

SKRIPSI

**STRATEGI UPZ KANTOR URUSAN AGAMA DALAM
MENSOSIALISASIKAN ZAKAT MAL DI KECAMATAN
BATULAPPA, KABUPATEN PINRANG**



OLEH

NUR ASIRA

NIM: 2120203874236007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**STRATEGI UPZ KANTOR URUSAN AGAMA DALAM
MENSOSIALISASIKAN ZAKAT MALDI KECAMATAN
BATULAPPA, KABUPATEN PINRANG**



OLEH

NUR ASIRA

NIM: 2120203874236007

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi UPZ Kantor* Urusan Agama dalam
Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan
Batulappa, Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Nur Asira

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203874236007

Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-3944/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh:

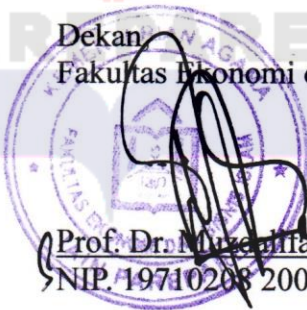
Pembimbing Utama : Rusnaena, M.Ag.

NIP : 19680205 200312 2 001

(.....)

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muhammad Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi UPZ Kantor, Urusan Agama dalam
Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan
Batulappa, Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Nur Asira

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203874236007

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-3944/In.39/FEBl.04/PP.00.9/07/2024

Tanggal Ujian : 07 Juli 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Rusnaena, M.Ag.	(Ketua)	(.....)
Sulkarnain, M.Si.	(Anggota)	(.....)
Multazam Mansyur Addury, M.A.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. ~~Mazdun~~ Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur alhamdulillah segala puji bagi Allah Swt. Dzat yang Maha tunggal, tiada Tuhan selain Ia dan tidak ada apa pun yang dapat serupa dengan-Nya. Sang pemberi rahman dan rahim dalam segala bentuk nikmat dan karunia. Dengan penuh cinta dan kasih, semoga senantiasa tercurahkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad Saw. Nabi terakhir yang diutus sebagai pembawa risalah Islam dan cahaya ilmu.

Alhamdulillah dengan usaha dan semangat dalam penulisan penelitian ini, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua yakni Bapak Rusli dan Ibu Murni yang selalu memberikan motivasi, semangat, dukungan serta tidak henti-hentinya memanjatkan doa demi kelancaran dan kesuksesan penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat berhasil tanpa adanya bimbingan dari Ibu Rusnaena, M.Ag. selaku dosen pembimbing utama yang telah mengupayakan membimbing penulis secara maksimal. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Sulkarnain, M.Si. dan Bapak Nur Hishaly,

GH. M.M. sekaligus kepada Bapak Multazam Mansyur Addury, M.A. selaku dosen penguji skripsi yang telah membantu memberikan arahan penelitian kepada penulis.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis juga turut menyampaikan terima kasih kepada:

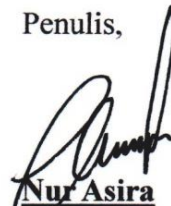
1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Rusnaena M.Ag. selaku Ketua Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, atas jasanya dalam mengembangkan kualitas Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf
4. Rismala M.Ak. sebagai dosen penasehat akademik yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepala administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta seluruh staf yang bertugas, yang telah memberikan pelayanan terbaik dalam pengurusan berkas penelitian penulis dari awal hingga akhir.
7. Ketua BAZNAS Kabupaten Pinrang, Bapak H. Muh. Taiyeb, S.Pd.I. beserta staf/pegawai yang bertugas atas kesediaannya memberikan data penelitian.

8. Kepala UPZ KUA Kecamatan Batulappa, Muhamadong, G, S.Pd.I. beserta anggota dan staf yang telah menyambut dan menerima penulis dengan hangat di lokasi penelitian.
9. Nur Anisa, S.Pd., saudari kandung penulis yang telah banyak memberikan dukungan berupa tenaga, waktu dan pemikiran untuk penyelesaian studi penulis. Terima kasih atas segala *effort* dan kesabarannya senantiasa membantu penulis terutama dalam proses pengumpulan data penelitian.
10. Kepada pasangan, kakak Zainal yang telah turut membantu memberikan dukungan, motivasi serta doa yang tidak putus-putusnya kepada penulis demi kesuksesan dan kelancaran penulis dalam menyelesaikan studi.
11. Kepada Mutia, Jaswarni, dan Amira, selaku sahabat karib penulis. Sahabat seperjuangan yang sama-sama memberikan motivasi dan dukungan hingga akhirnya bisa wisuda sama-sama.
12. Kepada teman-teman Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf angkatan 2021 atas segala motivasi yang telah diberikan, dukungan semangat dan pengalaman haru yang senantiasa diberikan kepada penulis.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kepada pembaca untuk memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini ke depannya. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi amal kebaikan.

Parepare, 20 Juni 2025 M
24 Dzulhijjah 1446 H

Penulis,



Nur Asira
NIM. 2120203874236007

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

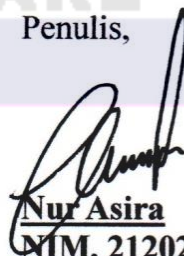
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Asira
NIM : 2120203874236007
Tempat/Tgl. Lahir : Bacukiki, 22 Oktober 2003
Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam
Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan
Batulappa, Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil yang menyimpang berupa tiruan, plagiasi, duplikasi ataupun terbukti dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang telah diperoleh karenanya batal karena hukum.

Parepare, 20 Juni 2025 M
24 Dzulhijjah 1446 H

Penulis,



Nur Asira

NIM. 2120203874236007

ABSTRAK

Nur Asira, *Strategi UPZ Kantor Urusan Agama Dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang* (dibimbing oleh Rusnaena, M.Ag.)

Adanya kesenjangan jarak yang begitu besar antara potensi dan realisasi zakat, salah satunya bersumber dari pengetahuan dan minat berzakat yang rendah di kalangan masyarakat. Kebutuhan literasi zakat yang begitu rentan menjadi tugas utama yang harus dipenuhi lembaga amil, termasuk UPZ KUA sebagai Unit pelaksana yang membantu BAZNAS mengumpulkan zakat di tingkat kecamatan. Keliru persepsi terhadap penunaian zakat dalam masyarakat, pengetahuan, kesadaran serta minat yang perlu digali, sehingga sosialisasi menjadi alternatif solusi yang harus dilakukan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji dua permasalahan yakni bagaimana bentuk strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang, serta apa peluang dan tantangan yang dihadapinya dalam melakukan sosialisasi. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan teknik pendekatan triangulasi sumber. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Dalam mengidentifikasi temuan penelitian, penulis menggunakan teori komunikasi dari Harold D. Lasswell untuk menemukan pola dan gambaran fenomena dalam proses sosialisasi. Hasil penelitian menunjukkan bentuk strategi sosialisasi UPZ KUA Kecamatan Batulappa meliputi sosialisasi tahunan dan pelatihan agama setiap dua kali setahun, sosialisasi melalui penyuluh agama Islam KUA, pelibatan tokoh agama dan aparatur desa, serta pemanfaatan perayaan hari besar Islam dan kebudayaan lokal. Adapun peluang UPZ KUA dalam melakukan sosialisasi meliputi adanya keterlibatan secara aktif dari BAZNAS Kabupaten, kepercayaan masyarakat terhadap tokoh agama, budaya religiusitas masyarakat, dan terdapat forum keagamaan dan kebudayaan yang bisa dimanfaatkan. Sedangkan tantangan yang dihadapi meliputi minimnya minat membayar zakat di beberapa wilayah desa, kepatuhan berzakat yang belum otomatis sehingga perlu repetisi dan pendekatan secara terus-menerus, belum adanya penggunaan media digital dan cetak dalam sosialisasi, sosialisasi belum merata, kurangnya perhatian terhadap metode ceramah, serta aksesibilitas dan infrastruktur transportasi.

Kata kunci: Strategi, UPZ KUA, Sosialisasi, Komunikasi, Zakat Mal.

DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	16
B. Tinjauan Teoritis.....	21
C. Kerangka Konseptual	48
D. Kerangka Pikir.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	53
C. Fokus Penelitian	53
D. Jenis dan Sumber Data	53

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	54
F. Uji Keabsahan Data	56
G. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Hasil Penelitian.....	60
B. PEMBAHASAN.....	90
BAB V PENUTUP	129
A. Kesimpulan.....	129
B. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	138
BIODATA PENULIS	171

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data penyetoran UPZ KUA ke BAZNAS Kab. Pinrang	7
1.2	Data penerimaan zakat UPZ KUA Kec. Batulappa tahun 2024	8



DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	51
4.1.	Kantor Urusan Agama Kec. Batulappa	63
4.2.	Bagan Struktural UPZ KUA Kec. Batulappa	65
4.3.	Dokumentasi kegiatan sosialisasi zakat dan pembinaan agama di KUA Kec. Batulappa pada tanggal 28 Mei 2025	68
4.4.	Pembinaan Keagamaan Kec. Batulappa tahun 2024	69
4.5.	Perayaan Syukuran Petani dihadiri Kepala KUA Kec.Batulappa	74
4.6.	Catatan Setoran Zakat dari Imam Desa Batulappa,oleh Bendahara Desa	79

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Instrumen wawancara	139
2	Surat Permohonan Izin Melakukan Penelitian	143
3	Surat izin penelitian	144
4	Surat keterangan selesai penelitian	145
5	Surat keterangan wawancara	146
6	Data Penerimaan zakat mal UPZ KUA Kec. Batulappa tahun 2024	158
7	Tabel analisis tematik (<i>coding</i>)	161
8	Dokumentasi	167

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (").

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (monofong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabung antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
اَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *Kaifa*

حَوْلَ : *Haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نَا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
نُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَات : mātā

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوت : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*. Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمَ : *nu'ma*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-* *syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-* *zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal

kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>Ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>Al-Nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>Syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ṣīlāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللهِ : *Dīnullah*

بِالله : *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Meskipun sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur‘an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu).

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū).

11. Singkatan

- a. Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subhānahū wa ta'āla*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*

a.s. = *'alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

- b. Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

دم = بدون

صلعم = صلى الله عليه وسلم

ط = طبعة

بن = بدون ناشر

الخ = إلى آخرها / إلى آخره

ج = جزء

- c. Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, di antaranya sebagai berikut:

Ed : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia

- kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (dan kawan-kawan) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam usaha untuk memecahkan sedikit banyak persoalan menyangkut ekonomi, Islam hadir dengan menawarkan produk unggulannya dengan menjadikan landasan filantropi sebagai solusi atas masalah krisis ekonomi yang dihadapi masyarakat. Filantropi merupakan bentuk pengaplikasian dengan *output* mengasahi dan menyayangi melalui kedermawanan harta. Filantropi Islam merupakan salah satu bukti bahwa agama sejatinya memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat, yang meninjau jauh ke dalam persoalan kesejahteraan dengan memperhatikan masalah duniawi terutama masalah kemiskinan.

Salah satu bentuk filantropi Islam sebagaimana telah terpatri dalam rukun Islam yang ke-3 yakni zakat. Zakat merupakan instrumen sekaligus produk yang dihasilkan Islam untuk membangun peradaban ekonomi yang merata. Pada dasarnya zakat merupakan media untuk mempererat silaturahmi dan meningkatkan solidaritas sosial, di samping untuk mempererat hubungan ketuhanan. Zakat tidak hanya diperuntukkan untuk ketauhidan namun juga melalui pendekatan ekonomi, zakat berkembang menjadi konsep muamalah yaitu konsep tentang cara manusia harus melaksanakan kehidupan bermasyarakat termasuk dalam bentuk ekonomi. Lebih lanjut, zakat memainkan peran penting dalam kesejahteraan ekonomi dan pembangunan masyarakat.

Zakat apabila dialokasikan dengan sempurna akan dapat berguna dalam menciptakan laju perkembangan perekonomian dan pendapatan seimbang serta

memiliki tujuan yang sangat sakral yaitu menciptakan kemakmuran ekonomi bagi umat.¹ Berdasarkan hal tersebut, zakat sebagai instrumen filantropi Islam dan sebagai instrumen penerimaan negara, memegang kendali yang cukup besar terhadap pembangunan taraf hidup serta pemerataan ekonomi masyarakat. Agar zakat mampu memberi pengaruh signifikan terhadap perekonomian masyarakat, maka potensi zakat harus dioptimalkan.

Indonesia sebagai negara yang penduduknya mayoritas beragama Islam, pada akhirnya zakat bukan hanya menjadi urusan agama namun juga urusan negara. Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan bukti nyata pemerintah memperhatikan keberlangsungan zakat di Indonesia. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan lembaga resmi yang melakukan pengelolaan zakat secara nasional, bertindak sebagai koordinator dalam setiap jejak pengelolaan zakat dengan kewenangan pelaksanaan mulai dari pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan, hingga pelaporan dan pertanggung jawaban pengelolaan zakat.

Namun, implementasi zakat di Indonesia dihadapkan pada berbagai macam persoalan. Realisasi yang dihadapi dalam tata kelola zakat memiliki gap yang begitu besar dengan potensi di lapangan. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia yang mencapai 244,69 juta jiwa dari total penduduk lebih dari 281 juta jiwa atau dengan persentase 87,08% dari total populasi. Sebanyak 24,06 juta jiwa di antaranya merupakan penduduk miskin kategori menengah ke bawah atau dengan persentase sebesar 8,57% pada tahun 2024.² Angka

¹ Nur Diana Khalida, “Zakat Sebagai Solusi Kesejahteraan Ekonomi Ummat Dalam Konsep Kebijakan Fiskal Islami,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 2496–2503.

² Badan Pusat Statistik, Persentase penduduk Miskin September 2024, <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/01/15/2401/persentase-penduduk-miskin-september-2024-turun-menjadi-8-57-persen-.html>. Dirilis pada tanggal 15 Januari 2025.

ini akan terus mengalami perubahan secara sistematis bersamaan dengan penetapan potensi zakat secara nasional. Akan tetapi, angka penyerapan potensi zakat di Indonesia baru mencapai 10% dengan total penghimpunan ZIS berkisar Rp 33 Triliun dari total potensi zakat sebesar Rp 327 Triliun per tahun.³ Artinya, terdapat kesenjangan jarak yang begitu jauh antara potensi zakat di lapangan dengan realisasi penyerapan yang terjadi. Hal ini berindikasi terhadap tingkat kesejahteraan sosial yang hanya mungkin dirasakan bagi satu golongan saja. Pemerataan ekonomi dengan konsep filantropi begitu penting guna menciptakan kemaslahatan umat dan kesejahteraan sosial bagi seluruh masyarakat.

Adanya kesenjangan jarak antara potensi dan realisasi zakat secara umum disebabkan oleh berbagai faktor. Menurut Nurul Huda dalam bukunya yang berjudul *Zakat Perspektif Mikro-Makro Pendekatan Riset*, terdapat tiga kelembagaan yang menjadi sumber masalah prioritas dalam pengelolaan zakat nasional dan salah satunya bersumber dari masyarakat (mustahik/ muzakki).⁴ Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Nurul Huda menyimpulkan prioritas masalah zakat di pihak masyarakat yang paling utama yaitu rendahnya pengetahuan masyarakat terutama muzakki tentang fikih zakat. Sebagian muzakki menganggap bahwa zakat hanya terbatas pada zakat fitrah, dan hanya perlu dikeluarkan pada bulan ramadhan. Zakat juga masih dianggap sebagai sebuah ibadah ritual yang sudah membudaya, padahal zakat satu-satunya rukun Islam yang memiliki fungsi dimensi sosial.

Terdapat fenomena membayar zakat secara tradisional yang begitu kuat dari aktivitas muzakki. Pemberian secara langsung tanpa melalui amil zakat berupa

³ Muhammad Zulfikar, BAZNAS: Potensi Zakat di Indonesia mencapai Rp327triliun (ANTARA: Kantor berita Indonesia) <https://www.antaranews.com/berita/4202409/baznas-potensi-zakat-di-indonesia-mencapai-rp327triliun>. Dikutip pada tanggal 17 Juni 2024 pukul 19.24 WIB.

⁴ Nurul Huda, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset* (Prenada Media, 2015).

bantuan sosial yang bersifat karikatif, tanpa mengetahui terdapat golongan yang berhak, ketentuan nisab dan haulnya serta kadar zakat yang harus dikeluarkan. Padahal seharusnya zakat disalurkan melalui amil zakat agar penyalurannya tepat sasaran dan keberkahan terhadap harta dan jiwa lebih dapat dirasakan, serta kebermanfaatan harta dapat dirasakan secara merata tanpa adanya kesenjangan antara satu golongan dengan golongan yang lainnya.

Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi zakat di kalangan umat Islam. Masyarakat Indonesia masih banyak yang belum menyadari akan kewajiban pembayaran zakat serta dampak yang dihasilkannya terhadap pembangunan taraf hidup manusia serta untuk pembangunan ekonomi negara. Muzakki dihadapkan akan kebutuhan pengetahuan tentang zakat serta panduan dan pengingat akan ketentuan zakat. Tidak semua individu muslim yang ada terutama di Indonesia memahami ilmu zakat. Fenomena rendahnya minat masyarakat untuk membayar zakat ataupun membayarkannya tanpa melalui lembaga amil zakat resmi di Indonesia bahkan telah terjadi sebelum tahun 1990. Hal ini didorong pula oleh ketidakpercayaan muzakki terhadap lembaga amil baik swasta maupun pemerintah. Sehingga *trust* atau kepercayaan terhadap lembaga amil pada kalangan masyarakat perlu ditingkatkan. Ujung dari benang merah tersebut, adalah diperlukannya sebuah strategi dari kelembagaan zakat untuk mengurangi kesenjangan angka penyerapan potensi dan realisasi zakat yang terjadi dari aktivitas pengelolaan zakat terutama dari segi penghimpunan di kalangan masyarakat.

Berbagai upaya dilakukan oleh BAZNAS dalam meningkatkan realisasi penghimpunan dan memaksimalkan kinerja pengelolaan zakat agar mampu memaksimalkan penyerapan potensi zakat pada masyarakat. Dalam meningkatkan

arus perputaran zakat di kalangan masyarakat, BAZNAS berupaya memaksimalkan kinerja pengelolaan zakat utamanya penghimpunan zakat pada muzakki. Untuk itu, BAZNAS selaku koordinator pengelola zakat tidak hanya bertindak sebagai operator dalam pelaksanaan pengelolaan zakat di Indonesia, namun juga memiliki fungsi sebagai regulator bahwa dalam membantu tugas pengumpulan zakat, BAZNAS, BAZNAS Provinsi, dan BAZNAS Kabupaten/kota dapat membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ).⁵

Unit Pengumpul Zakat yang selanjutnya disingkat UPZ merupakan lembaga amil zakat di bawah naungan BAZNAS. Unit Pengumpul zakat merupakan entitas yang dibentuk oleh BAZNAS untuk membantu mengumpulkan zakat dari masyarakat umum, kemudian menyetorkannya ke BAZNAS sehingga dana tersebut akan dikelola, didistribusikan dan di produktif kan. BAZNAS membentuk UPZ di tingkat kecamatan, kelurahan, serta instansi untuk membantu menghimpun, serta apabila diperlukan maka dapat mengelola, dan menyalurkan dana zakat.

Salah satu yang melaksanakan upaya tersebut ialah BAZNAS kabupaten Pinrang. Kabupaten Pinrang terdiri dari total 12 (dua belas) kecamatan di antaranya Watang sawitto, Paleteang, Tiroang, Mattiro bulu, Suppa, Lanrisang, Mattiro some, Cempa, Lembang, Duampanua, Patampanua dan Batulappa, yang selanjutnya membawahi 69 (enam puluh sembilan) desa dan 40 (empat puluh) kelurahan. Untuk menciptakan arus pengelolaan zakat yang efektif dan efisien, maka BAZNAS Kabupaten Pinrang membentuk Unit Pengumpul Zakat berbasis KUA yang bertindak sebagai gerbang pertama pelayanan keagamaan pada masyarakat di tingkat kecamatan, sehingga KUA yang telah tersebar di setiap kecamatan memiliki mandat

⁵ BAZNAS, Standar Laboratorium Manajemen Zakat h. 32

sebagai bagian dari jaringan pengelola zakat. Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Kantor Urusan Agama (KUA) merupakan representasi kerja sama dalam rangka membantu pengumpulan dana zakat dengan sistem yang lebih mudah untuk dijangkau oleh muzakki, serta lebih efektif bagi lembaga pengelola untuk menyerap potensi zakat terutama di pelosok desa. Salah satu yang mendapatkan perhatian besar dari BAZNAS Kabupaten Pinrang yakni UPZ Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa.

Berdasarkan hasil observasi awal tingkat pengumpulan zakat oleh UPZ Kantor Urusan Agama di Kecamatan Batulappa didominasi oleh pembayaran zakat fitrah. Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Batulappa telah mendapat apresiasi sebagai peringkat pertama penyetor zakat fitrah terbanyak selama 5 (lima) tahun berturut-turut. Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Bapak H. Muh. Taiyyeb, S.Pd.I. selaku Ketua Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kab. Pinrang yang menyatakan bahwa:

“Kecamatan Batulappa adalah *ranking* pertama penyetor zakat fitrah terbanyak di kabupaten Pinrang, dan itu terjadi selama 5 tahun berturut-turut. Hal ini menunjukkan potensi disana cukup besar. Meskipun jumlah penduduknya tidak sebanyak yang lain, tapi ini bukti bahwa masyarakat Batulappa merupakan masyarakat yang agamais”.⁶

Menurut Bapak Muh. Taiyeb, ada peluang yang cukup besar di Kecamatan Batulappa, melihat antusias dan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat fitrah. Menurutnya, masyarakat Kecamatan Batulappa merupakan masyarakat yang agamais dan memiliki jiwa sosial yang tinggi. Bentuk perilaku masyarakat yang demikian, menjadi salah satu faktor terealisasikannya pembayaran zakat di Kecamatan Batulappa.

