampong

³⁸ Hasil Wawancara Dengan Hasnuri Sartika, Ketua Bidang Pendistribusian Baitul Mal Aceh Besar. 09 Juni 2015

³⁹ BMA berkonsolidasi dengan BMK banda Aceh dan Aceh Besar, dalam <http://baitulmal.acehprov.go.id/index.php/news> diakses pada tanggal 10 Juni 2015

yang direkrut dari 10 kecamatan serta diberikan sosialisasi, yaitu Kecamatan Peukan Bada, Lhoong, Darul Imarah, Ingin Jaya, Kutabaro, Lembah Seulawah, Seulimum dan Kecamatan Pulo Aceh.⁴⁰

2. Keefektifan Strategi Komunikasi BMAB dan pengaruhnya terhadap masyarakat Kecamatan Darussalam

Berbicara mengenai komunikasi tidak akan bisa lepas dari adanya efektifitas dari komunikasi tersebut. Karena efek/respon atau yang disebut sebagai umpan balik merupakan salah satu unsur dari proses komunikasi.⁴¹ Proses komunikasi seberapapun banyaknya jumlah pesan, penting atau bagusnya sebuah informasi tidak akan banyak berarti apabila ditafsirkan lain pada saat penerimaannya.

Dengan demikian, efektifitas pesan atau informasi sama dengan kualitas pesan dikalikan persepsi penerimanya. Sehingga proses komunikasi selain menekankan pada proses dan media yang digunakan, tidak bisa mengabaikan tujuan akhir proses itu sendiri yaitu diterimanya pesan dengan baik. Karena implikasinya tujuan menentukan cara yang efektif dan efisien sehingga pesan yang diterima ditafsirkan sama antara pengirim dan penerima. Artinya, komunikasi yang efektif terjadi tidak hanya sekedar saat seseorang telah melekatkan arti tertentu terhadap perilaku orang lain, tetapi juga pada persepsinya yang sesuai dengan pemberi pesan atau informasi. Dengan adanya umpan balik,

⁴⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Jasafat (Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2014) 15 Februari 2016 dan dimuat di *Serambinews.com* diakses tanggal 10 Februari 2016

⁴¹ H.A.W Widjaja. *Ilmu komunikasi pengantar studi Edisi Revisi*, (Jakarta : PT.RINEKA CIPTA, 2000) hal. 43

tercipta komunikasi dua arah (timbang balik). Tanpa adanya umpan balik, kerancuan dapat timbul sebagai akibat penafsiran yang salah atau keliru.⁴²

Berkaitan dengan strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar dalam meningkatkan penerimaan zakat dengan melakukan sosialisasi melalui media umum dan media massa, maka penyebaran media sangat menentukan keberhasilan suatu program. Sebab jika tidak, akan membuang waktu, tenaga dan pemborosan uang. Penyebaran media pada prinsipnya berbeda satu sama lain, tergantung dari sifat, karakteristik dan jangkauan media itu sendiri. Komunikasi melalui media massa yang dilakukan oleh Baitul Mal belum efektif, hal ini disebabkan keterbatasan SDM (sumber Daya Manusia), namun pihak Baitul Mal Aceh Besar terus berusaha mensosialisasikan tentang Zakat dan Baitul Mal Aceh Besar melalui media-media yang masih digunakan hingga saat ini.⁴³

a. Analisis Penggunaan Media Baitul Mal Aceh Besar

Penggunaan media televisi dengan menampilkan talkshow, liputan kegiatan, dan sebagainya yang dilakukan oleh Baitul Mal Aceh Besar sampai saat ini berjalan dengan baik. Karena terdapat dua media televisi lokal di Aceh yaitu TVRI dan Aceh TV yang dapat mencakup seluruh kabupaten, khususnya kabupaten Aceh Besar dengan penggunaan rata-rata lebih banyak dan dapat menjangkau lapisan masyarakat.