⁶ H. Muh. Taiyeb, S.Pd.I., Ketua BAZNAS Kab. Pinrang, wawancara di kantor BAZNAS Kab. Pinrang, 09 Desember 2024.

Secara geografis kecamatan Batulappa merupakan kawasan yang terletak pada dataran tinggi atau pegunungan dengan luas wilayah 158,99 km². Kecamatan Batulappa terdiri dari 4 (empat) desa dan 1 (satu) kelurahan yakni Kelurahan Kassa, desa Tapporang, desa Watang Kassa, desa Batulappa, dan desa Kaseralau, yang selanjutnya terbagi lagi menjadi beberapa dusun dan lingkungan dengan total keseluruhan populasi berkisar 11.281 (sebelas ribu dua ratus delapan puluh satu) jiwa dan mayoritas beragama Islam. Jumlah tersebut memang lebih sedikit jika dibandingkan jumlah penduduk lain yang tersebar di Kabupaten Pinrang.

Tabel 1.1 Rekapitulasi data penyetoran UPZ KUA Kecamatan Batulappa ke BAZNAS Kabupaten Pinrang

No.	Bulan	Jumlah pengumpulan tahun 2023 (Rp)	Jumlah pengumpulan tahun 2024 (Rp)
1.	Januari	8.475.000	2.600.000
2.	Februari	-	8.425.000
3.	Maret	937.500	14.050.000
4.	April	72.691.000	64.333.000
5.	Mei	3.267.000	14.069.000
6.	Juni	3.359.000	7.165.000
7.	Juli	5.640.000	-
8.	Agustus	1.100.000	740.000
9.	September	2.583.000	-
10.	Oktober	19.968.000	2.100.000
11.	November	4.287.000	4.325.000
12.	Desember	4.551.000	-
Jumlah		126.858.500	117.807.000

*Sumber data : Bendahara UPZ KUA Kecamatan Batulappa (2023),
BAZNAS Kabupaten Pinrang (2024)*

Tabel 1.2 Data Penerimaan Zakat Mal UPZ KUA Kecamatan Batulappa tahun 2024

No.	Jenis Zakat	Jumlah Pengumpulan (Rp)
1.	Zakat Fitrah	57.458.000
2.	Zakat Pertanian	33.361.000
3.	Zakat Perkebunan	8.730.000
4.	Zakat Uang / Tabungan	7.925.000
5.	Zakat Profesi	9.833.000
6.	Zakat hewan tenak	500.000
Total		117.807.000

Sumber data : Bendahara UPZ KUA Kecamatan Batulappa

Jumlah penyetoran zakat secara umum oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa cukup tinggi dibandingkan dengan kecamatan yang lain. Namun pembayaran zakat secara keseluruhan masih didominasi oleh pembayaran zakat fitrah. Pembayaran zakat masih berpaku pada pembayaran zakat fitrah yang telah mengakar dan membudaya bagi masyarakat, sehingga zakat dinilai hanya sebagai bagian ritual yang hanya perlu dikeluarkan pada bulan ramadhan saja. Sedangkan jenis zakat mal (harta) belum begitu dikenal dan diketahui sebagian masyarakat yang lain apalagi jika menyangkut nisab, haul dan kadarnya. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pihak UPZ KUA, Bapak Ansar Halim S. Ag. selaku sekretaris UPZ KUA, yang menyatakan terdapat fenomena pembayaran zakat mal pada sebagian masyarakat yang dilakukan dengan cara tradisional tanpa melibatkan amil zakat. Masyarakat mengeluarkan sebagian hartanya dengan cara diberikan langsung kepada tetangga atau kerabat tanpa mengetahui nisab dan haul serta kadar zakat yang harus dikeluarkan dari hasil pertanian, serta apakah orang yang diberi tersebut berhak atas zakat tersebut.

“...kebiasaan masyarakat di sini, zakat tidak disetor ke amil zakat tapi langsung dikasi ke tetangganya. jadi tidak terdeteksi oleh kami. sayangnya,

apa yang dikeluarkannya belum tentu adalah zakat, barangkali hanya sedekah, karena mereka tidak tahu nisabnya, bahwa sekian-sekian yang dikeluarkan. Sehingga harapannya untuk keberkahan harta, ternyata hanya bernilai sedekah biasa”.⁷

Mayoritas masyarakat Batulappa melakoni pekerjaan di bidang pertanian dan perkebunan seperti petani garap sawah, petani coklat dan petani jagung. Berdasarkan potensi tersebut, UPZ KUA Kecamatan Batulappa juga turut melakukan penyetoran zakat mal ke BAZNAS Kabupaten Pinrang. Akan tetapi, realisasi pembayaran zakat yang dilakukan muzakki belum sepenuhnya maksimal, lantaran pembayaran zakat hingga kini masih didominasi pada pemahaman kewajiban pembayaran zakat fitrah. Sedangkan jenis zakat mal seperti zakat pertanian, zakat perkebunan, zakat penghasilan masih belum terserap secara utuh dan menyeluruh di kalangan masyarakat.

Pada dasarnya, masyarakat belum banyak yang mengetahui jenis pengeluaran zakat pertanian serta ketentuan-ketentuan pembayaran seperti nisab zakat dan berapa kadar zakat yang harus dikeluarkan. Umumnya, masyarakat belum mampu membedakan antara pembayaran zakat dengan pengeluaran sedekah biasa yang dilakukan di masjid setempat. Pemahaman masyarakat terkait pemberian sumbangan yang dilakukan untuk tujuan pembangunan masjid, atau sedekah jariyah sering kali di salah persepsikan sebagai jenis pengeluaran zakat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada Bapak H. Muh. Taiyeb, S. Pd. I., ditemukan pernyataan berikut:

“Utamanya saat ini persoalan pemahaman masyarakat yang masih minim terkait zakat, apalagi zakat harta (mal). Banyak masyarakat yang masih belum tahu dan salah paham bahwa zakat itu berbeda dengan sedekah. Sekarang ini banyak orang yang ketika sudah panen, sebagian uangnya langsung disumbangkan ke mesjid, untuk pembangunan atau sedekah jariyah almarhum

⁷ Bapak Ansar Halim, S.Ag. Sekretaris UPZ KUA Kecamatan Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 April 2025.

keluarganya, dan itu dianggapnya sebagai pembayaran zakat. Beberapa juga tidak tahu berapa sebetulnya nisab zakat dan kadar yang harus dibayarkan. Hal inilah yang perlu dibenahi di masyarakat”.⁸

Berdasarkan wawancara di atas, penulis menyimpulkan bahwa gap yang begitu besar antara potensi dan realisasi pembayaran zakat di Kabupaten Pinrang, didorong kuat oleh minimnya literasi zakat dan kesadaran akan penunaian zakat yang hukumnya wajib bagi umat muslim. Rendahnya realisasi pembayaran zakat mal juga disebabkan oleh aktivitas pembayaran zakat oleh muzakki yang dilakukan secara tradisional tanpa melalui perantara lembaga amil zakat seperti UPZ Kantor Urusan Agama. Petani yang telah panen cenderung memberikan sebagian hasil pendapatan yang diperoleh secara langsung kepada orang-orang di sekitarnya seperti tetangga, keluarga atau kerabat tanpa perantara lembaga amil juga tanpa mengetahui besaran kadarnya. Hal ini menunjukkan esensi dan kedudukan UPZ Kantor Urusan Agama yang masih perlu ditingkatkan pada kalangan masyarakat Kecamatan Batulappa. Temuan serupa dari penelitian yang dilakukan Sumi dkk, dalam judul penelitian “*The Role of Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) In Improving Literacy and Community Participation in Fulfilling Agricultural and Livestock Zakat*” tahun 2024 yang menemukan bahwa tingkat literasi dan partisipasi masyarakat dalam memenuhi zakat pertanian dan peternakan di Kota Enrekang masih begitu diwarnai dengan minoritas pemahaman terutama terhadap konsep perhitungan dan pemungutan zakat.⁹

Potensi Zakat Mal di Kecamatan Batulappa cukup tinggi dan beragam, bersumber dari hasil pertanian berupa padi, hasil perkebunan berupa jagung merah

⁸ H. Muh. Taiyeb, S.Pd.I., Ketua BAZNAS Kab. Pinrang, wawancara di kantor BAZNAS Kab. Pinrang, 09 Desember 2024.

⁹ Muzdalifah Muhammadun and Syahriyah Semaun, “The Role of Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) In Improving Literacy and Community Participation in Fulfilling Agricultural and Livestock Zakat,” *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)* 6, no. 3 (2024): 671–84.

kering, coklat (kakao), dan kelapa sawit, potensi zakat hewan ternak berupa ternak sapi, potensi zakat uang atau tabungan serta zakat pendapatan atau profesi. Potensi yang cukup besar menjadi peluang sekaligus tantangan untuk meningkatkan angka penyerapan zakat untuk mencapai serta mendongkrak target pengumpulan zakat di Indonesia, khususnya pada pelosok desa. Berbagai potensi zakat harus dimaksimalkan dengan berbagai upaya melalui pendekatan yang sejalan dalam proses menciptakan pemahaman dan mendorong kesadaran untuk menunaikan kewajiban pada masyarakat muslim, apabila telah memenuhi ketentuan nisab dan haulnya.

Menindaklanjuti persoalan tersebut, untuk mengatasi rendahnya minat zakat yang bersumber dari masyarakat atau muzaki yang belum mengetahui pentingnya berzakat, maka perlu adanya upaya edukasi dan pembinaan kepada masyarakat terkait pembayaran zakat mal oleh UPZ Kantor Urusan Agama dengan sebuah pendekatan dan pembauran dalam masyarakat yang dibangun melalui sosialisasi. Menurut Hafidhuddin, untuk menggali potensi zakat maka sosialisasi dan edukasi merupakan langkah yang tepat sebagai awal memasyarakatkan zakat yang perlu dilakukan secara berkala ke berbagai pihak dan tidak hanya terbatas pada bulan Ramadhan saja tetapi sepanjang waktu.¹⁰ Meskipun angka pembayaran zakat mal di Kecamatan Batulappa cukup tinggi, namun sosialisasi menjadi penting sebab dengan adanya sosialisasi, akan memudahkan masyarakat untuk lebih mengetahui tentang rincian teoritis terkait zakat. Penelitian yang dilakukan oleh Maghfirah dkk tentang “Menggali Potensi Zakat: Strategi untuk meningkatkan penghimpunan zakat di Kabupaten Pinrang” tahun 2023 menemukan bahwa literasi masyarakat tentang zakat masih kurang, meskipun mereka telah memiliki kesadaran untuk mengeluarkan sejumlah harta,

¹⁰ Didin Hafidhuddin, *Agar Harta Berkah Dan Bertambah* (Gema Insani, 2007).

namun masyarakat tidak memahami adanya konsep haul dan nisab dalam ketentuan pembayaran zakat. Penelitian ini juga mengungkap bahwa salah satu upaya dalam mengatasi persoalan tersebut adalah dengan melakukan sosialisasi serta pemberdayaan peran KUA di desa dan kecamatan.¹¹

Persepsi keliru dalam ketentuan zakat mal akan lebih mudah teratasi dengan sosialisasi. Sosialisasi menjadi penting dilakukan sebab boleh jadi seorang yang telah wajib zakat tidak mengetahui bahwa dirinya telah wajib zakat. Pola sosialisasi juga tidak boleh hanya berada pada pola yang itu-itu saja dengan materi dan alur yang perlu dikembangkan dan di *upgrade* sepanjang waktu. Sehingga lembaga amil perlu menyusun strategi agar dampak pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan tidak hanya menjadi sebuah informasi namun berdampak lebih besar dalam membangun motivasi dan kesadaran masyarakat dalam membayar zakat mal. Tantangan utama lembaga amil zakat bukan hanya sekedar meningkatkan pengetahuan literasi zakat muzaki tetapi lebih dalam pada kesadaran dan minat untuk membayar zakat melalui lembaga amil zakat resmi pemerintah. Hal ini selanjutnya menjadi sebuah tantangan bagi UPZ Kantor Urusan Agama dalam memaksimalkan pengumpulan zakat di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang.

UPZ Kantor Urusan Agama sebagai lembaga amil yang berkedudukan di tingkat kecamatan dengan posisi paling relevan dan efektif memberikan pelayanan agama kepada masyarakat, perlu mengupayakan strategi dalam mensosialisasikan zakat melalui berbagai pola pendekatan dan pembauran ke dalam masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan dan menanamkan nilai-nilai terkait zakat sehingga target pembayaran zakat lebih maksimal terutama pada jenis zakat mal.

¹¹ Nur Hishaly GH and Muhammmad Majdy Amiruddin, "Menggali Potensi Zakat: Strategi Untuk Meningkatkan Penghimpunan Zakat Di Kabupaten Pinrang," *FILANTROPI*, 2023, 127–35.

Melihat fenomena pentingnya sosialisasi terhadap proses keberlangsungan zakat dalam masyarakat, ketimpangan pengetahuan berzakat dan kesadaran yang perlu digali oleh lembaga amil, serta fakta terkait minimnya penunaian zakat mal di kalangan masyarakat, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang”.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang?
2. Apa yang menjadi peluang dan tantangan UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses strategi UPZ berbasis KUA di Kecamatan Batulappa dalam mensosialisasikan zakat mal serta mengidentifikasi berbagai faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi tersebut. Tujuan penelitian ini ialah untuk menuntaskan rumusan masalah di atas, yang menjadi fokus penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang.
2. Untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat digunakan untuk berbagai kepentingan yang relevan dengan isu bahasannya, di antaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini akan memberikan manfaat dalam hal rujukan informasi dan bahan referensi atau kajian kepustakaan yang akan menguatkan referensi penelitian selanjutnya serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti pembaca terkait strategi atau peranan UPZ berbasis KUA dalam melakukan sosialisasi zakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, hasil penelitian ini digunakan untuk menambah keilmuan, wawasan mendalam, serta pengalaman yang terbentuk melalui proses penelitian mengenai strategi UPZ berbasis KUA dalam mensosialisasikan zakat mal pada tingkat kecamatan. Penelitian ini juga digunakan untuk memenuhi syarat terpenuhinya tugas akhir (skripsi) agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Strata 1 Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare.

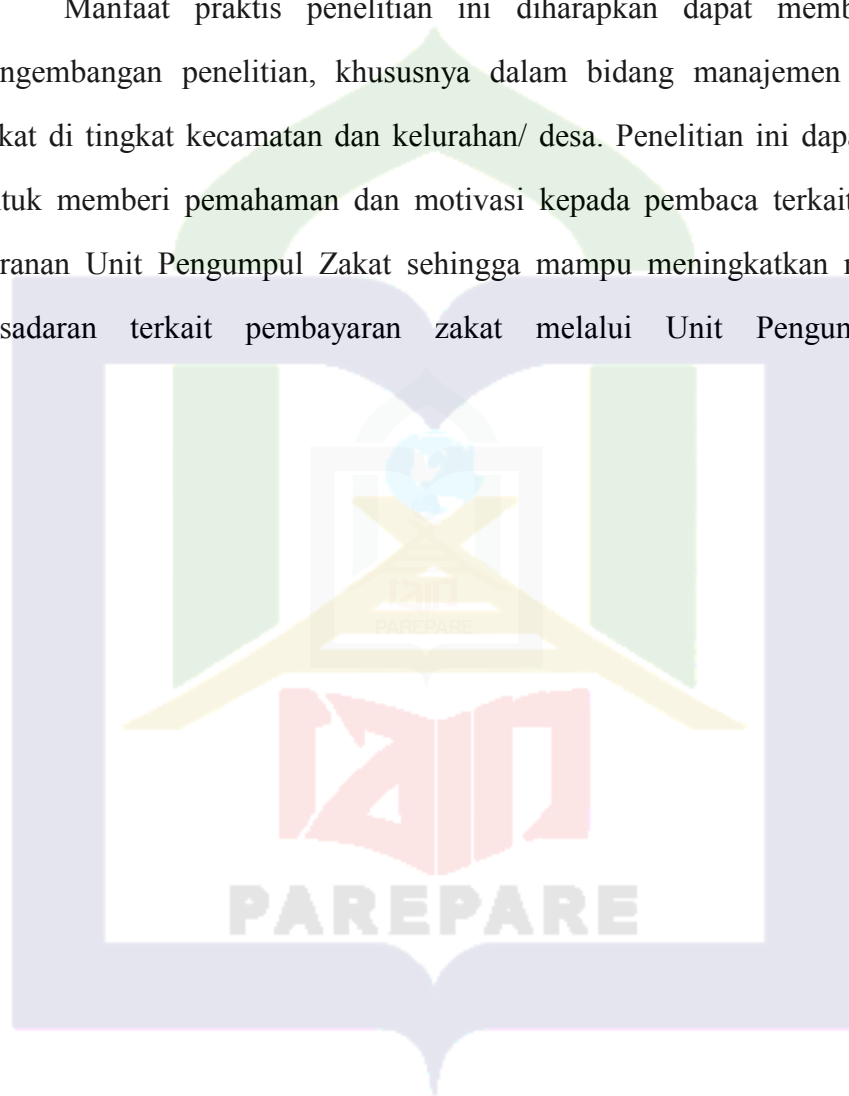
b. Bagi Unit Pengumpul Zakat

Manfaat praktis yang dapat dirasakan dalam penelitian ini bagi Unit Pengumpul Zakat yaitu hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan evaluasi dalam implementasi strategi sosialisasi serta memberikan keterbukaan pandangan bagi masyarakat untuk memahami peranan UPZ di

Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa melalui proses penelitian yang dilakukan.

c. Bagi pembaca/pihak lain

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan penelitian, khususnya dalam bidang manajemen pengelolaan zakat di tingkat kecamatan dan kelurahan/ desa. Penelitian ini dapat digunakan untuk memberi pemahaman dan motivasi kepada pembaca terkait esensi atau peranan Unit Pengumpul Zakat sehingga mampu meningkatkan motivasi dan kesadaran terkait pembayaran zakat melalui Unit Pengumpul Zakat.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berikut beberapa penelitian relevan yaitu penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti yang lain dan dianggap cukup relevan atau memiliki keterkaitan dengan judul dan topik yang akan diteliti, yang berguna sebagai tinjauan dan pembandingan untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian dengan pokok permasalahan yang sama.

Penelitian *pertama* dilakukan oleh Indah Ayu Sulistyawati, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tahun 2023 dengan judul penelitian skripsi “Strategi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Masjid Al-Jami’ Desa Sungai Siput Untuk Memotivasi Muzakki Dalam Membayar Zakat Mal Dan Zakat Fitrah”.¹² Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi *field research* adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, informan penelitian, validitas data. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan teknik analisis SWOT yang dikembangkan oleh David. Analisis SWOT berarti analisis berdasarkan pada *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats* yakni kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman melalui analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan peneliti memfokuskan pada analisis SWOT sebagai strategi UPZ. Strategi UPZ Sungai Siput untuk memotivasi muzakki dalam

¹² Indah Ayu Sulistyawati, “Strategi Unit Pengumpul Zakat (Upz) Masjid Al-Jami’ desa Sungai Siput Untuk Memotivasi Muzakki Dalam Membayar Zakat Mal Dan Zakat Fitrah” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023).

membayar zakat, pelaksanaan strategi yang dilakukan untuk peningkatan wajib zakat masih dikatakan belum maksimal. Selama ini strategi yang dilakukan UPZ Masjid Al-Jami' hanya menggunakan sosialisasi, tanpa didorong dengan pemanfaatan media cetak, maupun media sosial serta adanya faktor penghambat dari masih kurangnya kesadaran masyarakat pada wajib zakat.

Persamaan penelitian di atas dengan peneliti saat ini adalah keduanya sama-sama merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dan dengan tema yang sejenis yakni Strategi UPZ dalam korelasinya terhadap pembayaran zakat. Namun, terdapat perbedaan dari subjek penelitian yakni jenis UPZ Masjid, yang berbeda dengan peneliti saat ini yaitu UPZ berbasis KUA, sehingga jangkauan penelitian di atas hanya berada pada satu lingkup desa, sementara peneliti memiliki jangkauan penelitian pada tingkat kecamatan yang memuat lebih dari satu desa. Lebih lanjut penelitian di atas memfokuskan penelitian dengan mengangkat rumusan permasalahan yang secara jelas meneliti bagaimana strategi UPZ Masjid Al-Jami' dalam memotivasi muzakki dalam membayar zakat mal dan zakat fitrah, sementara peneliti saat ini berfokus pada pembayaran zakat mal sebagai variabel terikat. Selain itu, peneliti di atas memiliki landasan penelitian untuk menganalisis proses strategi yang terjadi melalui analisis SWOT. Peneliti di atas, berfokus pada penilaian kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dari strategi yang dilakukan UPZ. Sedangkan peneliti saat ini ingin mengkaji bentuk strategi UPZ serta menganalisis indikator-indikator dalam proses sosialisasi. Peneliti saat ini ingin mengkaji indikator atau komponen dalam aktivitas sosialisasi sehingga hasil penelitian lebih kompleks serta standar dalam capaian penelitian lebih luas.

Penelitian *kedua* dilakukan oleh Mhd. Ali Mansuri Siregar dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tahun 2023 dengan judul penelitian skripsi “Strategi sosialisasi zakat dalam meningkatkan jumlah muzaki di lembaga amil zakat swadaya ummah Kota Pekanbaru”.¹³ Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa sosialisasi zakat di Swadaya Ummah dilaksanakan dengan menyusun strategi terlebih dahulu. Swadaya Ummah melaksanakan 2 strategi dalam melaksanakan sosialisasi zakat yakni *Direct Fundraising* dan *Indirect Fundraising*. *Direct Fundraising* yang juga dikenal dengan kegiatan penggalangan langsung yakni Canvasing tatap muka, *Telefundraising* dan sebagainya. Sedangkan *Indirect Fundraising* adalah tindakan yang dilaksanakan dalam menawarkan zakat namun tanpa secara langsung seperti melaksanakan seminar, ceramah agama, konser amal, dan sebagainya. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan memperhatikan kualitas yang bersifat edukatif, interaktif, dan persuasif. Bentuk sosialisasi zakat Swadaya Ummah adalah kajian fiqh Zakat, kajian tematik, dongeng peduli, *training* motivasi, dan seminar zakat. Kegiatan sosialisasi zakat pada hakikatnya sudah dipersiapkan secara maksimal dan terencana. Mulai dari penentuan lokasi, pemilihan materi, serta pelaksana dari sosialisasi sudah direncanakan dengan baik. Terdapat kendala sosialisasi seperti, kurang lengkapnya perangkat sosialisasi mulai dari brosur, *slide* presentasi, dan lain sebagainya. Selain itu terkadang beberapa kondisi pemateri yang tidak menguasai kegiatan. Terakhir disebabkan waktu dan tempat yang kurang mendukung.

¹³ Mhd Ali Mansuri Siregar, “Strategi Sosialisasi Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Swadaya Ummah Kota Pekanbaru” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarfi Kasim Riau, 2023).

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian saat ini terletak pada penggunaan metode penelitian analisis kualitatif deskriptif dengan tema yang sejenis terkait Strategi sosialisasi serta korelasinya dengan pembayaran zakat. Perbedaan penelitian di atas secara spesifik menilai peningkatan jumlah muzakki pada objek penelitian sebagai variabel terikat sedangkan penelitian ini menilai pembayaran zakat mal secara khusus sebagai turunan dari aktivitas sosialisasi, sehingga fokus penelitian keduanya berbeda. Penelitian di atas dilakukan pada sebuah LAZ swadaya Pekanbaru sedangkan penelitian ini dilakukan di UPZ Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang.

Penelitian *ketiga* dilakukan oleh Ansyar Khalid dari Institut Agama Islam Negeri Parepare tahun 2021 dengan judul skripsi “Strategi UPZ Kecamatan Lembang dalam meningkatkan kesadaran masyarakat membayar zakat di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang”.¹⁴ Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun hasil penelitian ini adalah: 1) Kesadaran masyarakat dalam melakukan pembayaran zakat di Kelurahan Tadokkong belum sepenuhnya baik karena masih banyak masyarakat yang belum paham arti dari membayar zakat namun sangat disayangkan karena kebanyakan masyarakat hanya memahami zakat fitrah yang mana dilakukan pada saat bulan suci ramadhan sedangkan zakat mal yang seharusnya dikeluarkan setelah hartanya sudah mencapai haul dan nishab kurang dipahami oleh masyarakat Tadokkong. 2) Strategi UPZ untuk meningkatkan

¹⁴ Ansyar Khalid, “Strategi UPZ Kecamatan Lembang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang” (IAIN Parepare, 2021).

kesadaran masyarakat Kelurahan Tadokkong yaitu; a. Melakukan kerja sama dengan aparat pemerintahan setempat serta para tokoh ulama, tokoh masyarakat serta juru dakwah untuk membantu mensosialisasikan pentingnya zakat b. Aktif dalam pembinaan yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten untuk meningkatkan profesionalisme para pengurus Unit Pengumpul Zakat untuk mengembangkan zakat di desa.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu keduanya sama-sama membahas topik mengenai strategi UPZ Kecamatan, meskipun tidak secara gamblang menyebutkan berbasis KUA, namun kedudukan UPZ di Kabupaten Pinrang telah jelas diketahui tersebar di seluruh KUA Kecamatan. Melalui metode deskriptif kualitatif, peneliti di atas menggambarkan kondisi pembayaran zakat di Kelurahan Tadokkong, dengan lokasi yang berdekatan tetapi berada dalam lingkup Kabupaten Pinrang. Namun terdapat perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian di atas, yakni fokus penelitian saat ini yang ingin meneliti secara khusus strategi UPZ dalam melakukan sosialisasi zakat mal. Penelitian ini ingin memusatkan perhatian terhadap bentuk strategi sosialisasi zakat mal dengan menilai berbagai indikator di dalamnya dan menilai lebih jauh peluang dan tantangan di dalamnya. Secara ringkasnya penelitian ini akan menilai program sosialisasi zakat mal oleh UPZ KUA di Kecamatan Batulappa. Zakat mal yang diteliti tidak hanya pada jenis zakat pertanian namun semua jenis zakat mal yang berpotensi di lokasi penelitian yakni kecamatan Batulappa.

B. Tinjauan Teoritis

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah sebuah rencana, metode, atau pola rangkaian tindakan yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu yang berjangka panjang dengan menyeleksi berbagai cara hingga cara terbaik dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.¹⁵ Pada umumnya, strategi bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif atau keberhasilan dalam menghadapi tantangan dan persaingan. Secara sederhana, strategi merupakan cara-cara untuk menjalankan misi untuk mencapai visi. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.

Amstrong memaparkan bahwa setidaknya terdapat tiga pengertian strategi. Pertama, strategi merupakan deklarasi maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan, dan memperhatikan dengan sungguh-sungguh alokasi sumber daya perusahaan yang penting untuk tujuan jangka panjang dan mencocokkan sumber daya perusahaan yang penting untuk lingkungan eksternal. Kedua, strategi merupakan perspektif isu kritis atau faktor keberhasilan dapat dibicarakan, serta keputusan strategis bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta berjangka panjang kepada perilaku dan keberhasilan organisasi. Ketiga, strategi pada dasarnya adalah mengenai penetapan tujuan (tujuan strategis) dan mengalokasikan atau menyesuaikan sumber daya dengan peluang (strategi berbasis sumber daya) sehingga dapat mencapai kesesuaian strategis antara tujuan strategis dan basis sumber dayanya.¹⁶

¹⁵ H Andi Rasyid Pananrangi and M Pd SH, *Manajemen Pendidikan*, vol. 1 (Celebes media perkasa, 2017).

¹⁶ Marissa Grace Haque-Fawzi et al., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi* (Pascal Books, 2022).

Setelah dipaparkan beberapa konsep terkait strategi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan serangkaian upaya dan pola kegiatan yang dilakukan oleh organisasi secara terintegrasi untuk membuat keputusan terbaik dalam mencapai tujuan organisasi. Oleh karenanya upaya mengimplementasikan hal tersebut memerlukan manajemen, sehingga pengelola organisasi perlu memahami manajemen strategi.

Manajemen strategi adalah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang mendukung organisasi mencapai tujuan. Manajemen strategi merupakan proses organisasi menentukan tujuan, sasaran, dan tingkat pencapaian yang diinginkan. Manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.¹⁷ Penetapan dan pelaksanaan strategi dengan mekanisme pola manajemen akan berdampak besar terhadap pencapaian tujuan dan kinerja perusahaan untuk jangka waktu yang panjang.

Menurut Suwandiyanto, tujuan dilaksanakannya manajemen strategi, di antaranya ialah untuk memberi arah pencapaian tujuan dalam organisasi/perusahaan. Setiap organisasi/ perusahaan memiliki tujuan yang hendak dicapai. Melalui manajemen strategi setiap bentuk pelaksanaan kerja akan mengarah pada tujuan yang telah ditargetkan dengan strategi sebagai arah jalan yang digunakan agar mendapat hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Arah yang jelas akan dapat dijadikan landasan untuk melakukan pengendalian dan evaluasi keberhasilan. Selain itu, manajemen strategi memiliki dampak terhadap efisiensi dan efektivitas kerja

¹⁷ Sri Budiman and Suparjo Suparjo, "Manajemen Strategik Pendidikan Islam," *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 5, no. 3 (2021) h. 18

perusahaan yang berjangka panjang.¹⁸ Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi berperan besar dalam menentukan arah dan tujuan perusahaan. Strategi bukan hanya sekadar rencana dan pola untuk mencapai tujuan yang besar, namun strategi juga adalah mengatur, dan memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki secara kreatif dan inovatif untuk tujuan masa depan yang panjang. Strategi memastikan perusahaan mampu mencapai tujuan yang besar dan berjangka panjang.

b. Tahapan Strategi

Strategi untuk digunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu visi yang besar dan berjangka panjang terhadap perusahaan, ditentukan dan diatur sedemikian rupa melalui berbagai tahapan sebagaimana pola manajemen, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, koordinasi, dan pengawasan atau *control*.

Konsep dasar proses manajemen strategi seperti yang disebutkan oleh Wheelen dan Hunger terdiri atas 4 tahapan dasar, yakni: Pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi sebagai pengendalian.¹⁹

- 1) Proses analisis atau pengamatan lingkungan merupakan kunci awal yang harus dilakukan untuk menetapkan suatu keputusan. Pengamatan lingkungan merupakan proses mengumpulkan, meneliti, dan menyediakan informasi untuk tujuan strategis. Langkah ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh organisasi. Proses analisis ini dilakukan sebelum menimbang dan menetapkan visi dan tujuan organisasi. Langkah ini membantu dalam menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi. Selain itu, analisis atau

¹⁸ M Pd Sopiah and Etta Mamang Sangadji, *Manajemen Strategis: Dilengkapi Kasus-Kasus Manajemen Strategis Dari Perusahaan Indonesia Yang Go Internasional* (Penerbit Andi, 2024).

¹⁹ Muhammad Fadhli, "Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan," *Continuous Education: Journal of Science and Research* 1, no. 1 (2020): 11–23.

pengamatan lingkungan akan memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi sumber daya dan kapabilitasnya yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan strategis.

- 2) Perumusan strategi untuk kemajuan organisasi menuju masa depan yang diharapkan oleh manajemen untuk tujuan kinerja yang unggul dan bersinergi. Suatu strategi merupakan tindakan yang terorganisir dan terkoordinasi untuk menjalankan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Agar mendapat hasil yang maksimal, maka perumusan strategi harus sesuai dengan kebutuhannya. Formulasi strategi yang keliru dapat memberikan dampak yang kurang baik pada organisasi. Perumusan strategi merupakan turunan dari penetapan visi dan misi organisasi yang berfungsi menetapkan dan menggambarkan tujuan organisasi secara jelas dengan sasaran jangka waktu yang berkepanjangan. Perumusan strategi juga melibatkan identifikasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity and Threats*) yaitu melihat dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimilikinya sendiri. Analisis SWOT adalah metode menilai berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Selanjutnya organisasi memilih strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang dimilikinya untuk mencapai tujuan mereka.
- 3) Implementasi strategi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Implementasi strategi adalah tindakan pengelolaan segala bentuk sumber daya organisasi dan manajemen yang mengarahkan dan mengendalikan pemanfaatan sumber-sumber daya organisasi melalui strategi yang dipilih.

Implementasi diperlukan untuk merinci lebih jelas bagaimana sesungguhnya pilihan strategi yang telah diambil dapat direalisasikan. Implementasi strategi dilakukan dengan merinci langkah-langkah konkret yang harus diambil untuk melaksanakan strategi yang telah diputuskan. Hal ini dapat berupa pengalokasian sumber daya seperti anggaran, tenaga kerja, dan teknologi yang dapat ditunjang melalui mekanisme kerja, SOP, pola komunikasi, dan budaya organisasi.

- 4) Evaluasi dan analisis situasi serta kinerja untuk mengidentifikasi kesesuaian antara perencanaan dan strategi yang berjalan. Apabila ditemukan hal yang kurang sesuai, perlu dilakukan perbaikan. Evaluasi merupakan bagian dari pengendalian yang bertujuan untuk menjamin strategi yang telah dipilih tersebut terlaksana dengan tepat dan mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi evaluasi adalah proses membandingkan hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat analisis tujuan. Dalam evaluasi penilaian strategi terdapat tiga aktivitas penilaian yang mendasar yaitu: peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, pengukuran kinerja, dan tindakan perbaikan selanjutnya.

c. Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan suatu pola yang dirancang, dipilah, di koordinir, dieksekusi dan dievaluasi untuk mendapatkan, meningkatkan atau mempertahankan sebuah nilai, kualitas, kuantitas, progres, atau keuntungan lainnya sebagai tujuan utama organisasi dan *value* terbesar sebuah perusahaan adalah berdaya saing. Hunger dan Wheelen mendefinisikan manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam

jangka panjang. Artinya manajemen strategi membahas persoalan organisasi yang berdimensi masa depan, bukan masa kini atau masa lalu.

Manfaat manajemen strategi adalah dengan menggunakan Manajemen strategi sebagai suatu kerangka (*frame work*) untuk menyelesaikan setiap masalah strategis di dalam perusahaan, terutama yang berkaitan dengan persaingan, maka para manajer diajak untuk berfikir lebih kreatif atau berfikir secara Strategi. Ada beberapa manfaat yang diperoleh organisasi jika mereka menerapkan manajemen strategi, yaitu:

- 1) Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju;
- 2) Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi;
- 3) Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif;
- 4) Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko;
- 5) Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah di masa datang;
- 6) Keterlibatan karyawan dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya;
- 7) Aktivitas yang tumpang tindih akan dikurangi;
- 8) Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi.

Menurut Greenley dan Fred R. David tujuan dari manajemen strategi adalah untuk memungkinkan mengenali, menetapkan prioritas, dan memanfaatkan berbagai peluang, memungkinkan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih efektif untuk mengenali peluang, memungkinkan sumber daya yang lebih kecil dan waktu yang lebih sedikit untuk mengoreksi kesalahan, menciptakan kerangka kerja untuk komunikasi lingkup internal, menjadi kerangka kerja untuk memperbaiki koordinasi

dan pengendalian aktivitas.²⁰ Artinya, manajemen strategi memerlukan integrasi potensi-potensi internal dan eksternal untuk menciptakan peluang keberhasilan target yang lebih efektif dan efisien.

d. Manajemen Strategi Pengelolaan Zakat oleh UPZ

Dalam melaksanakan tugasnya mengumpulkan zakat, seorang amil harus mampu menetapkan tujuan dan menyusun rencana dalam mengoptimalkan potensi yang ada. Setelah memastikan kekurangan dalam lingkungan, lembaga amil perlu menentukan kebijakan dalam mengatasi persoalannya. Strategi yang baik, menjadikan sebuah pengelola zakat yang awalnya tidak terencana atau tidak tersusun menjadi rapi dan terkelola dengan baik.²¹ Hal ini berarti manajemen strategi akan sangat berpengaruh bagi amil zakat dalam melaksanakan tugasnya mengelola zakat, sebab tanpa manajemen strategi, sistem pengelolaan tidak akan terkoordinir dengan baik.

Dalam pengumpulan zakat hendaknya merupakan sesuatu yang terprogram dan terencana serta memiliki ketentuan jadwal yang jelas. Agar pengelolaan zakat berjalan dengan baik, maka organisasi pengelola zakat harus menerapkan prinsip-prinsip *good organization governance* (tata kelola organisasi yang baik).²² Oleh karena itu sebuah lembaga amil zakat harus memiliki manajemen yang terus dikembangkan, baik dalam struktur, operasional, pengawasan, evaluasi, dan program oleh pengelola lembaga dengan berbagai perspektif manajemen modern yang ada.

²⁰ Villatus Sholikhah, "Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro," *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2021): 113–29.

²¹ Ervina Rahmawati Et Al., "Strategi Pengeloaan Zakat Dalam Pemberdayaan Umat," *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian* 2, No. 2 (2023): 185–99.

²² Setyaningsih Denok, "Tugas Akhir: Prosedur Pengumpulan Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta" (STIM YKPN Yogyakarta, 2022).

Strategi pengelolaan zakat oleh lembaga amil meliputi seluruh sistem manajerial dan operasional pengelolaan yang terdiri dari perencanaan, pengoordinasian, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi dalam rangka menghimpun, menyalurkan, dan mendayagunakan zakat, serta membuat laporan pertanggung jawaban.

Dalam membangun prospek kerja dalam proses manajemen pengelolaan zakat, lembaga amil perlu memperhatikan aspek-aspek penting yang membangun karakteristik organisasi pengelola zakat. Hal ini menjadi strategi lembaga amil dalam membentuk dan menciptakan profesionalitas lembaga zakat yang terintegrasi. Elemen-elemen ini secara langsung akan berdampak terhadap kinerja organisasi yang berimplikasi dalam profesionalitas lembaga amil. Elemen-elemen tersebut, di antaranya: 1) *Data base*, 2) *Human resource*, 3) *Hardware resource*, 4) *Software resource*, 5) *Communication resource*.²³

Data base merupakan sumber informasi yang akurat mengenai identitas dan jumlah muzakki dan mustahik yang akan mendukung pelaksanaan tugas dan pengambilan keputusan pada organisasi pengelola zakat. Data muzakki dan mustahik diperlukan sebagai dasar perencanaan dalam melakukan penghimpunan dan penyaluran dana zakat baik yang bersifat konsumtif maupun produktif. Hal ini dapat memudahkan organisasi dalam mengidentifikasi para wajib zakat dan mempermudah dalam melakukan sosialisasi.

Selanjutnya *human resource* adalah sumber daya manusia dalam organisasi pengelola zakat. Organisasi zakat harus dikelola oleh amil yang memiliki kompetensi dasar dalam perzakatan dan pemahaman manajemen yang baik. Selain dari syarat-

²³ f Yulianto, "Strategi Pengembangan Unit Pengumpul Zakat (Upz) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya," *Academia.Edu*, 2021.

syarat utama seorang amil dalam sikap dan agamanya, kualitas sumber daya manusia pada hakikatnya meliputi keseluruhan kualitas kerja seorang amil, yakni pengetahuan, *skill* atau kemampuan, dan pengalaman pengelola amil. Pengelola zakat harus mampu berperan dan berkontribusi secara aktif baik dalam manajerial administratif maupun operasional.

Hardware resource pada hakikatnya merupakan sistem kelola organisasi yang merujuk sumber daya keorganisasian yang terdiri dari sistem manajerial organisasi, sistem informasi dan pengambilan keputusan, struktur dan desain operasi organisasi.

Sedangkan *software resource* adalah terkait reputasi atau nama baik organisasi bagi para pihak yang berkepentingan terhadap pemanfaatan jasa dan pelayanan organisasi zakat tersebut. Pelayanan dan informasi yang akurat serta transparansi kepada *stakeholder* merupakan bagian dari *software resource* termasuk dalam hal ini adalah relasi sosial yang dibangun oleh organisasi. Pandangan dan kesan yang diberikan berasal dari mitra kerja, sponsor, dan muzakki itu sendiri merupakan seluruh elemen yang memberikan reputasi dalam perluasan kerja dan jejak pengelolaan zakat lembaga amil.

Terakhir yaitu *communication resource* yaitu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh lembaga amil dalam melaksanakan operasional kerja baik bersifat internal maupun eksternal. Komunikasi merupakan proses menyampaikan pesan dalam rangka mempengaruhi tingkah laku si penerima pesan. Komunikasi memiliki dampak yang sangat penting dalam proses perluasan jaringan zakat untuk membangun pola kerja yang sistematis dan sesuai rencana serta untuk membangun citra positif bagi organisasi. Selain itu, melalui komunikasi yang baik dapat membentuk relasi-relasi sosial yang lebih luas, serta akan berdampak terhadap

eksistensi organisasi dalam tatanan sosial berdasarkan aktivitas komunikasi yang dibangun dalam masyarakat. Sehingga sedikit banyak persoalan terkait zakat, akan teratasi melalui pola komunikasi yang dibangun oleh organisasi pengelola zakat, baik dalam membangun relasi, sosialisasi dan edukasi zakat.

e. Strategi UPZ dalam menghimpun zakat

Strategi UPZ dalam menghimpun atau melakukan pengumpulan zakat merujuk pada berbagai cara atau metode dalam rangka mengelola zakat dari para wajib zakat (muzakki) untuk disalurkan kepada mereka yang berhak menerima (mustahik). Dalam proses strategi pengumpulan zakat oleh UPZ terdapat 2 mekanisme yang secara umum dilakukan, yaitu:

1) Manajemen *fundraising*

Manajemen *fundraising* adalah metode pengumpulan zakat yang dilaksanakan oleh suatu lembaga dalam rangka menggalang dana dari masyarakat. Berbagai kegiatan diselenggarakan dengan cara yang terorganisir seperti kampanye, acara platform zakat, edukasi zakat, aksi donatur, atau pendekatan-pendekatan lain yang mengandalkan partisipasi aktif dari masyarakat umum. Tujuan dari *fundraising* ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat, mempermudah proses pembayaran zakat, mengoptimalkan distribusi zakat, memperluas cakupan pengumpulan zakat, membangun citra lembaga, dan hubungan dengan donator.²⁴

Kegiatan pengumpulan dengan menggunakan sistem atau metode *fundraising* adalah kegiatan yang dilaksanakan secara terorganisir di mana lembaga amil bertindak sebagai fasilitator, bertujuan meningkatkan perhatian dan

²⁴ Widi Nopiardo, "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar," *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2018): 57–71.

partisipasi masyarakat secara umum dan lebih luas menjangkau berbagai elemen dengan melaksanakan aksi kolaborasi dengan lembaga terkait dengan menyediakan platform untuk mengedukasi dan mensosialisasikan zakat serta memberikan ruang akses yang lebih mudah dijangkau dalam pelaksanaan pembayaran dan lain sebagainya.