Sedangkan penggunaan media *outdoor* (luar ruang) seperti baliho sudah menjangkau 12 titik kawasan Aceh Besar walaupun memiliki kelemahan seperti

⁴² H.A.W Widjaja. *Ilmu komunikasi pengantar studi Edisi Revisi...*, hal 45-48

⁴³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

yang sudah penulis jelaskan pada sub bab sebelumnya. Namun media baliho tersebut juga tidak bisa dibiarkan begitu saja tanpa evaluasi lanjut. Minimal dengan perawatan kecil seperti membersihkan rumput-rumput liar atau memperbaiki kerusakan disekitar baliho agar tidak menutup isi (conten) pesan baliho tersebut. Karena berdasarkan pengamatan penulis, ada sebagian baliho yang tampak tidak terurus sehingga sebagian tulisan menjadi pudar dan bahkan tertutup oleh semak-semak pepohonan dan rumput-rumput liar.

Begitu juga dengan media cetak, seperti majalah, leaflet, dan brosur. Media cetak seperti ini tidak bisa diremehkan pengaruh dan penggunaannya. Terutama bagi lembaga Baitul Mal Aceh Besar yang berupaya meningkatkan penerimaan ZIS (Zakat, Infak, sedekah) di kabupaten Aceh Besar. Menurut pengamatan penulis, media tersebut sudah berjalan namun belum maksimal dalam pengelolaan dan pengembangannya. Bila media tersebut berjalan lancar, maka *muzakki* dari kalangan pengusaha, perusahaan baik negeri maupun swasta dan sebagainya berpotensi untuk menambah penerimaan zakat di Baitul Mal Aceh Besar. Oleh karena itu, diperlukan upaya agar penyebaran informasi dapat merata sehingga kepercayaan *muzakki* kembali pulih kepada lembaga Baitul Mal Aceh Besar, dan salah satu upaya tersebut adalah menyebarkan leaflet, brosur dan majalah secara rutin dan *update* kepada setiap perusahaan/lembaga-lembaga di wilayah kabupaten Aceh Besar yang berpotensi sebagai *muzakki*. Sehingga pesan informatif dan persuasif yang menjadi tujuan dari komunikasi dapat tercapai dan efektif.

b. Pengaruhnya terhadap masyarakat Kecamatan Darussalam

Faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan penerimaan zakat dapat dilihat dari tiga hal yaitu karena adanya penyebaran dan penggunaan media, peningkatan kesadaran masyarakat, peningkatan ekonomi masyarakat.⁴⁴

Dalam penyebaran media, di kecamatan Darussalam belum sampai sepenuhnya seperti spanduk, majalah, brosur, dan sebagainya karena masyarakatnya lebih termasuk dalam *mustahiq*. Sehingga sasaran yang dicapai lebih kepada penyaluran dan pendistribusian.⁴⁵

.Dalam hal peningkatan ekonomi masyarakat, Baitul Mal Aceh Besar belum melaksanakan program zakat produktif yang dapat mengubah *mustahiq* menjadi *muzakki*, hal ini disebabkan oleh keterbatasan SDM (sumber daya manusia) yang dimiliki sehingga menghambat peningkatan penerimaan zakat melalui program zakat produktif.⁴⁶

Untuk kesadaran berzakat bagi masyarakat Aceh sebenarnya bukanlah hal baru melainkan sudah lama dipraktekkan di dalam masyarakat. Kebiasaan masyarakat Aceh dalam menunaikan zakatnya, baik zakat fitrah maupun zakat mal dapat dilihat pada saat menjelang akhir Ramadhan dimana dengan sadar masyarakat pergi menunaikan/ membayarkan zakatnya dengan mendatangi meunasah atau mesjid-mesjid yang ada di kampung tersebut. Setelah zakat

⁴⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Jasafat (Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2014) 15 Februari 2016

⁴⁵ Hasil Wawancara Dengan H.Zulkarnaen SE, M,Kes, Kepala Sekretariat Baitul Mal Aceh Besar Tahun 2014, 09 Juni 2015.

⁴⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

terkumpul maka dibagikan kepada orang-orang yang berhak (*mustahiq*) menurut pemahaman para ‘amil yang tercantum dalam al-Qur’an surat At-Taubah ayat 60. Dengan demikian, jelas bahwa kesadaran masyarakat Aceh untuk membayar zakat memang sudah tidak diragukan lagi. Namun kesadaran membayar zakat ke Baitul Mal Aceh Besar masih kurang seperti yang telah diungkapkan oleh bapak Daniwaldi sebagai berikut :

Kesadaran masyarakat masih kurang, dalam hal membayar zakat ke Baitul Mal Aceh Besar. Hal ini disebabkan masih kurangnya sosialisasi yang dilakukan, terutama terkait dengan transparansi pengelolaan zakat oleh lembaga resmi pemerintah dalam pengelolaan zakat yaitu Baitul Mal Aceh Besar, sehingga diperlukan sosialisasi lebih melalui media sehingga informasi terkait dengan Baitul Mal Aceh Besar sampai kepada masyarakat yang dapat berimbas pada meningkatnya kepercayaan masyarakat dan meningkatnya pembayaran zakat ke Baitul Mal Aceh Besar⁴⁷

Namun lain halnya bila berbicara mengenai pengaruh strategi komunikasi yang dilancarkan Baitul Mal Aceh Besar, berdasarkan hasil penelitian, diungkapkan bahwa masyarakat di kecamatan Darussalam lebih banyak menjadi mustahik zakat dibanding yang berpotensi menjadi *muzakki*. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata pekerjaan dan kesejahteraan keluarga yang ada di kecamatan Darussalam. Sehingga sosialisasi untuk meningkatkan penerimaan zakat mal tidak terlalu digencarkan, malah lebih tepat pada pendistribusian/penyaluran zakat pada desa/gampong di kecamatan Darussalam yang menjadi prioritas. Walaupun begitu, masih terdapat masyarakat yang berprofesi sebagai PNS namun tidak tampak secara fisik karena pembayaran zakat PNS adalah melalui potongan gaji.⁴⁸

⁴⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Azhari, geuchik desa Tungkop. 27 April 2015

Bila melihat sistem pengelolaan zakat di gampong/desa di kecamatan Darussalam, bahwa masyarakat yang mengumpulkan zakat padi telah ditentukan masa pengumpulannya oleh pihak gampong, biasanya dikumpulkan pada sebelum bulan Ramadhan, seperti yang diungkapkan oleh *geuchik* gampong Tanjung Seulamat, bahwa di desa Tanjung Selamat kemukiman Lambaro Angan mulai dikumpulkan zakat padi dari masyarakat desa ini adalah setiap tahun pada bulan Mei dibalai desa. Kemudian zakat tersebut langsung diserahkan kepada tengku imum dan perangkat desa untuk dibagikan langsung kepada masyarakat desa Tanjung Selamat yang membutuhkan namun sebelumnya telah diadakan musyawarah mufakat perangkat desa untuk memilih mustahik zakat yang benar-benar membutuhkan. Begitu juga yang terjadi pada desa lainnya yang menjadi objek penelitian penulis.⁴⁹

Untuk mencapai keseluruhan desa/gampong di kabupaten Darussalam, pihak Baitul Mal Aceh Besar telah melantik perangkat tiap gampong sebagai pengurus Baitul Mal tingkat gampong. Seperti yang tercantum dalam Qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 tentang Baitul Mal, terdapat pada Bab 2 pasal 2 dan 3 tentang pembentukan dan susunan organisasi Baitul Mal mulai dari Baitul Mal Provinsi, Kabupaten/Kota, Baitul Mal kemukiman dan Baitul Mal Gampong/desa. Baitul Mal gampong memiliki tugas yang telah disebutkan dalam Qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 pasal 16 berikut ini :

- (1) Baitul Mal Gampong atau nama lain berwenang mengelola, mengumpulkan dan menyalurkan:
 - a. zakat fitrah di lingkup Gampong yang bersangkutan;

⁴⁹ Hasil Wawancara Dengan Bukhari Daud, *geuchik* Tanjung Seulamat, 15 Mei 2015

- b. zakat hasil perdagangan/usaha kecil, hasil pertanian, hasil peternakan, hasil perikanan dan hasil perkebunan dari masyarakat setempat;
 - c. zakat emas dan perak; dan
 - d. harta agama dan harta waqaf dalam lingkup Gampong atau nama lain.
- (2) Menyelenggarakan tugas-tugas perwalian.