Keberhasilan pengumpulan dan pendistribusian dana ZIS ditentukan oleh manajemen *fundraising* dan distribusi yang dianut oleh lembaga zakat.²⁵ Berbagai kegiatan manajemen fundraising meliputi:

- a) Kampanye, sosialisasi, edukasi, promosi atau transfer informasi yaitu proses membangkitkan kesadaran pembayaran zakat kepada muzakki.
- b) Kerja sama program dengan pihak ketiga, kerja sama bisa dilakukan dengan lembaga atau perusahaan lain yang melakukan aktivitas *fundraising*.
- c) Seminar dan diskusi dalam sosialisasi zakat, galang dana juga dapat melakukan kegiatan seminar atau diskusi dengan tema yang relevan dengan kegiatan dan kiprah organisasi pengelola zakat.
- d) Pemanfaatan rekening bank, yaitu memberikan kemudahan donatur dalam menyalurkan dana.

Kegiatan manajemen fundraising zakat meliputi berbagai strategi untuk meningkatkan partisipasi muzakki seperti kampanye, sosialisasi, edukasi dan promosi guna meningkatkan kesadaran berzakat, menjalin kerja sama dengan lembaga atau perusahaan lain untuk memperluas jangkauan penghimpunan dana, mengadakan seminar dan diskusi sebagai sarana sosialisasi dan edukasi publik,

²⁵ Murtadho Ridwan, "Analisis Model Fundraising Dan Distribusi Dana ZIS Di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak," *Jurnal Penelitian* 10, no. 2 (2016): 295–321.

serta memanfaatkan rekening bank untuk memudahkan donatur dalam menyalurkan zakat. Seluruh kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengumpulan zakat melalui pendekatan komunikasi, kolaborasi dan kemudahan akses.

2) Manajemen layanan donatur

Manajemen layanan donatur adalah proses pengelolaan data donatur dan mitra untuk membangun hubungan yang personal dan bermakna. Berbagai kegiatan manajemen layanan donatur terdiri dari melakukan pendataan donatur dengan sistem dokumentasi yang rapi, menerima keluhan donatur dan masyarakat luas serta melakukan *follow up* atas keluhan-keluhan yang ada.²⁶ Hal ini menjadi penting dalam membangun kepercayaan, loyalitas dan kepuasan para donatur terhadap lembaga pengelola zakat yang dapat meningkatkan partisipasi jangka panjang dari donatur dan mendorong mereka untuk terus berkontribusi. pelayanan kepada donatur juga dapat meningkatkan hubungan silaturahmi antara muzaki, amil dan juga mustahik.

Strategi pengumpulan zakat di atas merupakan bentuk metode-metode penghimpunan zakat secara umum yang dilakukan oleh UPZ dalam menyerap dana zakat dari muzakki untuk selanjutnya dikelola dan disalurkan kepada yang berhak.

2. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Menurut James W. Vander Zander sosialisasi didefinisikan sebagai suatu proses interaksi sosial di mana seseorang memperoleh pengetahuan, sikap, nilai dan perilaku esensial untuk keikutsertaan atau partisipasi efektif dalam masyarakat.

²⁶ Raja Hesti Hafriza, M H Firdaus, and Ahmad Chuzairi, "Manajemen Zakat Sebagai Penyeimbang Perekonomian Umat," *Perada* 1, no. 1 (2018): 45–58.

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan, nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi yang lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat.²⁷

Sosialisasi merupakan upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Sejumlah sosiolog menyatakan bahwa sosialisasi merupakan bagian dari teori peranan (*role theory*), sebab dalam prosesnya sosialisasi merupakan upaya mengajarkan peran-peran yang harus dilakukan oleh individu.²⁸ Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dimaksudkan untuk membentuk kebiasaan dalam masyarakat sehingga sebuah nilai dikenal dan setiap masyarakat pada akhirnya menjadi partisipan nilai tersebut. Tujuan dari sosialisasi adalah paling mendasar berupa pembentukan peran atau proses mewujudkan partisipasi.

Dalam kaitannya dengan zakat, sosialisasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menggerakkan masyarakat agar peduli dan memahami pentingnya berzakat. Sosialisasi zakat adalah proses penyebaran informasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kewajiban zakat, tujuan zakat, tata cara pelaksanaan zakat, serta manfaat sosial dan ekonomi dari zakat itu sendiri. Lebih jauh dari itu, sosialisasi zakat adalah seluruh proses penanaman nilai dan aturan tentang zakat dari satu individu kepada individu lainnya yang diarahkan pada pencapaian agar membangkitkan keinginan umat Islam untuk memahami zakat, menciptakan kesadaran umat Islam terhadap hak dan kewajiban dalam ibadah zakat,

²⁷ Jhon Simon, Farida Hanum, and Suardi Suardi, "Pengaruh Sosialisasi Terhadap Pencegahan Politik Uang, Kampanye Hitam Dan Peningkatan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan kepala Daerah Didesa Bulu Cina," *Publik Reform: Jurnal Administrasi Publik* 3 (2018).

²⁸ Zaenal Mukarom, "Teori-Teori Komunikasi" (Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020).

dan mendorong sikap positif umat Islam terhadap zakat. Sosialisasi tidak hanya dilakukan oleh amil zakat, tetapi juga melibatkan pemerintah, ulama, serta tokoh masyarakat untuk memperkenalkan konsep zakat dan mengajak umat muslim untuk menunaikan kewajibannya dalam berzakat.

Tujuan sosialisasi zakat digelar untuk memaksimalkan potensi zakat yang dinilai masih sangat besar. Sosialisasi dilaksanakan untuk memasarkan, mempromosikan, dan mengedukasi serta meningkatkan pemahaman muzakki terkait mekanisme zakat dalam regulasi Islam dan negara. Hal ini semata-mata untuk menunjang efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan zakat, demi mencapai standar masyarakat yang paham dan sadar akan kewajiban beragama.

Agar manfaat zakat dapat dirasakan secara maksimal maka potensi zakat harus di optimalkan. Pengumpulan zakat merupakan gerbang awal dalam tahapan pelaksanaan pengelolaan zakat. Pengumpulan zakat menjadi langkah awal berlangsungnya proses distribusi harta yang dimiliki kelompok masyarakat mampu kepada golongan tidak mampu dalam sistem tata kelola zakat.

Inti dari penghimpunan atau pengumpulan adalah proses mempengaruhi masyarakat (muzakki) agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan sebagian hartanya yang telah mencapai nishab dan haul dan selanjutnya digunakan untuk memberdayakan masyarakat yang membutuhkan dalam artian masyarakat yang tidak berdaya secara ekonomi.²⁹ Makna mempengaruhi masyarakat, tersebut meliputi: memberitahukan, mengingatkan, mendorong, memotivasi, membujuk, atau mengiming-imingi termasuk juga melakukan tekanan jika hal tersebut di mungkinkan atau diperbolehkan.

²⁹ Trisno Wardy Putra and Ahmad Naufal, "Konsep Manajemen Pengumpulan Dana Zakat," *Madinah: Jurnal Studi Islam* 6, no. 2 (2019): 241–67.

b. Indikator Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses komunikasi interaktif yang melibatkan perkembangan individu dan pengaruh pribadi, yaitu penerimaan dan penafsiran pribadi atas semua pesan sosial, tetapi juga dinamika dan isi pengaruh sosial. Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang bersifat fundamental dalam keseharian manusia.

Menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid menyatakan bahwa dalam proses komunikasi terdapat suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian. Dalam proses komunikasi terdapat aktivitas pengiriman pesan dari seseorang kepada orang lain baik komunikasi verbal maupun nonverbal.³⁰

Sosialisasi dalam pelaksanaannya merupakan bentuk aktivitas sosial antar masyarakat yang diterapkan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, bahkan lebih jauh dari itu sosialisasi memberikan ruang dan media yang lebih luas dalam prosesnya mempengaruhi orang lain dalam hal pemberian pemahaman baru. Hampir setiap pelaksanaan sosial masyarakat menggunakan komunikasi sebagai media untuk mengirimkan pesan yang menghubungkan satu dengan yang lainnya. Dengan demikian faktor utama yang membentuk dan membangun sosialisasi adalah proses komunikasi.

Indikator sosialisasi adalah unsur-unsur yang dapat menunjukkan keberhasilan proses sosialisasi. Menurut Harold D. Lasswell menyebutkan bahwa, terdapat lima unsur yang membentuk dan membangun pola komunikasi dalam sosialisasi, yaitu

³⁰ Muhammad Fitrian Kadir and Muhamgmad Cholil Nafis, "Strategi Pengumpulan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (Bazis) Provinsi Dki Jakarta," *Jurnal Middle East And Islamic Studies* 4, no. 1 (2017): 112.

komunikator, isi pesan, media, komunikan dan efek.³¹ Adapun indikator tersebut, di antaranya sebagai berikut:

- 1) Komunikator, yaitu pihak yang menyampaikan pesan kepada khalayak, dan berperan penting dalam mengendalikan komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok yang berinisiatif menjadi sumber pesan dalam proses komunikasi.
- 2) Pesan, yaitu informasi yang disampaikan komunikator dalam komunikasi. Pesan bisa berupa kata-kata, gambar, suara atau gabungan seluruhnya.
- 3) Media, merupakan alat yang di gunakan untuk menyampaikan pesan yang menjadi penghubung komunikator kepada *audience* atau khalayak. Media komunikator dapat berupa media cetak, media visual, media audio, atau gabungan keduanya.
- 4) Komunikan, yaitu pihak yang menerima pesan dalam proses komunikasi. Komunikan dapat berupa individu, kelompok, atau publik.
- 5) Efek, yaitu dampak atau perubahan yang terjadi pada penerima pesan (komunikan) setelah menerima pesan dari komunikator. Efek komunikasi dapat bersifat kognitif berupa perubahan pengetahuan baru, bersifat afektif berupa perubahan emosi atau sikap, bersifat konatif berupa perubahan perilaku dan tindakan.

Suatu komunikasi dikatakan efektif apabila penerima dalam proses ini mampu menerima pesan sesuai yang dikehendaki oleh sumber. Suatu komunikasi dikatakan efektif apabila terciptanya *feedback* dalam proses komunikasi. Namun tidak semua *feedback* mengisyaratkan keberhasilan, sebab dalam proses komunikasi terkadang

³¹ Silfia Hanani, "Strategi Komunikasi Public Relations," *Jurnal Sosial Budaya* 8, no. 02 (2017): 212.

seolah-olah hanya mengesankan pemaksaan pengertian yang lebih mengutamakan kepentingan sumber.

Komunikasi dikatakan efektif apabila tercapainya sebuah pemahaman bersama diantara pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Hal ini dapat terjadi apabila dalam proses komunikasi semua pihak bertindak sebagai partisipan.

Dalam pelaksanaan sosialisasi, terdapat suatu proses penyampaian pesan kepada orang lain. Namun tidak jarang proses sosialisasi mengalami kegagalan karena bias persepsi atau pemaknaan yang keliru yang mengakibatkan kesalahpahaman atau ambiguitas terhadap si penerima pesan. Hal ini dapat terjadi apabila munculnya keragu-raguan oleh si pembicara tentang isi pesan, tidak terbiasa dengan situasi atau terhadap orang yang akan menerima. Komunikasi perlu dibangun secara baik dan benar agar tujuan komunikasi dapat tercapai.

c. Bentuk-bentuk sosialisasi

Sosialisasi adalah proses memasyarakatkan suatu nilai sehingga dipahami dan dikerjakan, membentuk perilaku dan tindakan seseorang sehingga sesuai dengan yang disampaikan. Berdasarkan konteksnya, aktivitas sosialisasi melibatkan proses komunikasi yang dapat dibedakan dalam beberapa bentuk. Menurut Errika Dwi Setya Watie terdapat beberapa level dalam komunikasi yang dilakukan, di antaranya komunikasi *intrapersonal*, komunikasi *interpersonal*, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi massa.³²

Apabila di uraikan ke dalam aktivitas sosialisasi maka bentuk-bentuk komunikasi berdasarkan konteks level yang digunakan dalam proses sosialisasi terdiri dari sosialisasi intrapersonal, sosialisasi publik dan sosialisasi massa, di antaranya

³² Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi Dan Media Sosial," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69.

adalah sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*). Komunikasi antarpribadi yang dimaksud di sini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka untuk saling memberi informasi dan dapat mempengaruhi pandangan masing-masing mengenai suatu hal sehingga menjadi sama atau sepaham.
- 2) Sosialisasi komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking* dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Dalam pelaksanaan komunikasi publik, seseorang berperan sebagai pembicara dan yang lainnya sebagai pendengar dalam jumlah khalayak. Apa pun namanya sosialisasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak dalam jumlah yang banyak.
- 3) Sosialisasi komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui suatu media cetak atau elektronik yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, spanduk, dan lain sebagainya. Komunikasi massa adalah komunikasi yang bersifat media, publik, cepat, praktis serta memungkinkan mampu menjangkau semua kalangan secara efektif dan efisien.

Ruang lingkup komunikasi yang beragam, sangat luas mencakup seluruh bentuk komunikasi termasuk jenis komunikasi publik. Ruang lingkup komunikasi publik tidak tergantung pada publik eksternal dan internal tetapi juga karakteristik organisasi dalam menjalankan visi dan misi untuk mencapai tujuan. Semakin banyak

dan luas komponen publik yang berkepentingan terhadap organisasi maka elemen publiknya juga akan semakin luas, beragam dan permasalahannya pun semakin kompleks.

3. Zakat Mal

a. Pengertian zakat mal

Zakat berasal dari bahasa Arab yakni “*zaka*” yang memiliki arti berkah, tumbuh, bersih dan baik. Selain itu, zakat juga mengandung pengertian dalam bahasa Arab seperti: *An-nama'* (tumbuh, berkembang), *Az-ziyadah* (bertambah), *Ath-thaharah* (bersih), *Al baraqah* (berkah), *Al-shalah* (baik, saleh), *al-madh* (terpuji). Semua makna tersebut telah dipergunakan baik didalam al-Qur'an dan hadist. Definisi tersebut merujuk pada hikmah atau manfaat yang dirasakan dalam pelaksanaan ibadah zakat, menurut ajaran filosofis islam, yakni keberkahan dan kebaikan yang dapat mensucikan (jiwa).³³

Secara istilah dalam kaidah terminologi fiqih, zakat adalah pengeluaran sebagian harta tertentu secara wajib oleh umat muslim apabila telah cukup nishab dan haulnya untuk tujuan ibadah dan tanggung jawab sosial kepada golongan yang berhak menerimanya. Secara singkat, zakat adalah pengeluaran wajib pada harta tertentu dan waktu tertentu kepada orang-orang tertentu untuk membersihkan harta seseorang.³⁴

Sebagaimana Firman Allah Swt. dalam Q.S. At-Taubah/9:103 sebagai berikut:

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

Terjemahnya:

³³ Abd Rosyid, “Peran Zakat Produktif Dalam Pemberdayaan Umkm Di Era Kontemporer,” *Ecobankers: Journal of Economy and Banking* 5, no. 1 (2024): 45–58.

³⁴ Abdul Haris Romdhoni, “Zakat Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Pengentasan Kemiskinan,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 01 (2017): 41–51.

Ambillah zakat dari harta mereka (guna) menyucikan dan membersihkan mereka, dan doakanlah mereka karena sesungguhnya doamu adalah ketenteraman bagi mereka. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.³⁵

Berdasarkan ayat di atas perintah zakat merupakan suatu tuntutan kewajiban yang harus ditunaikan oleh seorang muslim untuk membersihkan mereka secara *lahiriyah* dan *bathiniyah* dari sifat-sifat kikir, sehingga kehidupan mereka menjadi damai dan tenteram. Melalui ayat di atas juga disebutkan perintah menunaikan zakat merupakan anjuran yang disampaikan Allah swt. kepada Nabi Muhammad saw. Perintah ini dipertegas dengan kata “Ambillah” sehingga zakat merupakan suatu hal yang bersifat wajib pemungutannya. Kedudukan zakat dalam Islam adalah sesuatu yang penting dan bersifat fundamental sebab zakat merupakan salah satu pilar (rukun) Islam, yang posisinya sama dengan kedudukan syahadat, shalat, puasa, dan haji. Hal inilah yang menjadi sebab hukum penunaian zakat bersifat wajib dibandingkan dengan jenis sedekah lainnya. Apabila seorang muslim tidak membayar zakat sedangkan syarat melaksanakannya telah ada pada dirinya, maka seseorang tersebut dianggap berdosa.

Zakat pada prinsipnya merupakan ibadah kepada Allah Swt. yang mempunyai arti ekonomi. Dengan pendekatan ekonomi, maka zakat dapat berkembang menjadi konsep muamalah (kemasyarakatan). Zakat adalah ibadah yang mengandung dua dimensi yakni *hablum minallah* dan *hablum minannas*.³⁶ Dalam pelaksanaannya, zakat tidak hanya berkaitan erat dengan aspek-aspek religiusitas, yang menggantungkan hubungan beragama kepada tuhan, namun juga memiliki kausalitas dalam aspek ekonomi dan sosial. Secara teologis zakat dikeluarkan oleh seseorang

³⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 207.

³⁶ Abdullah Bamazroe, “Pengelolaan Keuangan Berbasis Hablumminallah Dan Hablumminannas Pada Kalangan Pedagang Etnis Arab Di Wilayah Ampel Surabaya” (STIE Perbanas Surabaya, 2020).

sebagai wujud kepatuhan kepada Allah SWT, sedangkan secara sosial ekonomi zakat menjadi konsep muamalah yang pemeratakan masyarakat dengan saling berbagi yang diharapkan dapat membantu dan memperbaiki taraf sosial ekonomi orang yang menerima serta menjadi penguat hubungan silaturahmi antara si kaya dan miskin.

Zakat mal merupakan jenis zakat selain zakat fitrah. Zakat mal atau zakat harta adalah zakat yang berupa harta kekayaan yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan hukum dengan ketentuan telah memenuhi satu nisab dan mencapai haul satu tahun. Dalam definisi Sayyid Sabiq bahwa zakat mal adalah zakat atas harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim apabila telah sampai nisab dan haulnya. Hikmah pembayaran zakat mal dilakukan sebab harta yang diperoleh dari hasil usaha manusia bukanlah milik mutlak bagi dirinya karena di dalamnya terdapat hak manusia lainnya (hak penerima zakat).

Syarat dan ketentuan pembayaran zakat mal berbeda dengan zakat fitrah, yakni dilakukan di luar dari bulan ramadhan, serta objek zakat yang dikeluarkan berasal dari harta-harta tertentu. Adapun syarat-syarat pelaksanaan zakat secara umum yakni orang tersebut haruslah beragama Islam, seorang yang telah merdeka (bukan hamba sahaya), berakal, harta yang dimiliki halal, kepemilikan penuh atas hartanya (bukan utang), mencapai nisab (batas minimum harta) sesuai jenis hartanya, mencapai haul (masa kepemilikan/ biasanya 1 tahun), serta harta penghasilan melebihi kebutuhan pokok.

b. Jenis-jenis Zakat Mal

Harta-harta yang wajib dizakati terdiri atas harta emas dan perak, hasil perdagangan, hasil peternakan, hasil pertanian dan perkebunan, hasil pertambangan,

termasuk hasil pendapatan profesi.³⁷

1) Emas dan perak

Emas dan perak adalah jenis logam berharga yang memiliki nilai dan manfaat yang tidak ada pada jenis logam yang lain. Nilai harga pada logam jenis emas dan perak menjadikan orang-orang sejak dulu menggunakannya sebagai mata uang (*nuqud*). Islam memandang emas dan perak sebagai suatu objek yang berharga dengan menjadikannya objek jenis harta yang wajib dizakati.

Ulama fiqih berpendapat bahwa emas dan perak wajib dizakati apabila niṣḥab emas telah mencukupi 20 misqal/ dinar yaitu sama dengan 85gram emas, sedangkan niṣḥab perak adalah 200 dirham. Besaran kadar pungutan zakat pada emas dan perak adalah 2,5%.³⁸

Zakat tersebut harus dikeluarkan apabila masa kepemilikan telah sempurna atau tidak terputus selama satu tahun. Selain itu, pengeluaran zakat Emas dan perak wajib dilakukan apabila telah dikurangi kebutuhan utang, kebutuhan primer dan mendesak, karena zakat hanya diwajibkan bagi yang berkecukupan, serta memiliki harta lebih.

2) Hasil perdagangan

Sumber pendapatan dari hasil perdagangan adalah segala sesuatu yang diperoleh dan dimiliki seseorang dari aktivitas jual beli dalam rangka meraup keuntungan. Definisi barang dagangan dalam hukum zakat yaitu setiap jenis barang yang semula dibeli untuk selanjutnya diniagakan atau diperjualbelikan. Zakat atas

³⁷ Hamzah Hamzah, "Zakat Mal Dalam Perspektif Hadis Maudhu'iy," *TASAMUH: Jurnal Studi Islam* 11, no. 1 (2019): 151–84.