Kemudian pada Pasal 17 :

- (1) Menyampaikan laporan dan pertanggungjawaban secara periodik setiap 6 (enam) bulan kepada Baitul Mal Kabupaten/Kota.
- (2) Menginformasikan pertanggungjawaban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada masyarakat.”⁵⁰

Permasalahannya adalah terdapat sebagian gampong/desa di Kecamatan Darussalam yang tidak aktif secara struktural sebagai pelaksana Baitul Mal Gampong. Sehingga tidak tampak sinkronisasi dan terjadi *gap*/jarak antara masyarakat gampong dengan Baitul Mal Aceh Besar. Sehingga menyebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang eksistensi lembaga Baitul Mal Aceh Besar itu sendiri.⁵¹

Hal ini juga dibenarkan oleh pihak Baitul Mal Aceh Besar terkait kurang aktifnya Baitul Mal Gampong yang sudah dilantik, yang disebabkan karena kurangnya pemahaman terkait fungsi dari Baitul Mal Gampong. Namun di tahun 2015, sebanyak 13 Baitul Mal Gampong yang aktif di kecamatan Darussalam telah mendapat bantuan dari Provinsi Aceh sebanyak 30 juta Rupiah untuk dikelola, diberdayakan dan didistribusikan kepada mustahik di desa tersebut sehingga tujuan dan esensi zakat itu sendiri dapat tercapai yaitu mensejahterakan masyarakat dan sebagai solusi penanggulangan kemiskinan.⁵²

⁵⁰ Qanun Aceh Nomor 10 tahun 2007 tentang Baitul Mal

⁵¹ Hasil Wawancara Dengan Zaini M. Saleh, Kepala Mukim Lambaro Angan, 14 Mei 2015

⁵² Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

Sedangkan Baitul Mal Gampong lainnya yang tidak mendapat bantuan disebabkan karena ketidak aktifan dalam pengurusan, termasuk Kecamatan Darussalam. Tidak hanya itu, belum aktifnya bidang pengawasan dan pembinaan dalam struktural Baitul Mal Aceh Besar juga dapat menyebabkan kurangnya *controlling* terhadap Baitul Mal Gampong yang telah dilantik. Hal tersebut disebabkan karena staff pada bidang tersebut telah meninggal dunia yaitu Dr Usman dan belum digantikan oleh SDM yang baru.⁵³

Tugas daripada bidang tersebut telah tercantum dalam Peraturan Bupati (perbup) Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010 tentang susunan organisasi dan tata kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar, yaitu pada pasal 17 :

Bagian Pengawasan dan pembinaan mempunyai tugas melakukan monitoring dan evaluasi secara intern lingkup kewenangan Baitul mal Kabupaten Aceh Besar dan secara ekstern pembinaan lingkup kewenangan Baitul Mal Kemukiman dan Baitul Mal Gampong⁵⁴

Sosialisasi pentingnya membayar zakat, juga dilakukan oleh pihak gampong kepada masyarakat khususnya pada bulan Ramadhan. Hal tersebut dilakukan untuk mengingatkan masyarakat agar tidak lupa membayar zakat. Sosialisasi tersebut dalam bentuk ceramah, khotbah yang biasanya dilakukan pada bulan Ramadhan maupun pada *event-event* pada perayaan hari besar Islam dan sebagainya. Hal tersebut diungkapkan oleh geuchik Tanjung Seulamat berikut ini :

“Insya Allah, untuk sementara itu, kita komunikasikan tentang zakat itu melalui dakwah-dakwah dan khotbah-khotbah dan ceramah untuk pengenalan kepada masyarakat”⁵⁵

⁵³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Daniwaldi, (Plt Kepala Baitul Mal Aceh Besar 2016), 14 Februari 2016

⁵⁴ Peraturan Bupati (perbup) Aceh Besar Nomor 3 tahun 2010

⁵⁵ Hasil Wawancara Dengan Bukhari Daud, geuchik Tanjung Seulamat, 15 Mei 2015

Begitu juga yang terjadi di desa-desa yang menjadi objek penelitian ini. Sehingga masyarakat pun memiliki kesadaran untuk membayar zakat. Tapi pengetahuan dan pemahaman masyarakat hanya sebatas kewajiban mengeluarkan zakat saja, tidak pada tingkat bagaimana pengelolaan zakat oleh pemerintah ataupun lembaga-lembaga resmi apa saja dari pemerintah Aceh yang berperan sebagai pengelola ZIS (Zakat, Infak, dan Sedekah).⁵⁶ seperti yang diungkapkan oleh Kepala kemukiman Lambaro Angan berikut ini :

“Sebenarnya peran pertama sekali dari pihak Baitul Mal kabupaten yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah sosialisasi tentang zakat dan Baitul Mal terhadap masyarakat agar masyarakat mengetahui tentang Baitul Mal, pengelolaan dan penyaluran zakatnya, apakah tepat sasaran, serta teknik-teknik Baitul Mal sendiri dan sebagainya. Yang kedua adalah sedikit sekali keterlibatan pihak2 aparatur tingkat kemukiman dan kecamatan dalam hal penyaluran dana Baitul Mal kabupaten. Kecuali bila ada khatib dari pihak Baitul Mal sendiri, itu baru ada (maksudnya sosialisasinya.red)”

Selaku Geuchik Siem mengatakan bahwa masyarakat hanya tahu tentang bantuan yang diberikan kepada mereka, tidak lebih kepada pemahaman tentang lembaga apa yang memberikan, kecuali para perangkat gampong seperti geuchik, tengku imum, dan sebagainya.⁵⁷

Sedangkan strategi komunikasi Baitul Mal Aceh Besar melalui media, berdasarkan pengamatan penulis, tidak terdapat di lingkup kecamatan Darussalam. Kesadaran masyarakat dalam kewajiban membayar zakat pada masyarakat kecamatan Darussalam sangat tinggi, namun tetap harus didukung oleh peningkatan ekonomi masyarakat yang dalam hal ini belum dilakukan secara aktif terkait pendistribusian zakat Produktif oleh Baitul Mal Aceh Besar kepada

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Asnawi, kepala kemukiman Siem, 15 Mei 2015

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Faisal, geuchik Siem, 10 juni 2015

masyarakat termasuk di kecamatan Darussalam, dan belum aktifnya bidang pengawasan dan pembinaan dari Baitul Mal Aceh besar juga menghambat perpanjangan tangan antara masyarakat (Baitul Mal gampong) dengan Baitul Mal Aceh Besar)

Sehingga dari hal-hal tersebut menyebabkan pemahaman masyarakat terhadap Baitul Mal Aceh Besar hanya sebatas penyalur zakat dan belum sampai pada transparansi pengelolaan zakat oleh lembaga resmi pemerintah kabupaten Aceh Besar dan berpengaruh pada kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat kepada Baitul Mal Aceh Besar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Baitul Mal Aceh Besar yaitu:
 - a. Menggunakan model pengumpulan zakat seperti penjemputan langsung, penyeteroran langsung, dan pemotongan langsung gaji PNS/pejabat/karyawan
 - b. Penggunaan dan penyebaran Media. Baitul Mal Aceh Besar mengkomunikasikannya melalui mekanisme media baik media cetak, seperti majalah, brosur/*leaflet*, terdapat juga media *outdoor* seperti baliho, surat kabar Harian Rakyat Aceh, Media elektronik seperti televisi dengan program Dialog Interaktif.
 - c. Sosialisasi langsung kepada Muzakki
 - d. Konsolidasi Amil Zakat
 - e. Pembekalan Baitul Mal Gampong
2. Komunikasi melalui media massa yang dilakukan oleh Baitul Mal belum efektif, disebabkan keterbatasan SDM (sumber Daya Manusia), namun pihak Baitul Mal Aceh Besar terus berusaha mensosialisasikan tentang Zakat dan Baitul Mal Aceh Besar melalui media-media yang masih digunakan hingga saat ini. Meningkatnya pembayaran zakat pada masyarakat disebabkan tiga faktor yaitu karena adanya penyebaran dan penggunaan media, peningkatan kesadaran masyarakat, dan peningkatan ekonomi masyarakat. Dalam penyebaran media, di kecamatan Darussalam