³⁸ Siti Halilah, "Zakat Emas Dan Perak Serta Cara Perhitungannya," *Siyasah: Jurnal Hukum Tata Negara* 4, no. 1 (2021): 47–61.

barang dagangan ini meliputi jumlah uang, piutang, dan barang dagangan yang dimiliki setelah dikurangi dengan kebutuhan primer dan utang-utang lainnya.³⁹

Zakat perdagangan adalah zakat yang wajib dikeluarkan dari harta niaga atau aset yang diperjualbelikan untuk mendapatkan keuntungan. Zakat perdagangan ini juga dikenal dengan istilah *tijarah*.

Nisab zakat perdagangan adalah senilai 85 gram emas dengan tarif zakat sebesar 2,5% dan mesti dibayarkan apabila telah cukup haul satu tahun. Zakat perdagangan diperhitungkan melalui pendekatan neraca, yang melalui pendekatan laporan seimbang yang tertera dalam laporan neraca, yaitu dengan mengurangi aset lancar dan hutang jangka pendek lalu di kalikan tarif zakat sebesar 2,5%.⁴⁰

3) Hasil Pertanian dan Perkebunan

Segala jenis hasil bumi yang tumbuh dan keluar dari bumi berupa biji-bijian, umbi-umbian, sayur-sayuran, dan buah-buahan yang memiliki nilai ekonomis serta tidak mudah rusak andaikan disimpan dalam jangka waktu yang lama, memiliki andil sebagai objek zakat pertanian atau perkebunan.

Seluruh ulama sepakat akan kewajiban pembayaran zakat dari hasil pertanian berupa tumbuh-tumbuhan dan biji-bijian. Jenis zakat tersebut merupakan jenis tanaman atau tumbuhan yang digunakan sebagai bahan makanan pokok serta dapat diawetkan untuk waktu yang lama, seperti jagung, beras, kurma, gandum, dan lainnya.⁴¹

³⁹ Nurul Qalbiah, "Perhitungan Zakat Perdagangan Dan Pengaruhnya Terhadap Pajak Penghasilan," *Intekna Jurnal Informasi Teknik Dan Niaga* 13, no. 3 (2013).

⁴⁰ Nurjannah Nurjannah, "Pemahaman Pedagang Tentang Zakat Perdagangan Dan Implementasinya Di Pasar Lakessi Kota Parepare" (STAIN Parepare, 2017).

⁴¹ Hikmah, Mardia, and Mustamin B, "Peranan Badan Amil Zakat Nasional(Baznas) Kabupaten Pinrang Dalam Menghimpun Zakat Pertanian Di Desa Kaballangang," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 1 (2023): 184–91.

Zakat pertanian dikeluarkan dari hasil panen atau produksi pertanian oleh individu atau kelompok yang memiliki lahan pertanian atau hasil panen yang telah cukup nishab. Para jumhur fukaha sepakat dan menetapkan nishab zakat pertanian adalah sebanyak 5 wasaq atau sekitar 653 kg beras. Nishab zakat dihitung ketika telah selesai panen dan telah dikeringkan serta dibersihkan dari kulit-kulitnya.

Kadar zakat pertanian dibedakan menjadi dua berdasarkan biaya produksinya, yakni jika lahan pertanian dialiri oleh air tadah hujan tanpa bantuan irigasi, tidak memerlukan alat untuk mengairinya serta lahan subur tanpa pengairan dan penyiraman, maka kadar zakat setiap panen adalah 10%. Sedangkan lahan pertanian yang memerlukan biaya produksi untuk mengairi lahan melalui irigasi maka kadar zakat yang dikeluarkan sebesar 5% dari jumlah hasil panen setelah dikurangi biaya produksi lain seperti bibit, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja.⁴² Artinya, biaya zakat dikeluarkan dari hasil bersih pertanian setelah seluruh biaya produksi di telah dikurangkan dalam jumlah pendapatan yang diperoleh. Setelah seluruh biaya dikatakan bersih, barulah nilai tersebut di kalikan dengan kadar zakat sesuai dengan ketentuan syara'.

4) Zakat Peternakan

Zakat peternakan adalah zakat harta yang dikeluarkan dari hasil peternakan yang telah mencapai nishab dan haul. Haul setiap zakat hewan ternak adalah satu tahun. Adapun jumlah zakat yang dikeluarkan sesuai kadarnya masing-masing atas hewan ternaknya, baik nishab maupun kadarnya berbeda-beda berdasarkan jenisnya.

⁴² Umi Ulfa, "Analisis Literasi Zakat Pertanian Di Kalangan Petani Desa Matang Danau Kecamatan Paloh," *Jurnal Global Futuristik* 1, no. 2 (2023): 110–17.

Binatang ternak yang wajib dizakati adalah yang ditenakkan sudah satu tahun dalam perawatan dan digembalakan.⁴³ Hewan yang bisa dikeluarkan zakatnya bukanlah yang biasa membantu pekerjaan, seperti hewan yang digunakan sebagai pembajak sawah, mengangkut barang dan lain-lain. Hewan yang dibayarkan zakatnya adalah hewan yang digembalakan.

Secara umum, terdapat tiga jenis hewan yang utama masuk ke dalam kategori zakat peternakan, yakni sapi, kambing atau domba, serta unta. Kadar wajib zakat pada kambing yakni untuk ukuran 40 sampai 120 ekor kambing maka kadarnya 1 kambing yang berumur 1 tahun. Untuk 121 sampai 200 ekor maka kadarnya 2 ekor kambing. Untuk 201 hingga 400 ekor kambing maka kadarnya 3 ekor kambing. Untuk 401 dan seterusnya maka kadarnya 4 ekor kambing.

Sedangkan untuk jenis hewan ternak sapi, apabila nishab atau jumlah sapi sebanyak 30 hingga 39 ekor maka kadar wajib zakatnya adalah 1 sapi yang telah berumur 1 tahun baik jantan maupun betina. Untuk 40 hingga 59 ekor sapi maka kadarnya 1 sapi betina berumur 2 tahun. Untuk 60 hingga 69 ekor sapi maka kadarnya 3 sapi jantan atau betina berumur 1 tahun. Untuk 70 hingga 79 ekor sapi maka kadarnya 2 ekor anak sapi betina dan 1 ekor anak sapi jantan.

Sedangkan untuk jenis hewan ternak unta, apabila nishab atau jumlah unta sebanyak 5 sampai 9 ekor maka kadarnya adalah 1 ekor kambing. Untuk 10 hingga 14 ekor unta maka kadarnya 2 ekor kambing. Untuk 15 hingga 19 ekor unta maka kadarnya adalah 3 ekor kambing. Untuk 20 hingga 24 ekor unta maka kadarnya 4 ekor kambing. Untuk 25 hingga 35 ekor unta maka kadarnya 1 ekor anak unta betina umur 1 tahun. Untuk 36 hingga 45 ekor unta maka kadarnya 1 ekor anak unta umur 2

⁴³ Gus Arifin, *Keutamaan Zakat, Infak, Sedekah* (Elex Media Komputindo, 2016).

tahun.⁴⁴ Setiap hewan ternak yang telah mencapai jumlah nishab nya dikenakan zakat sesuai kadar yang telah ditentukan secara proporsional.

5) Zakat Penghasilan/Profesi

Zakat penghasilan/profesi adalah zakat yang diambil dari penghasilan yang diperoleh seseorang dari profesi pada bidang jasa yang dilakukannya atau gaji yang diperolehnya sebagai tenaga kerja, dan setiap penghasilan yang diperoleh dari gaji honorarium, upah, jasa, dan lain-lain yang diperoleh dengan cara halal wajib dikeluarkan zakatnya ketika telah mencapai nisab yang diqiyaskan dengan nisab emas (85gr). Zakat penghasilan adalah zakat yang dikeluarkan dari hasil usaha yang halal yang dapat mendatangkan hasil atau uang, relatif banyak dengan cara yang halal dan mudah, baik melalui keahlian tertentu maupun tidak.

Zakat profesi pada awalnya menjadi suatu pembicaraan yang begitu kontroversi dalam dunia Islam sebab dianggap sebagai suatu hal yang baru serta belum pernah ada sebelumnya pada zaman Rasulullah Saw. sehingga menjadi pro kontra dan mengundang perdebatan mengenai keutamaannya serta nisabnya yang sering dibandingkan dengan zakat pertanian. Namun, melihat dari perkembangan zaman, dengan maraknya pekerjaan yang beragam dewasa ini, memungkinkan bagi seseorang terutama bidang profesional untuk mendapatkan gaji/penghasilan secara rutin atau bersifat temporal dalam jumlah yang lebih besar dari penghasilan petani yang meraup pendapatannya tiap 6 (enam) bulan sekali. Sehingga apabila zakat hanya dibebankan pada kelompok tani, peternak dan lainnya, sedangkan kelompok pekerja profesional tidak dikenai zakat, maka wajah keadilan dalam Islam seolah tidak tampak. Menanggapi persoalan tersebut, kewajiban zakat profesi selanjutnya mulai

⁴⁴ BAZNAS Republik Indonesia, “Panduan Zakat” (Retrieved October, 2024).

dikenakan bagi tenaga profesional dengan upah atau gaji yang telah cukup nisab.⁴⁵

Hal ini merujuk pada firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Baqarah: 219 sebagai berikut:

﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعَةٌ لِلنَّاسِ وَاثِمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Terjemahnya:

Mereka bertanya kepadamu (Nabi Muhammad) tentang khamar dan judi. Katakanlah, “Pada keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. (Akan tetapi,) dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya.” Mereka (juga) bertanya kepadamu (tentang) apa yang mereka infakkan. Katakanlah, “(Yang diinfakkan adalah) kelebihan (dari apa yang diperlukan).” Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu berpikir.⁴⁶

Berdasarkan ayat di atas, disebutkan secara eksplisit bahwa secara umum bahwa zakat diambil dari hasil kelebihan dari kebutuhan, tidak terkecuali penghasilan dari profesi. Objek zakat profesi yaitu berupa gaji, honor, upah, atau imbalan yang didapatkan setelah melakukan suatu pekerjaan yang halal.⁴⁷

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa zakat penghasilan adalah zakat yang dikeluarkan dari hasil upaya pekerjaan dengan kriteria nisab sebanding dengan nisab emas yakni 85 gram. Zakat dikeluarkan apabila penghasilan memiliki kelebihan atau cukup dari pengeluaran pokok serta setelah tidak adanya utang yang harus dibayarkan muzakki.

6) Zakat Uang

Zakat uang merupakan jenis zakat harta yang dikeluarkan dari uang yang disimpan setelah mencapai nishab dan haul dengan kadar zakatnya adalah 2,5%.

⁴⁵ Hannani Hannani, “Zakat Profesi Dalam Tataran Teoritik Dan Praktik” (TrustMedia Publishing, 2017).

⁴⁶ Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahannya, h.34.

⁴⁷ May Shinta Retnowati et al., “Perhitungan Zakat Penghasilan Di Baznas Ponorogo Dalam Perspektif Konsep Zakat Yusuf Qardhawi May Shinta Retnowati Jaya Sahputra Muhammad Irkham Firdaus Zulfatus Sa ' Diah Devid Frastiawan Amir Sup Abstrak A . Pend,” *At-Tasyri ' Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 14, no. 2 (2022): 145–52.

Zakat uang dapat disebut juga sebagai zakat tabungan atau zakat atas uang simpanan, karena secara teknis zakat uang yang dikeluarkan adalah uang yang ada di dalam tabungan. Hal ini dilakukan sebagai turunan dari persyaratan uang itu dimiliki selama setahun. Selain itu, dalam bahasa arab istilah yang digunakan adalah *zakatu al-auraq an-naqdiyah*.⁴⁸ Kata *auraq* dalam bahasa arab adalah bentuk jama' dari *waraqah* yang artinya adalah kertas. Zakat uang juga disebut zakat uang kertas yang dimiliki secara tunai atau *cash* dan hakikatnya saat ini berbentuk *fresh money* yang merupakan uang tabungan atau uang simpanan.

7) Zakat Pertambangan

Zakat pertambangan adalah zakat yang dikenakan atas hasil usaha pertambangan yang telah mencapai nishab dan haul, meliputi hasil dari proses penambangan benda-benda yang terdapat dalam perut bumi/laut dan memiliki nilai ekonomis seperti minyak, logam, batu bara, mutiara dan lain-lain.⁴⁹ Nishab zakat pertambangan adalah 85 gram emas dengan kadar zakat 2,5%.

8) Zakat Rikaz

Zakat yang dikenakan atas harta temuan atau jenis harta berharga yang ditemukan dan tidak diketahui pemiliknya (harta karun). Zakat harta temuan atau rikaz ini tidak memiliki persyaratan besaran nishab, sedangkan kadar zakatnya adalah 20%.

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul “Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang”. Dalam

⁴⁸ Badrah Uyuni and Mohammad Adnan, “Zakat Uang Elektronik,” *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah* 2, no. 02 (2018): 48–62.

⁴⁹ Gunawan Aqil Alviana and Tsani Abdulhakim Muhammad, “Peran Zakat Maal Dalam Perkembangan Ekonomi Indonesia Dengan Basis Ekonomi Pertanian,” 2018.

rangka memberi pemahaman dan kejelasan terhadap topik penelitian, maka perlu untuk menguraikan pengertian judul dengan memetakan makna setiap variabel dalam penelitian ini, sehingga tidak menimbulkan penafsiran keliru dan pemaknaan yang berbeda. Penjelasan pengertian variabel judul ini dimaksudkan agar terciptanya persamaan persepsi dalam memahami, maksud dan arah penelitian dalam mengembangkan masalah pembahasan selanjutnya.

1. Strategi

Strategi adalah sebuah rencana, metode, atau pola rangkaian tindakan yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu yang memiliki *impact* jangka panjang terhadap perkembangan perusahaan. Jika dikaitkan dengan Unit Pengumpul Zakat KUA, maka strategi adalah upaya yang telah diatur dan direncanakan untuk membantu pelaksanaan kerja UPZ dalam mengumpulkan zakat secara efektif dan efisien. Berbagai strategi dilakukan dengan memperhatikan beberapa indikator, seperti kondisi lingkungan, kualitas SDM, tujuan yang ingin dicapai, metode atau sistem pengumpulan secara langsung atau kolaborasi dengan beberapa *stakeholder*, manajemen pengumpulan berbasis teknologi, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran dan minat muzakki, lalu melakukan pendekatan yang mampu menjangkau perhatian muzakki, dan lain sebagainya.

2. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Dalam kaitannya dengan Unit Pengumpul Zakat KUA, Sosialisasi dilakukan untuk meningkatkan literasi dan minat membayar zakat muzakki. Sosialisasi dilakukan untuk mengoptimalkan realisasi pengumpulan zakat agar tidak berada jauh dari potensi yang ada dalam masyarakat.

Inti dari penghimpunan adalah proses mempengaruhi masyarakat (muzakki) agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan sebagian hartanya yang telah mencapai nishab dan haul dan selanjutnya digunakan untuk memberdayakan masyarakat yang membutuhkan dalam artian masyarakat yang tidak berdaya secara ekonomi.

3. Zakat Mal

Zakat mal atau zakat harta adalah zakat yang berupa harta kekayaan yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan hukum dengan ketentuan telah memenuhi satu nisab dan mencapai haul satu tahun. Dalam definisi Sayyid Sabiq bahwa zakat mal adalah zakat atas harta-harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim apabila telah sampai nisab dan haulnya, untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.

D. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang”, topik khusus peneliti yang menjadi fokus penelitian terletak pada analisis bentuk strategi yang digunakan oleh UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan pembayaran zakat mal kepada masyarakat di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam strategi tersebut.

Penelitian ini akan menjelaskan beberapa aspek yang dapat digambarkan dalam alur penelitian untuk mempermudah memahami fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan teori strategi, sosialisasi, dan zakat mal.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field researchh*) dengan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dengan mengadakan pengamatan dan pengumpulan data terkait objek penelitian secara mendalam dan akurat berdasarkan fakta kondisi lapangan yang terjadi.

Peneliti melakukan penelusuran terhadap objek penelitian dengan melakukan pendekatan kualitatif, menganalisis fenomena, fakta dan realitas yang menyangkut topik penelitian, melakukan prosedur pendekatan terhadap subjek penelitian, dan menyajikan data dengan desain deskriptif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁵⁰ Penelitian ini akan berfokus terhadap aspek kualitas, nilai dan makna yang dipaparkan secara linguistik, bahasa atau kata-kata yang ada di balik data.

Sukmadinata memaparkan bahwa makna penelitian kualitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, sudut pandang masyarakat secara individu ataupun kelompok.⁵¹ Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kualitatif deskriptif untuk mengamati, menganalisis, dan mengungkapkan secara mendalam terkait strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam

⁵⁰ Iqbal Moha, "Resume Ragam Penelitian Kualitatif," 2019.

⁵¹ Muh Fitrah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018).

mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kawasan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang. Adapun jangka waktu yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan penyusunan dan pengerjaan penelitian yaitu selama 2 (dua) bulan dan akan disesuaikan untuk kebutuhan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bentuk strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam upaya mensosialisasikan zakat mal, serta menilai dan mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang

D. Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono, jenis data ada 2 yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat atau gambar. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau *scoring*.⁵² Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kualitatif berupa kata-kata, kalimat serta gambar untuk mendeskripsikan mengenai gambaran umum, hasil penelitian dan informasi lain yang memuat fokus penelitian. Menurut Arikunto, sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian diperoleh. Sumber data yang tidak tepat mengakibatkan data yang terkumpul tidak relevan.⁵³ Sumber data yang

⁵² Icam Sutisna, "Statistika Penelitian," *Universitas Negeri Gorontalo* 1, no. 1 (2020): 1–15.

⁵³ Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018).

diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang langsung didapatkan dari narasumber atau informan selaku subjek yang dijadikan sarana untuk mendapatkan informasi atau data mengenai penelitian yang dicermati dan dicatat langsung ataupun direkam oleh peneliti. Sumber data primer penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang didapatkan dari Ketua BAZNAS Kabupaten Pinrang, ketua dan anggota UPZ KUA Kecamatan Batulappa, masyarakat dan tokoh agama.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, data yang diperoleh berasal dari pihak kedua atau bukan sumber langsung dengan teknik pengumpulan data yang mendukung data primer. Data sekunder penelitian ini adalah data yang bersumber dari jurnal, skripsi, artikel, buku-buku literatur, dan situs internet.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan seperangkat cara atau metode yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan atau memperoleh data dan informasi yang relevan dan akurat dalam bentuk narasi, deskripsi atau fenomena non-numerik untuk mengangkat dan memecahkan masalah penelitian sebagaimana mestinya. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek penelitian. Observasi merupakan suatu kegiatan pengamatan untuk memahami kondisi atau fenomena yang terjadi di lokasi penelitian secara langsung, sehingga memberikan kemudahan untuk memperoleh informasi terkait kondisi yang sebenarnya terjadi.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan diskusi dan tanya jawab secara langsung kepada responden sehingga data yang dihasilkan lebih akurat dan mendalam. Wawancara dilakukan dalam bentuk obrolan langsung antara peneliti dengan satu informan ataupun lebih dengan mengajukan beberapa *draft* pertanyaan yang telah disusun, dan juga dapat menambahkan ide-ide pembahasan yang baru sesuai dengan kebutuhan penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu cara untuk mendapatkan data atau informasi dalam bentuk tulisan ataupun foto. Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang melibatkan penelitian terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.⁵⁴ Dokumen yang digunakan dapat berupa dokumen primer dan sekunder. Sumber dokumentasi penelitian ini dapat berupa arsip dokumen, catatan keuangan, data muzakki, data pembayaran zakat mal serta diagram pertumbuhan pembayaran zakat.

2. Teknik pengolahan data

Setelah mengumpulkan data penelitian, peneliti selanjutnya akan melakukan

⁵⁴ Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2014): 177–81.

pengolahan data hingga menghasilkan kesimpulan penelitian yang akurat. Penelitian kualitatif sering kali bersifat induktif, di mana peneliti mencari pola dan tema dari data, bukan menguji hipotesis yang sudah ada. Proses ini mencakup transkrip wawancara, pengkodean data, serta penafsiran data untuk menemukan fakta-fakta penting yang merefleksikan pengalaman para responden sesuai dengan kebutuhan penelitian.⁵⁵

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data penelitian kualitatif merupakan suatu bentuk pembuktian keabsahan sebuah penelitian dan pertanggung jawaban pada penelitian ilmiah. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif adalah upaya memastikan bahwa data penelitian yang dilakukan adalah benar dan sesuai kenyataan elemen yang perlu diuji dalam penelitian yang dilakukan.

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas (*credibility*). Uji kredibilitas adalah uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah. Dalam penelitian kualitatif, data dapat dinyatakan kredibel apabila adanya persamaan antara hasil penelitian dengan kondisi sebenarnya di lapangan.⁵⁶ Agar hasil penelitian bersifat kredibel maka peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai pengujian keabsahan data, yaitu pendekatan multi-metode yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan lalu memeriksa secara berulang-ulang terhadap hasil data penelitian yang diperoleh. Teknik triangulasi yang digunakan di antaranya:

⁵⁵ Nurhayati Nurhayati et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).h 25.

⁵⁶ S E Yulianah, *Metodelog.i Penelitian Sosial* (CV Rey Media Grafika, 2022).