belum sampai sepenuhnya seperti spanduk, majalah, brosur, dan sebagainya karena masyarakatnya lebih termasuk dalam *mustahiq*. Kesadaran masyarakat dalam kewajiban membayar zakat pada masyarakat kecamatan Darussalam sangat tinggi, namun tetap harus didukung oleh peningkatan ekonomi masyarakat yang dalam hal ini belum dilakukan secara aktif terkait pendistribusian zakat Produktif oleh Baitul Mal Aceh Besar kepada masyarakat termasuk di kecamatan Darussalam, dan belum aktifnya bidang pengawasan dan pembinaan dari Baitul Mal Aceh besar juga menghambat perpanjangan tangan antara masyarakat (Baitul Mal gampong) dengan Baitul Mal Aceh Besar) sehingga dari hal-hal tersebut menyebabkan pemahaman masyarakat terhadap Baitul Mal Aceh Besar hanya sebatas penyalur zakat dan belum sampai pada transparansi pengelolaan zakat oleh lembaga resmi pemerintah kabupaten Aceh Besar.

B. Saran-Saran

1. Memaksimalkan penyebaran dan penggunaan media agar sosialisasi tentang zakat dan Baitul Mal Aceh Besar kepada masyarakat dapat tercapai, sehingga dapat berpengaruh pada peningkatan penerimaan zakat dari masyarakat, terutama penggunaan media massa dan internet yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat era digitalisasi sekarang ini.
2. Untuk tercapainya strategi komunikasi yang efektif dan tepat sasaran, diharapkan kepada Baitul Mal Aceh Besar untuk mengaktifkan kembali bidang pengawasan dan pembinaan dalam struktural, karena dengan adanya bidang tersebut maka evaluasi secara intern dan ektern dapat

dilakukan termasuk terhadap Baitul Mal gampong sehingga dapat mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap Baitul Mal Aceh Besar.

3. Mengaktifkan program zakat produktif kepada masyarakat termasuk kepada masyarakat kecamatan Darussalam, agar selain dapat meningkatkan ekonomi masyarakat namun juga dapat meningkatkan kesadaran membayar zakat dan mempercayakan pengelolaan zakat kepada lembaga resmi kabupaten Aceh Besar yaitu Baitul Mal Aceh Besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muis, Andi. 2001. Komunikasi Islami. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Arifin, Anwar. 1994. Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung : CV.Armico
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : Rineka Cipta
- Ash-Shiddiqiey, Muhammad Hasbi. 1953. Pedoman Zakat. Jakarta : N.V Bulan Bintang
- Bin Baaz, Abdul Aziz. Zakat (Terjemahan E-Book). Maktabah Raudhah Al-Muhibbin
- Badan Pusat Statistic. 2014. Kabupaten Aceh Besar Dalam Angka 2014. Jantho
- Bahri, Efri.S. 2013. Zakat Dan Pembangunan Sosial. Jakarta, Fam Publishing
- Baitul Mal Directory 2014. Profil Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar
- Cangara, Hafied. 2013. Perencanaan Dan Strategi Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
-, 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Departemen Agama Ri. 2005. Al-Quran Dan Terjemahan. Bandung : PT. Syaamil Al-Quran
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Pusat Bahasa
- Effendi, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya
-, 1986. Dinamika Komunikasi. Jakarta : Remaja Rosdakarya
- Hafidhuddin, Didin. 2002. Zakat Dalam Perekonomian Modern. Jakarta : Gema Insane Press
- Hasan, M.Ali. 2006. Zakat Dan Infaq. Jakarta : Penerbit Kencana Prenada Media Group.