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber yaitu menguji keabsahan data yang diperoleh dengan cara mengecek validitas data pada beberapa sumber atau informan yang memiliki kapabilitas dengan objek penelitian. Tujuannya apabila ditemukan perbedaan dan persamaan hasil dari sumber-sumber tersebut maka selanjutnya akan dideskripsikan, dikategorikan, dan dispesifikkan menjadi suatu kesimpulan.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data penelitian dilakukan dengan cara mengecek pada sumber yang sama tetapi dengan teknik berbeda. Data yang diperoleh dari hasil wawancara harus sejalan dengan hasil observasi dan dokumentasi yang mendukung validitas data. Bila ditemukan data yang berbeda, maka peneliti akan melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang dianggap benar.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian kualitatif adalah proses mencari serta menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya sehingga mudah dipahami agar dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dikaji sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.⁵⁷ Sehingga, proses analisis data haruslah dilakukan mulai dari sebelum memasuki lapangan, ketika memasuki lapangan, hingga peneliti menyelesaikan kegiatan di lapangan penelitian.

⁵⁷ Abdul Majid, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Penerbit Aksara Timur, 2017).

Tahapan yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data, yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum data yang didapatkan di lapangan, memilih hal-hal yang pokok, merinci dan memfokuskan pada hal-hal yang penting berdasarkan fokus penelitian. Hal ini dilakukan sebab data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya sangat banyak, kompleks, dan rumit. Sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penulis untuk mengumpulkan data lainnya lebih lanjut.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah menampilkan data setelah dilakukan perangkuman data untuk memaparkan data tersebut secara visual agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang data yang diteliti. Penyajian data yaitu penyusunan data secara sistematis yang lebih spesifik disajikan dalam bentuk grafik, teks, bagan untuk mempermudah penarikan kesimpulan serta penarikan tindakan.⁵⁸ Beberapa bentuk penyajian data pada umumnya dalam penelitian kualitatif meliputi teks naratif, matriks, grafik, jaringan atau bagan.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan sebuah temuan jawaban terhadap rumusan masalah. Kesimpulan merupakan sebuah fakta

⁵⁸ Elsa Selvia Febriani et al., "Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas," *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, no. 2 (2023): 140–53.

konkret terhadap hasil kondisi lapangan yang menjadi hasil penelitian.⁵⁹ Kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut sebagai verifikasi data. Kesimpulan yang dijabarkan harus disertai dan didukung oleh bukti-bukti yang kuat sehingga penelitian dinyatakan memiliki kesimpulan atau hasil yang kredibel.

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir dalam proses analisis data dalam penelitian kualitatif. Tahap ini meliputi penarikan kesimpulan dari data yang telah dianalisis serta diverifikasi untuk memastikan keabsahan dan jaminan hasil analisis. Verifikasi dilakukan dengan cara memeriksa kembali data, mendiskusikan hasil analisis, dan memastikan kesimpulan didukung oleh data yang ada, dengan bukti-bukti yang jelas keabsahannya.

⁵⁹ M Azkari Zakariah, Vivi Afriani, and M Zakariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development* (Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah, 2020).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

Unit Pengumpul Zakat yang selanjutnya disingkat UPZ merupakan lembaga amil zakat di bawah naungan BAZNAS. Unit Pengumpul zakat merupakan entitas yang dibentuk oleh BAZNAS untuk membantu tugas mengumpulkan zakat dari masyarakat, kemudian menyetorkannya ke BAZNAS sehingga dana tersebut akan dikelola, dan didistribusikan kembali ke masyarakat yang berhak atas harta tersebut. Unit Pengumpul Zakat berperan sebagai perpanjangan tangan dari BAZNAS yang membantu menciptakan pelayanan terhadap muzakki dalam mengumpulkan zakat serta apabila diperlukan melakukan penyaluran kepada mustahik. Dengan demikian, UPZ merupakan bagian dari jaringan pengelolaan zakat yang tidak terpisahkan dari BAZNAS sebab setiap transaksi atau kegiatan UPZ harus menjadi bagian dari catatan dan pelaporan serta pertanggung jawaban BAZNAS.

Dalam rangka menginisiasi tata kerja yang tersistematis serta menandai terbentuknya Unit Pengumpul Zakat, Pemerintah menerbitkan Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan tata kerja Unit Pengumpul Zakat. Dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa BAZNAS, BAZNAS Provinsi, dan BAZNAS Kabupaten/Kota dalam menjalankan tugas dan fungsi pengelolaan zakat dapat membentuk UPZ. Dalam melaksanakan tugasnya membantu

BAZNAS, BAZNAS Provinsi, atau BAZNAS Kabupaten/kota, UPZ memiliki beberapa fungsi utama yaitu sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi dan edukasi zakat di lingkungan sekitar institusi yang menaungi UPZ.
- 2) Pendataan dan layanan muzakki masing-masing institusi yang menaungi UPZ.
- 3) Pendataan mustahik yang menerima penyaluran zakat.
- 4) Penyerahan Nomor Pokok Wajib Zakat (NPWZ) dan Bukti Setor Zakat (BSZ) yang diterbitkan oleh BAZNAS Kabupaten/ Kota kepada muzakki di institusi masing-masing.
- 5) Pengumpulan zakat pada masing-masing institusi yang menaungi UPZ.
- 6) Penyusunan RKAT UPZ untuk program pengumpulan dan tugas pembantuan pendistribusian dan pendayagunaan zakat BAZNAS, BAZNAS Provinsi, atau BAZNAS Kabupaten/kota.
- 7) Penyusunan laporan kegiatan pengumpulan dan tugas pembantuan pendistribusian dan pendayagunaan zakat di BAZNAS, BAZNAS Provinsi, atau BAZNAS Kabupaten/kota secara periodik.

Berdasarkan keterangan di atas, dapat diketahui bahwa UPZ memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan pengelolaan zakat di bawah koordinasi BAZNAS melalui berbagai tugas dan fungsi. Sosialisasi dan edukasi zakat merupakan tugas dan fungsi utama yang perlu dilakukan oleh UPZ sebagai langkah awal yang mendasari keberhasilan kegiatan zakat. UPZ juga melakukan tugas pendataan muzakki dan mustahik, pengumpulan zakat hingga penyusunan rencana kerja dan pelaporan secara periodik. UPZ memberikan pelayanan administratif seperti penerbitan NPWZ dan BSZ, serta apabila diperlukan membantu distribusi dan pendayagunaan zakat sesuai

arahan atau koordinasi dari BAZNAS di berbagai tingkatan (nasional, provinsi dan kabupaten/kota).

Unit Pengumpul Zakat selanjutnya dibentuk dalam berbagai instansi pada beberapa tingkatan, mulai dari pusat/negara, tingkat provinsi dan tingkat kabupaten/kota. Unit Pengumpul Zakat dibentuk pada institusi-institusi terkait seperti kantor-kantor instansi vertikal, kantor satuan kerja pemerintah, badan usaha, perusahaan swasta, pendidikan dasar, masjid, mushalla, surau dan lainnya hingga ke tingkat kecamatan.

Unit Pengumpul Zakat (UPZ) berbasis KUA sebagai representasi dari satuan unit pengumpul tingkat kecamatan telah terbentuk di beberapa wilayah di Indonesia. Satuan unit pengumpul zakat dibentuk oleh BAZNAS Kabupaten/Kota, mendapatkan legalitas dan sertifikasi untuk melakukan pemungutan zakat atas inisiasi dan rekomendasi dari Kementerian Agama Kabupaten/Kota. Kantor Urusan Agama telah menjadi gerbang pelayanan agama yang paling dekat dan mampu menjangkau masyarakat secara luas pada tingkat kecamatan sehingga efektif dan efisien untuk meningkatkan arus penyerapan potensi zakat terutama di pelosok desa.

Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Batulappa telah berdiri sejak tahun 2004 dan telah menjalankan kemitraan dengan BAZNAS Kabupaten Pinrang melalui terbentuknya Unit Pengumpul Zakat (UPZ) pada tahun 2019. Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Batulappa berlokasi di Jl. Poros Bilajeng, Bamba, Kelurahan Kassa, Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang. KUA Kecamatan Batulappa telah mengalami perubahan dan perkembangan yang masif dalam perjalanannya memberikan pelayanan keagamaan pada masyarakat.



Gambar 4.1. Kantor Urusan Agama Kec. Batulappa

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2016, KUA Kecamatan mempunyai tugas utama memberikan layanan keagamaan dan bimbingan masyarakat Islam di wilayah kerjanya. KUA bertugas dalam menyediakan pelayanan agama yang memiliki fungsi layanan berupa bimbingan keluarga sakinah, bimbingan kemasjidan, hisab rukyat dan pembinaan syariah, bimbingan dan penerangan agama Islam, serta bimbingan zakat dan wakaf.

KUA Kecamatan Batulappa menyediakan berbagai menu layanan kepada masyarakat, di antaranya pelayanan nikah rujuk, pelayanan dan bimbingan penasehatan pra-nikah dan suscatin, pelayanan bimbingan manasik haji dan umrah, pelayanan dan bimbingan keluarga sakinah, pelayanan dan konsultasi krisis problema keluarga, pelayanan dan bimbingan zakat, infaq dan shadaqah, pelayanan Akta Ikrar Wakaf/ AIW dan Akta Pengganti Akta Ikrar Wakaf/APAIW, pelayanan bimbingan dan pembinaan jaminan produk halal, pelayanan dan pembinaan pengembangan kemitraan ormas Islam dan lembaga keagamaan, pelayanan dan bimbingan penentuan arah kiblat (masjid, mushallah dan langgar), pelayanan hisab rukyat, pelayanan data rumah ibadah dan lembaga keagamaan, pelayanan dan bimbingan manajemen kemajidan, pelayanan dan pembinaan penyuluh agama, pelayanan dan pembinaan

kerukunan umat beragama, pelayanan dan pembinaan qari dan qari'ah serta pelayanan pembinaan guru-guru TPQ/TPA.

Dalam menjalankan fungsi dan perannya, setiap instansi memiliki arah dan tujuan yang ingin dicapai secara berkelanjutan. Arah tersebut tercermin dalam rumusan visi yang menjadi panduan sekaligus landasan dalam pelaksanaan program dan kebijakan. Adapun Visi Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa adalah: “Terwujudnya masyarakat kecamatan Batulappa yang taat beragama, rukun, cerdas, mandiri dan sejahtera lahir batin”. Adapun beberapa misi yang dilakukan guna mencapai visi tersebut, Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa mengupayakan beberapa hal, di antaranya: 1) meningkatkan kualitas pelayanan keagamaan pada masyarakat, 2) meningkatkan kualitas pelayanan nikah dan rujuk berbasis teknologi informasi, 3) meningkatkan kualitas bimbingan keluarga sakinah, 4) meningkatkan kualitas pelayanan informasi dan bimbingan haji, zakat dan wakaf, 5) meningkatkan peran lembaga keagamaan, serta 6) memaksimalkan kemitraan umat dan koordinasi lintas sektoral. Dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat, KUA Kecamatan Batulappa berpegang teguh pada motto “Melayani dengan profesional dan amanah”.

Unit Pengumpul Zakat (UPZ), sebagaimana dalam Peraturan BAZNAS Tahun 2016 terdiri atas pengurus dan penasehat. Pengurus UPZ paling sedikit terdiri atas 1 orang ketua, 1 orang sekretaris dan 1 orang bendahara. Pengurus UPZ merupakan pejabat, pegawai, pekerja, anggota atau jamaah dari institusi yang menaungi UPZ, sedangkan penasehat UPZ merupakan pimpinan institusi dari Unit Pengumpul Zakat. Pengurus dan penasehat UPZ selanjutnya menjabat dalam kurun waktu 5 tahun serta dapat dipilih kembali.

Berikut struktural Unit Pengumpul Zakat (UPZ) KUA Kecamatan Batulappa Periode 2024-2029:



Gambar 4.2. Struktur Unit Pengumpul Zakat (UPZ) KUA Kec. Batulappa

UPZ KUA Kecamatan Batulappa memiliki peran yang besar dan krusial terhadap efektivitas dan efisiensi pengumpulan dana zakat, infak shadaqah serta dana sosial keagamaan lainnya untuk mendorong peluang kemaslahatan umat dalam bidang sosial-ekonomi serta meningkatkan potensi ketaatan beragama pada masyarakat Kecamatan Batulappa. Sebagaimana visi utama KUA Kecamatan Batulappa untuk mencapai masyarakat yang taat beragama hingga terciptanya kesejahteraan pada masyarakat lahir dan batin, sehingga untuk mencapai visi tersebut, diperlukannya sebuah sinergi dan integritas dari Unit Pengumpul Zakat sebagai unit pelaksana pengumpul zakat di Kecamatan Batulappa.

2. Bentuk strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal

Penulis melakukan analisis data dalam bentuk tematik untuk menemukan pola dan melakukan kategorisasi terhadap hasil temuan, sehingga untuk mengidentifikasi fenomena yang terjadi dapat diklasifikasikan berdasarkan teori. Proses analisis data dilakukan dalam bentuk tematik melalui tahap transkripsi, pemberian kode, kategorisasi, dan penemuan tema, yang selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 7.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, ada beberapa bentuk strategi sosialisasi yang dilakukan untuk meningkatkan angka penyerapan potensi zakat mal di Kecamatan Batulappa, di antaranya sebagai berikut:

a. Sosialisasi zakat tahunan dan pembinaan keagamaan secara rutin

UPZ KUA Kecamatan Batulappa secara rutin mengadakan kegiatan sosialisasi zakat setiap dua kali dalam setahun yang di adakan di Kantor Urusan Agama. Kegiatan ini merupakan bentuk kerja sama UPZ KUA dengan BAZNAS Kabupaten untuk menyediakan ruang sosialisasi dan edukasi zakat kepada masyarakat. Dalam implementasi sosialisasi ini, UPZ KUA bertindak sebagai fasilitator bagi BAZNAS selaku pemateri atau narasumber yang memiliki kompetensi dalam memberikan pemahaman mengenai zakat mal.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada Bapak Muhamadong G, S. Pd. I, selaku ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa yang menyatakan bahwa:

“Kami rutin mengadakan sosialisasi di sini, setiap dua kali dalam setahun. kami mengundang masyarakat umum, camat, lurah dan kepala desa, korwil dan jawatan dinas, kepala-kepala sekolah untuk menghadiri sosialisasi, dirangkaikan dengan pembinaan agama. Ada juga diundang pegawai syara’ (imam, bilal, khatib, ketua pembangunan mesjid) se-kec. Batulappa. kemudian mengundang BAZNAS sebagai pemateri. jadi sebetulnya kami bertindak sebagai fasilitator untuk BAZNAS karena memang sudah bidangnya zakat kan, jadi memang sesuai kompetensinya untuk membantu masyarakat

menambah pengetahuan tentang zakat. Materi yang disampaikan tentang ZIS. Metodenya seperti seminar dilanjutkan sesi tanya-jawab”.⁶⁰

Berdasarkan wawancara di atas, Bapak Muhamadong G, menyatakan bahwa terdapat program rutin terkait sosialisasi zakat yang dilakukan UPZ KUA Kecamatan Batulappa. UPZ kantor urusan agama secara rutin melakukan sosialisasi zakat sebanyak dua kali dalam setahun dengan melibatkan berbagai elemen dalam masyarakat termasuk pejabat pemerintahan, tokoh agama dan kepala sekolah. Pihak penyelenggara yakni UPZ KUA berperan sebagai fasilitator untuk menyiapkan ruang sosialisasi dan edukasi zakat bagi masyarakat melalui kerja sama dengan BAZNAS Kabupaten Pinrang sebagai pemateri utama yang memberikan materi zakat kepada masyarakat umum sekaligus dirangkaikan dalam bentuk pembinaan keagamaan kepada tokoh agama masyarakat termasuk imam, bilal, khatib, dan ketua pembangunan mesjid setiap desa berupa pemberian materi dari BAZNAS sebagai bentuk evaluasi pengumpulan ZIS (zakat, infak dan shadaqah) untuk menguatkan pemahaman masing-masing pegawai syara’ dalam membantu mengumpulkan dana dari masyarakat. Sosialisasi ini dibuka secara umum dengan mengundang masyarakat, aparat-aparat desa, dan pegawai instansi lokal lainnya. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk seminar dan dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab.

Hal ini selanjutnya didukung dengan hasil wawancara yang penulis temukan dalam pernyataan Ibu Masturi, S.Pd.I, selaku pegawai instansi lokal, kepala sekolah RA/BA/TA DDI Al-Qalam Bilajeng, salah satu muzakki zakat pertanian yang menyatakan bahwa:

“Iya, ada sosialisasi zakat yang dilakukan di KUA, selalu ada undangannya. BAZNAS biasanya yang bawaan materinya”.⁶¹

⁶⁰ Muhamadong G, S.Pd.I, Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

⁶¹ Masturi, S.Pd, kepala sekolah TK, wawancara di desa Bilajeng, Kel. kassa pada tanggal 24 Mei 2025

Berdasarkan pernyataan Ibu Masturi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi zakat oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa dilaksanakan secara terstruktur, dibuktikan dengan adanya undangan resmi yang disampaikan kepada peserta sosialisasi. Materi sosialisasi disampaikan oleh pihak BAZNAS dan bertindak sebagai pemateri utama kegiatan tersebut.



Gambar 4.3. Dokumentasi kegiatan sosialisasi zakat dan pembinaan agama di KUA Kec. Batulappa pada tanggal 28 Mei 2025

Gambar di atas menunjukkan kegiatan sosialisasi zakat yang dirangkaikan dalam *event* pembinaan keagamaan di Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa. Kegiatan ini menghadirkan Ketua MUI dan Ketua BAZNAS Kabupaten Pinrang sebagai narasumber utama. Sebanyak 56 (lima puluh enam) peserta hadir terdiri dari imam desa, khatib, bilal, ketua pembangunan mesjid, kepala lingkungan, kepala desa, dan camat Batulappa diundang dan menghadiri kegiatan tersebut untuk menerima pembinaan mengenai alokasi pengelolaan zakat di tingkat desa. Kegiatan diawali dengan pembacaan Al-Qur'an oleh penyuluh agama Islam KUA, sambutan sekaligus pembukaan oleh camat Batulappa, dan selanjutnya penyampaian materi. Materi disampaikan dengan metode seminar dan dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab.

Pemateri zakat dalam hal ini Bapak H. Muh. Taiyeb, S.Pd.I, menyampaikan materi dengan baik dengan bauran bahasa bugis dalam penyampaian. Kegiatan berlangsung selama 3 (tiga) jam, dan diakhiri dengan pembacaan doa.



Gambar 4.4. Pembinaan keagamaan Kec. Batulappa tahun 2024

Kegiatan pembinaan keagamaan disertai dengan pemberian materi edukasi dan sosialisasi zakat ini merupakan agenda rutin yang dilaksanakan setiap tahun di Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang. Kantor Urusan Agama (KUA) sebagai fasilitator pelaksana kegiatan menyesuaikan kegiatan dengan momentum perayaan yang tengah terjadi dan melihat dari kondisi kebutuhan masyarakat. Hal ini menunjukkan peranan Kantor Urusan Agama yang bertindak bukan hanya sebagai lembaga pelayanan agama, namun juga pemberian konsultasi dan ruang pembinaan agama yang bersifat terbuka bagi masyarakat.

b. Sosialisasi melalui penyuluh agama Islam

Penyuluh agama Islam adalah seseorang yang memiliki kompetensi pengetahuan agama Islam dan berperan dalam membimbing masyarakat untuk memberikan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam. Penyuluh Agama Islam berfungsi dalam menyampaikan dakwah Islam yang disampaikan melalui ceramah agama, pengajian, dan kegiatan bimbingan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Muhamadong G, S. Pd.I, selaku ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa, terkait keterlibatan penyuluh agama Islam dalam sosialisasi zakat, beliau menyatakan bahwa:

“Iya.. ada Penyuluh Agama yang juga membantu mensosialisasikan zakat di forum-forum keagamaan. Penyuluh agama Islam dari KUA. Karena mereka juga bagian dari UPZ KUA. Semua yang ada di sini, di KUA ini, semuanya merupakan bagian dari UPZ”⁶²

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa strategi UPZ KUA dalam melakukan sosialisasi zakat mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang salah satunya dengan melibatkan penyuluh agama Islam Kantor Urusan Agama. Penyuluh agama Islam memiliki peranan penting untuk membantu memasifkan sosialisasi zakat guna memasyarakatkan nilai-nilai zakat melalui forum-forum keagamaan yang tersedia. Penyuluh Agama Islam merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Unit Pengumpul Zakat KUA yang bertugas mengayomi, dan melakukan pelayanan agama kepada masyarakat termasuk melakukan penyuluhan tentang zakat mal.

Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Dra. Sitti Amina selaku Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Batulappa, yang menyatakan:

“Penyuluh Agama di sini ada tujuh orang. Semuanya juga adalah bagian dari UPZ KUA, sehingga dalam aktivitas penyuluhan kami juga mensosialisasikan zakat kepada masyarakat. Biasanya kami melakukan penyuluhan pada ikatan majelis taklim (pengajian ibu-ibu), mengajar ke TPA/TPQ, juga ada penyuluhan ke sekolah-sekolah tingkat SD dan SMK. Materinya, materi agama, pengajaran ilmu tajwid, juga tentang zakat. Kalau zakat, kami sampaikan terutama tentang golongan asnaf, karena masih banyak orang yang belum tahu siapa yang berhak untuk dizakati. Kalau di sini kan orang berzakat biasanya di kasi ke tetangga, keluarga. Jadi supaya mereka lebih tahu, kami sampaikan”.⁶³

⁶² Muhamadong G, S.Pd.I, Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

⁶³ Dra. Sitti Aminah, Penyuluh Agama Islam KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA Pada tanggal 15 Mei 2025

Berdasarkan wawancara tersebut, diketahui penyuluh agama Islam di KUA Kecamatan Batulappa berjumlah tujuh orang dan juga merupakan bagian dari UPZ KUA. Sosialisasi zakat oleh penyuluh agama Islam dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan dan menyesuaikan dengan faktor usia dan pendidikan pada forum-forum agama yang diikuti seperti majelis taklim, dan penyuluhan melalui kunjungan ke sekolah-sekolah. Strategi ini bertujuan untuk menjangkau masyarakat dari berbagai kelompok usia dan latar belakang pendidikan. Kegiatan penyuluhan dilakukan secara rutin dalam seminggu oleh masing-masing penyuluh agama Islam sejumlah tujuh orang penyuluh. Metode penyuluhan agama yang dilakukan adalah metode ceramah dan diskusi.

c. Kolaborasi dengan tokoh agama dan aparatur desa

UPZ KUA menjalin kerja sama dengan tokoh agama, seperti imam masjid, pegawai syara' lainnya, serta aparatur desa, untuk memperkuat penyebaran informasi mengenai kewajiban zakat mal, untuk membantu mendistribusikan informasi zakat dan mempermudah proses pengumpulan. Koordinasi ini bertujuan untuk membangun jejaring lokal dalam mendukung pengumpulan zakat. Tokoh-tokoh ini dinilai memiliki kredibilitas dan pengaruh sosial yang tinggi di mata masyarakat.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Bapak Muhamadong G, selaku ketua UPZ Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa, beliau menyatakan:

“...untuk mengingatkan masyarakat membayar zakat, kami biasanya sampaikan ke imam-imam mesjid di setiap desa, supaya *naparingngarang ngi to masyaraka*’ apalagi kalau tiba waktu panen. nah.. mereka sampaikan biasanya nanti di radio mesjid *gah* atau ketua pembangunan mesjid bicarakan di mesjid, begitu.”⁶⁴

⁶⁴ Muhamadong G, S.Pd.I, Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

Berdasarkan wawancara tersebut, diketahui bahwa untuk membantu memasifkan informasi zakat, tokoh agama seperti imam mesjid dan ketua pembangunan mesjid dapat berperan dalam proses sosialisasi zakat mal untuk mengingatkan masyarakat membayar zakat. Tokoh agama seperti imam atau ketua pembangunan mesjid akan menyampaikan informasi tersebut pada mesjid setempat, serta dapat melakukan pendekatan sosial secara kelompok maupun individu dengan citra positif yang dimilikinya di masyarakat serta peranan sebagai figur yang dapat dipercaya.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak M. Amin selaku imam mesjid desa Garungga, Kelurahan Kassa yang menyatakan bahwa:

“Kalau masyarakat sudah mau panen, biasa dari KUA itu ingatkan lagi, dihubungi lagi imam-imam mesjid atau pegawai syara’ yang lain untuk sampaikan di mesjid, mengingatkan masyarakat untuk membayar zakat. Ada juga yang datang bertanya tentang bagaimana perhitungannya jadi kami imam mesjid yang biasa hitungkan nisabnya, ada juga yang sudah mandiri”.⁶⁵

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa pihak UPZ KUA secara aktif mengingatkan masyarakat untuk menunaikan zakat terutama menjelang masa panen dengan cara menghubungi imam mesjid atau pegawai syara’ agar menyampaikan imbauan tersebut melalui mimbar mesjid. Tokoh agama seperti imam masjid desa, serta aparatur desa memiliki peran yang cukup besar dalam membantu mensosialisasikan zakat mal. Sebab dalam aktivitasnya keduanya merupakan figur yang dikenal masyarakat di tingkat desa sehingga kepercayaan terhadap lembaga amil menjadi lebih besar. Hal ini dapat dilihat dari sebagian masyarakat yang berinisiatif mendatangi langsung imam mesjid untuk menanyakan tata cara perhitungan zakat.

⁶⁵ M. Amin, Imam masjid desa Garungga, Kel. Kassa, wawancara di Rumah pada tanggal 24 Mei 2025

Dalam hal ini imam mesjid berperan membantu menghitung nisab zakat hingga muzakki dapat menghitung nisab secara mandiri.

Dalam rangka menciptakan profesionalitas amil melalui kerja sama dengan tokoh agama seperti imam mesjid dan lainnya, UPZ KUA terlebih dahulu memberikan ruang sosialisasi dan pelatihan berupa pembinaan keagamaan yang di *mentoring* langsung oleh BAZNAS Kabupaten. Sebagaimana pernyataan bapak M. Amin sebagai berikut:

“Jadi setiap imam mesjid (pegawai syara’) akan menerima pelatihan dulu atau pembinaan dari KUA untuk mekanisme dan ketentuan-ketentuan zakat yang sesuai syariat, setelah itu secara berkala kami membantu mengingatkan masyarakat untuk membayar zakat”.⁶⁶

Berdasarkan hal tersebut, pembinaan keagamaan kepada pegawai syara’ yang dilakukan oleh UPZ Kantor Urusan Agama dimanfaatkan sebagai investasi ruang publik yang lebih besar dari kalangan tokoh agama agar mampu memasifkan informasi zakat sehingga dapat disebarkan secara luas kepada masyarakat di tiap-tiap desa. Strategi ini membutuhkan kolaborasi dan koordinasi yang baik antara UPZ KUA, BAZNAS dan pegawai syara’.

d. Sosialisasi melalui kegiatan keagamaan, perayaan hari besar Islam dan perayaan kebudayaan lokal

Berbagai kegiatan keagamaan dan kebudayaan lokal menjadi ruang strategis dalam melaksanakan sosialisasi zakat. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa untuk menyisipkan edukasi zakat secara langsung dalam suasana yang lebih aktif dan komunikatif. Masyarakat kerap berkumpul dalam momentum keagamaan dan budaya, sehingga UPZ Kantor Urusan Agama turut memanfaatkan situasi tersebut dalam melakukan sosialisasi zakat.

⁶⁶ M. Amin, Imam masjid desa Garungga, Kel. Kassa, wawancara di Rumah pada tanggal 24 Mei 2025

Hal ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Bapak Muhamadong G, S. Pd. I., yang menyatakan bahwa:

“Sosialisasi juga kami lakukan kalau ada perayaan keagamaan (perayaan hari besar Islam) seperti maulid, isra’ miraj, juga biasanya di perayaan pesta panen kami datang sosialisasi karna biasanya masyarakat mengundang”.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa sosialisasi zakat juga dilakukan melalui momentum perayaan hari besar Islam seperti Maulid Nabi dan isra’ mi’raj serta acara kebudayaan lokal seperti pesta panen. pada momen-momen tersebut, UPZ KUA Kecamatan Batulappa hadir untuk memberikan sosialisasi zakat karena masyarakat biasanya turut mengundang dalam kegiatan tersebut.



Gambar 4.5. Dokumentasi perayaan syukuran petani dihadiri Kepala KUA Kec. Batulappa

Kegiatan sosialisasi ini merupakan kegiatan tingkat desa yang dilakukan secara bergulir. Kegiatan ini dianggap efektif karena bertepatan dengan momen berkumpulnya masyarakat dalam jumlah besar. Keterlibatan UPZ KUA dalam

⁶⁷ Muhamadong G, S.Pd.I, Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

kegiatan keagamaan dan kebudayaan masyarakat atas dasar undangan yang diperoleh dari masyarakat pada satu wilayah menunjukkan eksistensi UPZ KUA sebagai institusi pelayanan agama telah diakui dan dipandang penting bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis juga menemukan bentuk strategi pelaksanaan sosialisasi zakat mal melalui pemanfaatan momentum keagamaan dan kebudayaan lokal. Hal ini disampaikan oleh Bapak Muhamadong G, S. Pd.I., yang menyatakan bahwa:

“Kalau di perayaan isra’ miraj atau maulid nabi di mesjid-mesjid biasanya kami sampaikan dalam bentuk ceramah. Kalau di perayaan pesta panen biasa atau syukuran biasa kan *mabbaca* orang, biasa ada sambutannya sekalian mengingatkan untuk mengeluarkan zakat karena di dalam hasil panen itu ada hak orang lain yang membutuhkan”.⁶⁸

Berdasarkan keterangan tersebut, bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh UPZ KUA dalam perayaan keagamaan dan kebudayaan lokal dilakukan dengan metode ceramah dan bentuk sambutan dengan isi pesan berupa pengingat akan kewajiban berzakat dalam Islam terutama kepada kelompok petani yang sudah wajib zakat.

3. Peluang dan Tantangan UPZ KUA dalam Mensosialisasikan Zakat Mal

Penulis melakukan analisis data dalam bentuk tematik untuk menemukan pola dan melakukan kategorisasi terhadap hasil temuan, sehingga untuk mengidentifikasi fenomena yang terjadi dapat diklasifikasikan berdasarkan teori. Proses analisis data dilakukan dalam bentuk tematik melalui tahap transkripsi, pemberian kode, kategorisasi, dan penentuan tema yang selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 7.

a. Peluang Strategi UPZ dalam mensosialisasikan zakat mal

Peluang adalah segala faktor, kondisi atau situasi yang mendukung keberhasilan program yang dapat bersumber dari internal maupun eksternal

⁶⁸ Muhamadong G, S.Pd.I, Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

organisasi. Faktor-faktor tersebut harus dikenal, dipahami dan menjadi perhatian penting bagi sebuah organisasi atau institusi untuk menunjang efektivitas dan efisiensi implementasi strategi untuk keberlangsungan dan keberlanjutan program di masa yang akan datang.

Terdapat empat poin utama yang menjadi peluang UPZ KUA dalam melakukan sosialisasi zakat mal di Kecamatan Batulappa. Beberapa peluang tersebut di antaranya sebagai berikut:

1) Dukungan secara aktif dari BAZNAS

UPZ Kantor Urusan Agama merupakan unit pelaksana di bawah koordinasi BAZNAS. BAZNAS sebagai koordinator pengelola zakat berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi di tingkat kecamatan dan desa, sebagai bentuk evaluasi dan dukungan operasional dalam memaksimalkan program-program lembaga amil yang berdampak langsung terhadap kinerja pengumpulan zakat di tingkat kecamatan.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada Bapak Muhamadong G, S. Pd. I, selaku ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa yang menyatakan bahwa: “Kami selalu mengundang dan mengajak BAZNAS Kabupaten Pinrang dalam sosialisasi zakat. Kami bertindak sebagai fasilitator untuk BAZNAS. Hampir di setiap kegiatan, BAZNAS selalu hadir. Apalagi baru-baru ini ada kegiatan sosialisasi yang dirangkaikan dengan maulid, di dusun kassa, sekaligus BAZNAS menyalurkan bantuan sosial kepada masyarakat. Jadi sudah sering sekali BAZNAS terjun langsung melihat masyarakat”.⁶⁹

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa BAZNAS memiliki peranan yang begitu kompleks dan menandai hampir setiap bentuk kegiatan yang mendukung operasional UPZ Kantor Urusan Agama terutama meningkatkan mutu dan kualitas internal dan meningkatkan bauran sosial dalam masyarakat sehingga akan menunjang kepercayaan masyarakat dalam menunaikan zakat.

⁶⁹ Muhamadong G, S.Pd.I, ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada Ibu Dra. Siti Amina selaku Penyuluh agama Islam KUA, beliau menambahkan:

“Ada pelatihan untuk penyuluh agama setiap tiga bulan sekali diadakan di KUA, dan BAZNAS selalu diundang sebagai pemateri. Kalau untuk penyuluhan zakat, kami selalu bawa celengan kaleng dari BAZNAS untuk ditawarkan ke masyarakat. Masing-masing penyuluh ada delapan celengan”.⁷⁰

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan keterlibatan aktif dari BAZNAS Kabupaten Pinrang dalam proses sosialisasi ditandai dengan keterlibatan memberikan materi sosialisasi kepada masyarakat umum dalam sosialisasi rutin tahunan, keterlibatan dalam pelatihan pegawai syara’ dan penyuluh agama Islam KUA setiap tiga bulan sekali, dukungan melalui pembagian celengan kaleng infak serta keterlibatan dalam kegiatan kebudayaan dan perayaan keagamaan.

2) Kepercayaan terhadap Tokoh Agama dan Aparat desa

Tokoh agama dan aparat desa merupakan figur yang dikenal dan dipercaya oleh masyarakat. Keterlibatan mereka dalam sosialisasi memberikan legitimasi yang kuat dalam proses sosialisasi zakat.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada Bapak Muhamadong G, selaku ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa, yang menyatakan bahwa:

“Kami bekerja sama dengan imam-imam desa dan kepala lingkungan dan aparat desa, karena mereka ini orang-orang yang dipercayai oleh masyarakat. Jadi mereka turut mendukung program sosialisasi zakat di desa-desa”.⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa pelaksanaan sosialisasi zakat di tingkat desa dilakukan melalui kerja sama dengan imam desa, kepala lingkungan dan aparat desa lainnya. Tokoh-tokoh ini dipilih karena memiliki kedekatan dan kepercayaan dari masyarakat, sehingga turut mendukung pelaksanaan

⁷⁰ Dra. Sitti Aminah, Penyuluh Agama Islam KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA Pada tanggal 15 Mei 2025

⁷¹ Muhamadong G, S.Pd.I, ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

program sosialisasi zakat di wilayah masing-masing. Kepercayaan terhadap tokoh agama disebabkan oleh bauran sosial-agama yang ditunjukkan oleh tokoh agama dalam masyarakat, sehingga kepercayaan terhadap kecakapan pengetahuan dan pengalaman tokoh agama dapat dimanfaatkan untuk membantu masyarakat menunaikan zakat mal.

Berikut pernyataan Bapak M. Amin selaku imam mesjid desa Garungga, Kelurahan Kassa dalam hasil wawancara yang menyatakan bahwa:

“banyak masyarakat yang setor zakat ke imam mesjid desa. Ada juga yang langsung ke KUA, tapi lebih seringnya lewat perantara imam mesjid. Setelah itu imam mesjid setor ke KUA. Ada juga imam mesjid kumpul ke kepala desa dulu, seperti di Batulappa, nah.. setelah itu kepala desa yang kumpul ke KUA. Selanjutnya KUA yang setor lagi ke BAZNAS. Ada juga yang datang bertanya tentang bagaimana perhitungannya jadi kami imam mesjid yang biasa hitungkan nisabnya, ada juga yang sudah mandiri”.⁷²

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis menyimpulkan bahwa kepercayaan terhadap tokoh agama telah berdampak terhadap penyerapan potensi zakat mal di kecamatan Batulappa, hal ini dilandasi dengan jumlah penyetoran zakat melalui tokoh agama dalam hal ini imam desa dalam jumlah yang cukup tinggi. Kerja sama antara UPZ KUA, imam desa serta apatur desa menandai sistem pengelolaan zakat di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang. Kolaborasi tersebut merupakan upaya untuk memasifkan dan memaksimalkan pengumpulan zakat pada tiap-tiap desa agar lebih terkoordinir dan terorganisir, yang menunjang efektifitas dan efisiensi pembayaran zakat bagi muzakki.

Hal ini selanjutnya dibuktikan dengan catatan setoran zakat dari imam desa kepada aparat desa sebagai berikut:

⁷² M. Amin, Staf UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di Desa Bilajeng, Kel. Kassa, pada tanggal 24 Mei 2025



Gambar 4.6. Catatan setoran zakat dari Imam Desa Batulappa, oleh Bendahara Desa

Gambar di atas menunjukkan bahwa imam desa Batulappa menyetorkan hasil pengumpulan zakat dari masyarakat ke kantor desa. Zakat yang telah disetorkan oleh imam desa tersebut, diterima oleh bendahara desa dan selanjutnya pihak aparat desa tersebut akan menyetorkan lagi kepada UPZ Kantor Urusan Agama. Namun tidak semua imam desa melakukan cara ini, ada pula yang menyetorkan hasil pengumpulan zakatnya ke UPZ KUA secara langsung tanpa adanya campur tangan dengan pihak desa sebelumnya.

Kepercayaan terhadap tokoh agama selanjutnya sejalan dengan pengakuan muzaki melalui wawancara yang dilakukan penulis. Ibu Dahlia selaku muzaki zakat pertanian menyatakan bahwa:

“Saya sudah bayar zakat sejak tahun 2017. langsung di kasi ke pak imam, karena memang dia paham dan tanggung jawabnya dari dulu terima zakat untuk di bawa ke KUA. Awal-awal masih dihitung berapa yang harus dibayar, sekarang sudah mandiri. Jadi memang saya sudah percayakan sama beliau”.⁷³

⁷³ Dahlia, Petani, wawancara di Desa Bilajeng, Kelurahan kassa pada tanggal 16 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa Ibu Dahlia telah menunaikan zakat sejak tahun 2017 melalui imam masjid desa yang dipercaya sebagai perantara dalam penyaluran zakat ke KUA Kecamatan Batulappa. Pada awalnya, Ibu Dahlia memerlukan bantuan dalam menghitung jumlah zakat yang harus dibayarkan, namun saat ini telah mampu menghitung secara mandiri. Hal ini menunjukkan efek yang ditimbulkan dari kepercayaan terhadap tokoh agama secara nyata telah mengubah perilaku muzaki dari ketidakmampuan menghitung nisab dan belum mengetahui kadar zakat, kini mampu menghitung nisab dan keluaran zakat secara mandiri.

3) Budaya Religius Masyarakat

Terdapat fenomena tingkat religiusitas yang tinggi dari sebagian masyarakat. Hal ini disebabkan oleh pemahaman agama dan kesadaran berzakat yang begitu kokoh sejak dulu dan ditularkan ke anggota keluarga yang lain sehingga menjadi suatu nilai tradisi dan budaya. Sehingga zakat telah dianggap sebagai bagian dari tradisi keagamaan yang luhur. Hal ini terjadi pada sebagian masyarakat Kecamatan Batulappa, sebagaimana menurut hasil wawancara yang telah dilakukan penulis kepada beberapa muzakki yang mengindikasikan tingkat kesadaran dan minat berzakat pada masyarakat. Wawancara dengan Ibu Hatija selaku muzakki zakat pertanian, menunjukkan:

“Membayar zakat sudah dari dulu dan turun temurun dari *i puang*, orang tua. Karena kami percaya untuk keberkahan di dalam zakat yang dikeluarkan. *barakka' na to ase*, supaya apa yang dimakan juga *mabbarakka'*. Kami tidak berani makan dari hasil yang tidak berkah”.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui muzakki telah membayar zakat sejak lama dan merupakan hal yang sudah diwariskan secara turun temurun dari orang tua muzakki. Muzakki mengaku ada bentuk kepercayaan yang mengakar

⁷⁴ Hatija, Petani, wawancara di Desa Batulappa pada tanggal 16 Mei 2025

terhadap tujuan pengeluaran harta yakni untuk memperoleh keberkahan pada harta tersebut. Apalagi untuk masyarakat petani, Ibu Hatija meyakini keberkahan atas padi yang dikeluarkan menjadi penting sebab merupakan kebutuhan utama yang dikonsumsi oleh muzakki. Keyakinan tersebut disusul dengan ketakutan muzakki apabila tidak mengeluarkan zakat, muzakki mengaku tidak memiliki keberanian untuk mengonsumsi hasil panen yang tidak di zakati sebab tidak ada keberkahan yang bisa diperoleh. Hal ini menunjukkan pemahaman dan keyakinan agama yang begitu kuat dari Ibu Hatija terkait pembayaran zakat.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan kepada Bapak Muh. Faisal, selaku muzakki zakat pertanian. Penulis memperoleh pernyataan sebagai berikut:

“Saya membayar zakat pertanian untuk kebersihan harta, sudah 10 tahun lebih turun temurun di keluarga saya. Tidak banyak, yang penting kalau sudah cukup nisab, artinya sudah wajib zakat”.⁷⁵

Berdasarkan wawancara di atas, penulis menyimpulkan perilaku religius dari Bapak Muh. Faisal yang mengatakan telah membayar zakat pertanian lebih dari sepuluh tahun dan turun temurun dari keluarga. Keyakinan ini selanjutnya di dukung dengan pernyataan selanjutnya yang menyebutkan ketentuan nisab serta istilah wajib zakat. Hal ini berarti selain dari pemahaman agama yang diyakini dari keluarga, kepatuhan berzakat oleh Bapak Muh. Faisal juga dilandasi dari pengetahuan atau literasi tentang zakat.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan kepada Ibu Basaria selaku muzakki zakat pertanian, juga ditemukan pernyataan sebagai berikut:

“Saya membayar zakat padi sejak jadi petani, sejak berkeluarga. Karena memang sudah kewajiban, dan zakat adalah salah satu rukun Islam”.⁷⁶

Keyakinan masyarakat terhadap keberkahan dibalik pengeluaran zakat adalah

⁷⁵ Muh. Faisal, Petani, wawancara di Desa Batulappa pada tanggal 16 Mei 2025

⁷⁶ Basaria, Petani, wawancara di Desa Bilajeng, Kelurahan Kassa, pada tanggal 24 Mei 2025

bentuk dari tingkat religiusitas yang telah menjadi bentuk tradisi dan membudaya. Hal ini ditandai dengan jumlah sebagian besar masyarakat yang menunaikan zakat berdasarkan keyakinan agama yang telah mengakar sejak turun temurun, sehingga menjadi dasar kuat untuk meningkatkan kesadaran zakat mal secara kolektif.