- Ibrahim Al-Syaikh, Yasin. 2008. Kitab Zakat (Hukum, Tatacara Dan Sejarah). Bandung, Penerbit Marja
- Juliana, Fitri. 2014. Napak Tilas Pembentukan Baitul Mal Aceh Besar. Suara Darussalam, Edisi Iv/Tahun 2
- Kriyanto, Rahmat. 2006. Teknik Praktisriset Komunikasi. Jakarta : Penerbit Kencana
- Liliweri, Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Penerbit Kencana
- M. Setiadi, Elly Dan Usman Kolip. 2011. Pengantar Sosiologi (Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori,Aplikai,Dan Pemecahannya) Jakarta : PT. Kencana
- Nuruddin, 2008. Hubungan Media Konsep Dan Aplikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
-, 2005. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Pawito. Penelitian Komunikasi Kualitatif. 2007. Yogyakarta : Lkis Pelangi Aksara
- Rijal Hamid, Syamsul. 2007. Buku Pintar Agama Islam (Edisi Yang Disempurnakan). Bogor : Lembaga Pengajaran/Kajian Dan Konsultasi Agama Islam Lpkai “Cahaya Salam”
- Suryabrata, Sumardi. 2008. Metode Penelitian, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Samah, Abu. Media Dalam Pendidikan. Fai Uir : 2010/2011
- Suranto Aw. Komunikasi Sosial Budaya. Jogjakarta : Graha Ilmu
- Soyomukti, Nurani. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Ar-Ruzz Media
- Shandra, Hajatil. 2013. Strategi Baitul Mal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kota Banda Aceh Dan Aceh Besar (Studi Model Pengumpulan Dan Penyebaran Zakat). Banda Aceh : Fakultas Dakwah (Tidak Dipublikasikan).
- Shoemaker, Rogers. 1987. Communication Of Innovation : A Cross Cultural Approach. New York : Free Perss
- Vardiansyah, Dani. 2000. Pengantar Ilmu Komunikasi :Pendekatan Taksonomi Konseptual. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia
- Widjaja. H.A.W. 2000. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi Edisi Revisi. Jakarta : PT. Rineka Cipta

....., 2010. Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat. Jakarta : PT. Bumi Aksara

Wibawa, Basuki Dan Mukti Farida, 1992. Media Pengajaran. Dekdikbud

Zahara, Evi. 2000. Peranan Bazis Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat Islam : Studi Kasus Bazis Kota Banda Aceh, Banda Aceh : Fakultas Dakwah Uin Ar-Raniry (Tidak Dipublikasikan)

Undang-Undang

Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2007 Tentang Baitul Mal

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Pemerintahan Aceh

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (Menpan) Nomor 63/Kep/M.Pan/2003

Peraturan Bupati Aceh Besar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

Perbup (Peraturan Bupati) Aceh Besar Nomor 3 Tahun 2011 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

Website

Zulkifli. Pengertian Media Menurut Para Ahli, [Http://Zulkiflimediapembelajaran.Wordpress.Com/2012/05/15pengertian-Media-Menurut-Para -Ahli](http://Zulkiflimediapembelajaran.Wordpress.Com/2012/05/15pengertian-Media-Menurut-Para-Ahli)

Kementerian Agama Kantor Wilayah Propinsi Aceh, [Http://Aceh.Kemenag.Go.Id](http://Aceh.Kemenag.Go.Id)

Berita Baitul Mal Aceh Besar, [Http://Baitulmal-Aceh.Org/Profil](http://Baitulmal-Aceh.Org/Profil)

Baitul Mal Aceh Besar Salurkan Zakat Senif Miskin Rp 15 Milyar, [Http://Www.Rri.Co.Id/Post/Berita/93019/Pernak_Pernik_Ramadhan/Baitul_Mal_Aceh_Besar_Salurkan_Zakat_Senif_Miskin_Rp_15_Milyar.Htm/](http://Www.Rri.Co.Id/Post/Berita/93019/Pernak_Pernik_Ramadhan/Baitul_Mal_Aceh_Besar_Salurkan_Zakat_Senif_Miskin_Rp_15_Milyar.Htm/)

Armiadi Musa, Pengumpulan Zis Seluruh Aceh 180 Milyar,
[Http://Baitulmal.Acehprov.Go.Id/Index.Php/News/Read/2015/04/29/111/Pengum
pulan-Zis-Seluruh-Aceh-180-Milyar.Html](http://Baitulmal.Acehprov.Go.Id/Index.Php/News/Read/2015/04/29/111/Pengumpulan-Zis-Seluruh-Aceh-180-Milyar.Html)

Bma Berkonsolidasi Dengan Bmk Banda Aceh Dan Aceh Besar,
[Http://Baitulmal.Acehprov.Go.Id.Php/News](http://Baitulmal.Acehprov.Go.Id.Php/News)



Sejarah Baitul Mal Aceh Besar

Sejarah terbentuknya Baitul Mal Aceh Besar...

Kewenangan Baitul Mal Kabupaten Aceh Besar

Kewenangan Baitul Mal Aceh Besar...

2010 merupakan tahun kelahiran...

"Perwakilan Baitul Mal Aceh Besar sebagai Lembaga Zakat yang Profesional, Aman dan Amanah"

- 1. Menegakkan keadilan yang berlandaskan syariah, profesional dan transparan.
- 2. Meningkatkan pengelolaan zakat, infak dan sedekah secara profesional.
- 3. Menumbuh kembangkan lembaga zakat yang mandiri.
- 4. Memfasilitasi dana zakat, infak dan sedekah yang telah terkumpul kepada masyarakat secara profesional dan bertanggung jawab sebagai perwakilan dari Masyarakat Aceh.
- 5. Meningkatkan layanan publik yang profesional dan meningkatkan kualitas pelayanan.
- 6. Meningkatkan transparansi yang berlandaskan syariah.

Struktur Pengurus Baitul Mal Aceh Besar

(Dewan Rah. Aceh Besar Nomor 7 Tahun 2018)

- Dewan Pembina Baitul Mal
 - a. Ketua : T. Habib, SH
 - b. Sekretaris : Drs. Sulaiman
 - c. Anggota : Tq. Muhammad, SH
 - d. Anggota : Drs. Sulaiman, S.Pd
- Badan Pelaksana Baitul Mal
 - a. Kepala Badan Pelaksana : Dr. Jusuf, MA
 - b. Bidang Pengembangan : M. Hudaib, MA
 - c. Bidang Pendidikan dan Pelatihan : H. Nurul Hafidza
 - d. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - e. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - f. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - g. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - h. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - i. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - j. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - k. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - l. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - m. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - n. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - o. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - p. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - q. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - r. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - s. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - t. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - u. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - v. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - w. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - x. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - y. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
 - z. Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan : ...
- Sekretariat Baitul Mal
 - a. Kepala Sekretariat : H. Sulaiman, SH, MA
 - b. Sub. Bagian Umum : ...
 - c. Sub. Bagian Keuangan dan Program : ...
 - d. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - e. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - f. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - g. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - h. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - i. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - j. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - k. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - l. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - m. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - n. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - o. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - p. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - q. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - r. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - s. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - t. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - u. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - v. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - w. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - x. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - y. Sub. Bagian Pengantar : ...
 - z. Sub. Bagian Pengantar : ...



Dr. Jusuf, MA
Ketua Baitul Mal Aceh Besar



H. Nurul Hafidza, MA
Sekretaris



H. Sulaiman, SH, MA
Kepala Badan Pelaksana Baitul Mal Aceh Besar



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Pengembangan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Pendidikan dan Pelatihan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



H. Nurul Hafidza, MA
Ketua Bidang Kerja Sosial dan Pemulaan



BAITUL MAL ACEH BESAR

Ikhlas dan Jujur

Cantor Baitul Mal Aceh Besar
Jl. T. Arifin, Pinggiran Pematang No. 1, Kota Lingsar
Kab. Aceh Besar - 21122
www.baikulmalacehbesar.org

dengan 2.5% harta anda akan bersih

Bayarlah Zakat Anda



0111 757 0000
0111 757 0000
0111 757 0000

www.baikulmalacehbesar.org

Edisi 1 Vol 1 Tahun 2013

Santuni

OPUSKUL PENGANTAR ZAKAT



MERAJUT ZAKAT MERAIH MANFAAT

Bank Aceh PT BANK ACEH
CABANG KOTA JONH

011 010 757 00020

mandiri
WISATA

BANK MANDIRI
KCPRODIJAYONG

70200 88871

BANK PEMBANGUNAN ACEH (BPA)

1000 21000 40340