4) Ketersediaan Forum Sosial Keagamaan dan Kebudayaan lokal

Kegiatan rutin seperti pengajian, majelis taklim, dan TPA memberikan ruang strategis bagi UPZ dalam menyampaikan informasi secara berkelanjutan. Selain itu forum budaya lokal seperti pesta panen raya juga memiliki peluang untuk mengisi kebutuhan literasi zakat pada masyarakat petani. UPZ KUA dapat memanfaatkan forum-forum yang sudah ada di masyarakat, untuk memudahkan penyebaran informasi zakat dan menciptakan akses informasi secara berkelompok.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak M. Amin dalam proses wawancara yang dilakukan yang merupakan salah satu anggota UPZ KUA Kecamatan Batulappa.

Beliau menyatakan bahwa:

“Sosialisasi di mesjid biasanya kalau ada perayaan agama, maulid nabi, atau perayaan lainnya, sebelum *mabbaca* ada ceramah dari KUA yang menjelaskan tentang zakat. Ada juga di perayaan pesta panen yang sering di adakan di dusun Bulisu, Kel. Kassa, itu juga dirangkaikan dengan sosialisasi”.⁷⁷

Berdasarkan hal tersebut, penulis menyimpulkan UPZ KUA memanfaatkan momen berkumpulnya masyarakat dalam jumlah yang besar melalui perayaan hari besar Islam dan kebudayaan lokal yang dimanfaatkan untuk menciptakan ruang edukasi dan sosialisasi melalui metode ceramah. Menurut Bapak M. Amin kegiatan ini sudah sering kali dilakukan dan dimanfaatkan oleh UPZ KUA kecamatan Batulappa.

Pernyataan di atas selanjutnya didukung melalui hasil wawancara yang

⁷⁷ M. Amin, Staf UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di Desa Bilajeng, Kel. Kassa, pada tanggal 24 Mei 2025

penulis lakukan dengan Bapak Nasrul selaku muzakki zakat pertanian, yang menyatakan:

“Ya, ada sosialisasi zakat, dalam bentuk ceramah di acara-acara perayaan di mesjid biasanya kalau bulan ramadhan, maulid, muharram, dari KUA datang sampaikan tentang zakat”.⁷⁸

Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis menyimpulkan sosialisasi zakat mal melalui perayaan hari besar Islam memang dilakukan oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa sebagai bagian dari usaha mensosialisasikan nilai zakat dan bauran promosi dalam bentuk ceramah agama. Ketersediaan forum ini dimanfaatkan sebagai bagian dari memasyarakatkan nilai berzakat kepada masyarakat.

b. Tantangan UPZ KUA dalam mensosialisasikan zakat mal

Dalam konteks strategi sosialisasi, tantangan berarti faktor-faktor yang menghambat, mengurangi efektivitas, atau menyulitkan pelaksanaan strategi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh UPZ KUA dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa, di antaranya sebagai berikut:

1) Minimnya minat membayar zakat mal

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UPZ KUA Kecamatan Batulappa adalah rendahnya minat masyarakat untuk menunaikan zakat, meskipun potensi ekonominya cukup tinggi. Ini menunjukkan bahwa tantangan bukan hanya terletak pada pemahaman, tapi pada aspek kemauan dan kesadaran yang membutuhkan pendekatan strategi berbeda.

Berikut hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Muhamadong, G, sebagai ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa:

“Kendala utama dalam sosialisasi selama ini yang pertama adalah minat

⁷⁸ Nasrul, Petani, wawancara di desa Batulappa pada tanggal 16 Mei 2025

masyarakat untuk mau membayar zakat masih jauh dari potensi di desa. Banyak potensi zakat mal, ada coklat, jagung, padi, kelapa sawit juga ada. Ada banyak juga yang beternak sapi banyak ternaknya tapi tidak mengeluarkan zakat. Kalau diperhatikan itu sudah cukup nisab. Entah karena tidak tahu atau bagaimana, tapi selama ini kami selalu melakukan sosialisasi. Mereka sudah sehari-hari mendengarkan, jadi kalau dibilang tidak tahu atau tidak paham, menurut saya tidak. Memang karena kesadaran masing-masing yang jadi masalah, tidak semua mau membayar. Minat untuk membayar itu masih jadi tantangan utama”.⁷⁹

Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis menyimpulkan meskipun kegiatan sosialisasi sudah sering dilakukan dengan metode dan berbagai pendekatan, minat membayar zakat masih menjadi kendala utama sekaligus tantangan bagi UPZ KUA Kecamatan Batulappa. Menurut Bapak Muhamadong G, sosialisasi yang dilakukan pasti memiliki dampak untuk pengetahuan masyarakat, sehingga ketentuan dan syarat di dalamnya akan diketahui masyarakat. Namun, minat masyarakat untuk membayar zakat ditentukan dari masing-masing individu, dan hal itu tidak dapat dilakukan secara paksa meskipun adalah kewajiban dalam Islam.

Menurut Bapak Muhamadong, minat membayar zakat menjadi tantangan utama yang hingga kini masih terjadi pada sebagian besar masyarakat. Hal ini merupakan fenomena yang berbanding terbalik dari tingkat budaya religiusitas pada sebagian masyarakat lainnya. Sehingga dapat disimpulkan, terdapat perbedaan dalam tingkat pemahaman, kesadaran, dan minat berzakat pada masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain.

2) Kepatuhan berzakat belum otomatis

Kebutuhan terhadap sosialisasi pada masyarakat masih begitu tinggi dan perlu dilakukan secara terus menerus. Kelalaian dalam menunaikan zakat ketika dalam kondisi ekonomi baik menjadi tugas bagi tokoh agama untuk terus melakukan

⁷⁹ Muhamadong G, S.Pd.I, Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

sosialisasi melalui pendekatan individualis atau pendekatan emosional.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Baharuddin Yasin, selaku imam desa Kassa, Watang kassa yang juga merupakan anggota UPZ KUA Kecamatan Batulappa, menyatakan bahwa:

“Tantangannya..yah masyarakat selalu mau diingatkan, harus selalu diingatkan. Karena kalau sudah panen, biasanya kalau sudah pegang uang biasanya lupa kewajiban. Jadi harus selalu *diparingarangi*. Kadang kalau saya liat yang ini berkecukupan, tapi tidak keluarkan zakatnya, jadi lagi-lagi harus diingatkan”.⁸⁰

Berdasarkan pernyataan di atas, penulis menyimpulkan terdapat fenomena membayar zakat yang tidak otomatis dari muzaki. Pembayaran zakat oleh muzakki salah satunya didukung oleh bauran sosial dan sosialisasi yang dilakukan secara terus-menerus dari tokoh agama untuk mengingatkan masyarakat membayar zakat. Kelalaian muzakki tidak dapat dihindari, sehingga perlu pendekatan lebih dekat dari sisi emosional terhadap individu maupun kelompok. Hal ini menjadi tantangan bagi tokoh agama untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran berzakat, menciptakan suatu perilaku ketaatan beragama menjadi nilai kebiasaan bukan suatu tuntutan yang dikerjakan sekali dua kali.

3) Belum Ada Penggunaan Media Digital dan Cetak secara resmi

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Ibu Dahlia sebagai muzakki zakat pertanian, beliau menyatakan bahwa:

“Ya, selama ini yang saya dapat hanya dalam bentuk ceramah di mesjid, tidak pernah ada brosur atau baliho, media sosial dan lain-lain. Biasa ji juga nonton dari *Youtube* tentang *pacceramah*, tapi kalau dari KUA saya tidak pernah dapat yang begitu”.⁸¹

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa belum ada bentuk penggunaan media digital dan media cetak apa pun yang dimanfaatkan oleh UPZ KUA

⁸⁰ Baharuddin Yasin, Imam mesjid kassa, desa watang kassa, wawancara di KUA pada tanggal 28 Mei 2025

⁸¹ Dahlia, Petani, wawancara di Desa Bilajeng, Kel. Kassa pada tanggal 24 Mei 2025

Kecamatan Batulappa dalam melakukan sosialisasi zakat mal. Bentuk sosialisasi yang digunakan oleh UPZ Kecamatan Batulappa masih bersifat konservatif dan stagnan dengan penyampaian materi zakat dalam bentuk ceramah yang disampaikan di mesjid, tanpa adanya inovasi media digital seperti penyebaran brosur atau spanduk zakat.

Hal ini selanjutnya diperkuat oleh hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada Ibu Yulianti, muzakki zakat pertanian yang menyatakan:

“...ada grub *whatsapp* untuk ibu-ibu majelis taklim di mesjid desa Batulappa, biasanya penyuluh sebar informasi tentang zakat, dan info jadwal pengajian di sana.”⁸²

Berdasarkan keterangan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa dalam praktiknya UPZ KUA Kecamatan Batulappa memanfaatkan media sosial berupa *WhatsApp* untuk memudahkan penyebaran informasi zakat secara daring. Namun, dalam praktiknya, media sosial yang digunakan untuk sosialisasi zakat oleh pihak UPZ KUA Kecamatan Batulappa bukan merupakan akun resmi lembaga, melainkan akun pribadi milik para pengurus atau penyuluh, yang digunakan untuk berkoordinasi dengan para tokoh agama dan aparat desa.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi digital telah dimanfaatkan, namun belum terdapat akun media sosial operasional yang dikelola secara institusional oleh UPZ Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa. Penggunaan akun pribadi cenderung bersifat tidak terstruktur dan terbatas dalam jangkauan, karena tergantung pada jaringan pribadi masing-masing anggota. Hal ini menjadi kendala dalam menjangkau generasi muda dan kemudahan akses bagi masyarakat yang lebih luas.

⁸² Yulianti, petani, wawancara di Desa Batulappa, Kelurahan Kassa pada tanggal 16 Mei 2025

4) Sosialisasi Belum Merata

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat muzakki yang mengaku tidak mengetahui adanya kegiatan sosialisasi zakat dari UPZ. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi informasi masih terbatas dan tidak menyeluruh serta belum menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Sebagaimana hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Ibu Basaria yang merupakan muzakki zakat pertanian, menyatakan bahwa:

“Saya tidak pernah ikut kegiatan sosialisasi di KUA. Mungkin ada, tapi saya tidak tahu. Informasinya tidak sampai ke saya, selama ini hanya pernah dengar ceramah di mesjid”.⁸³

Hal ini menunjukkan adanya keterbatasan akses informasi terhadap pelaksanaan sosialisasi oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Ibu Basaria yang merupakan seorang petani mengaku tidak pernah mendapatkan informasi terkait kegiatan sosialisasi yang dilakukan di UPZ KUA, dan hanya mendapat pesan zakat melalui ceramah mesjid. Hal ini berbeda dengan pengakuan ibu Masturi, sebagai kepala sekolah yang mengaku aktif mengikuti sosialisasi zakat yang diadakan di KUA melalui undangan yang diterimanya. Hal ini menunjukkan bahwa forum sosialisasi zakat di KUA memiliki keterbatasan akses informasi dan muatan peserta sosialisasi tidak menyeluruh atau terbatasnya keterlibatan masyarakat umum terutama dari kelompok petani. Sosialisasi zakat hanya melibatkan hubungan *public relations* dari kelembagaan dan instansi lokal, sedangkan kelompok-kelompok lainnya belum tersentuh secara aktif.

Selain itu, penulis menemukan perbedaan pernyataan muzakki terkait penyuluhan agama yang dilakukan melalui majelis taklim antara ibu Yulianti dan Ibu

⁸³ Basaria, Petani, wawancara di Desa Bilajeng, Kel. Kassa, Pada tanggal 24 Mei 2025

Pica. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Ibu Yulianti, muzaki zakat pertanian dari desa Batulappa yang menyatakan bahwa:

“Ya, ada sosialisasi zakat dari penyuluh di majelis taklim seminggu sekali. Mereka sampaikan tentang zakat di sana”.⁸⁴

Pernyataan Ibu Yulianti terkait adanya aktivitas penyuluhan melalui majelis taklim pada desa Batulappa, selanjutnya dibandingkan dengan pernyataan ibu Pica yang menyatakan sebaliknya.

“..tidak ada majelis taklim di sini, dulu ada, sekarang.. *taengmo nak*”.⁸⁵

Berdasarkan wawancara tersebut, ibu Yulianti mengaku memperoleh informasi zakat melalui forum majelis taklim di Desa Batulappa, hal ini bertentangan dengan pengakuan ibu Pica yang menyebutkan tidak adanya majelis taklim di desa Bilajeng atau sudah tidak beroperasi. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan kondisi dan situasi dalam satu wilayah desa dengan desa yang lainnya perihal akses dan ruang forum keagamaan yang tidak tersedia di seluruh desa, sehingga sosialisasi yang dilakukan tidak merata, dan distribusi pesan sosialisasi tidak dapat diakses secara kolektif/menyeluruh di seluruh desa.

UPZ KUA tidak dapat melakukan pendekatan sosialisasi yang serupa dalam satu desa dengan desa yang lainnya. Sehingga UPZ KUA perlu menilai dan mengevaluasi strategi-strategi lain yang mampu menjangkau penyebaran literasi zakat di desa yang belum tersedia forum-forum untuk sosialisasi zakat mal.

5) Kurangnya Perhatian terhadap Ceramah Sosialisasi

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa bentuk metode sosialisasi zakat yang digunakan UPZ KUA meliputi ceramah di masjid, kegiatan keagamaan desa, dan penyuluhan agama islam. Namun, efektivitasnya masih rendah karena metode

⁸⁴ Yulianti, petani, wawancara di Desa Batulappa, Kelurahan Kassa pada tanggal 16 Mei 2025

⁸⁵ Pica, Petani, wawancara di Desa Bilajeng, Kel. Kassa pada tanggal 24 Mei 2025

yang digunakan kurang menarik perhatian masyarakat, terutama kelompok usia tua.

Salah satu informan yakni Bapak Nasrul, muzaki zakat pertanian menyatakan bahwa:

“..Kurangnya adalah sosialisasi dalam bentuk ceramah, biasanya tidak begitu diperhatikan apalagi untuk orang-orang tua, tidak begitu mendengarkan. kalau dalam acara kumpul-kumpul perayaan maulid misalnya, biasanya tidak begitu didengarkan, jadi tidak efektif.”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis menggaris bawahi pernyataan "ceramah biasanya tidak diperhatikan, apalagi oleh orang tua". Hal ini mengindikasikan bahwa strategi yang digunakan masih bersifat satu arah dan belum adaptif terhadap kebutuhan audiens. Sosialisasi dalam bentuk ceramah terkadang tidak mendapat perhatian serius dari jamaah, khususnya jika penyampaian tidak kontekstual atau repetitif. Sehingga diperlukannya metode atau pendekatan baru dalam sosialisasi zakat berbasis ceramah dari UPZ KUA Kecamatan Batulappa.

6) Aksesibilitas dan infrastruktur transportasi

Akses menuju desa tujuan menjadi salah satu kendala sekaligus tantangan bagi penyuluh agama Islam dalam melakukan sosialisasikan zakat mal. Kondisi geografis Kecamatan Batulappa yang merupakan kawasan dataran tinggi atau berada di atas pegunungan merupakan tantangan bagi amil zakat untuk menyebarkan informasi zakat dalam rangka menciptakan masyarakat yang paham dan taat berzakat.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Muhamadong, G, ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa, yang menyatakan:

“Kendala kedua, yaitu akses untuk melakukan sosialisasi ke beberapa desa yang sulit dijangkau seperti di Kaseralau karena jalan ke sana itu jauh, dan berbukit, berkelok-kelok, belum lagi jalanan yang penuh becek, jadi bahaya untuk dilewati”.⁸⁷

Menurut Bapak Muhamadong, G, kendala terbesar kedua setelah minat

⁸⁶ Nasrul, Petani, wawancara di Desa Batulappa pada tanggal 16 Mei 2025

⁸⁷ Muhamadong G, S.Pd.I, Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

membayar zakat yang rendah pada sebagian masyarakat, adalah jarak dan kondisi jalanan yang tidak memadai menuju desa tujuan. Hal ini disebabkan oleh kondisi jalanan yang berbukit, sehingga curam untuk dilewati. Selain disebabkan oleh kondisi infrastruktur jalan yang tidak memadai, jarak tempuh desa tujuan cukup jauh dan terpencil serta membukit.

Pernyataan di atas, selanjutnya didukung melalui wawancara yang dilakukan penulis kepada Ibu Dra. Sitti Amina selaku Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Batulappa, yang menyatakan:

“Sejauh ini kendala terbesar kami adalah jarak tempuh untuk ke desa tujuan yang cukup jauh. Apalagi desa yang di atas (watang kassa, batulappa, kaseratau) itu kondisi jalanannya kan memang susah untuk dilewati”.⁸⁸

Berdasarkan pernyataan di atas, penulis menyimpulkan bahwa kondisi geografis dan infrastruktur transportasi jalanan yang tidak memadai untuk dilewati menuju desa tujuan adalah kendala utama dari sisi penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Batulappa untuk melakukan penyuluhan dan sosialisasi zakat kepada masyarakat.

B. PEMBAHASAN

Strategi adalah sebuah rencana, metode, atau pola rangkaian tindakan yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi menurut M. Manulang merupakan suatu rencana yang disusun untuk membentuk rangkaian tindakan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.⁸⁹ Artinya strategi menjadi pondasi utama yang membentuk pola kerja hingga menjadi tindakan kerja yang membawa perusahaan atau institusi lebih dekat pada tujuan.

⁸⁸ Dra. Sitti Amina, Penyuluh KUA Kec. Batulappa, wawancara di KUA pada tanggal 15 Mei 2025

⁸⁹ Marihot Manullang, “Manajemen Personalia,” 2008.

Proses transformasi pola kerja menjadi tindakan kerja akan memerlukan keterlibatan seluruh elemen perusahaan atau institusi, seperti SDM, keuangan, teknologi, dan lain sebagainya. Sehingga strategi perlu disusun dengan mempertimbangkan kualitas dan kuantitas elemen-elemen tersebut terlebih dahulu. Agar perusahaan atau institusi dapat dikelola secara efektif, tidak cukup hanya melihat struktur formal saja, tetapi juga harus mempertimbangkan elemen lainnya seperti keterampilan, staf, gaya kepemimpinan, sistem, tujuan, termasuk strategi.⁹⁰ Perusahaan atau institusi akan efektif hanya jika elemen-elemen tersebut selaras dan mendukung satu sama lainnya.

Zakat merupakan salah satu pilar utama dalam ajaran Islam, yang tidak hanya menegaskan hubungan spiritual seorang hamba dengan Tuhannya, tetapi juga memperkuat hubungan sosial antar sesama manusia. Zakat bukan sekadar kewajiban ibadah yang bersifat individual melainkan sebuah sistem distribusi kekayaan dan pendapatan yang telah ditetapkan Allah Swt. demi terciptanya keseimbangan dan keadilan dalam kehidupan umat Islam.

Peralihan harta yang diwajibkan dalam Islam demi terciptanya keseimbangan dan keadilan dalam kehidupan umat muslim, merupakan bagian dari syariat Islam sebagaimana disebutkan dalam firman Allah Swt. Q.S. Al-baqarah:267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفَقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْحَبِثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu

⁹⁰ Aditya Asa Perdana and Antonius Aru Hadi Eka Sayoga, “Studi Pendekatan 7S Mckinsey Dalam Peningkatan Efektivitas Belanja Modal Pemerintah Kabupaten Semarang,” *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang* 5, no. 1 (2023): 413–26.

yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata.⁹¹ (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Berdasarkan ayat di atas, perintah untuk mengeluarkan harta pada orang-orang yang beriman agar harta tidak disimpan atau ditimbun tapi di alirkan melalui pengeluaran wajib yakni zakat dan anjuran berupa infak dan sedekah.

Sosialisasi adalah proses membantu individu untuk belajar dan menyesuaikan diri dalam bertindak dan berperan dan berfungsi dalam masyarakat.⁹² Peran aktif dalam kehidupan sehari-hari menjadi target atau tujuan utama dilaksanakannya sosialisasi. Sosialisasi adalah tindakan untuk mengenalkan nilai-nilai moral sehingga menjadi nilai bersama hingga dapat diwujudkan dalam praktik keseharian masyarakat. Seperti halnya dengan UPZ Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa, dalam melakukan sosialisasi zakat mal kepada masyarakat, perlu menetapkan strategi yang tepat dan efektif untuk mencapai tujuan. Strategi dibangun dengan melihat dan mempertimbangkan kualitas dan kuantitas elemen perusahaan atau institusi, serta memastikan keterlibatan penuh seluruh elemen yang akan mendukung efektivitas pelaksanaan strategi, sehingga lebih dekat pada tujuan.

1. Bentuk Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang

Berdasarkan hasil penelitian, UPZ Kantor Urusan Agama memiliki 4 (empat) strategi utama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa, yaitu sosialisasi zakat tahunan dan pembinaan keagamaan secara rutin, keterlibatan penyuluh agama Islam, kerja sama dengan tokoh agama dan aparatur desa, serta

⁹¹ Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahannya, h.43

⁹² Uud Wahyudin, "Sosialisasi Zakat Untuk Menciptakan Kesadaran Berzakat Umat Islam," *Jurnal Masyarakat Dan Filantropi Profetik* 1, no. 1 (2024): 17–20.

pemanfaatan perayaan hari besar Islam dan kebudayaan lokal. Berbagai bentuk strategi sosialisasi, disusun dan disesuaikan dengan kondisi sosial dan kultural masyarakat. Setelah ditetapkan sebuah strategi, selanjutnya dikelola dan di koordinir pada sumber daya manusia institusional sesuai struktur keorganisasian sehingga menghasilkan suatu pola yang terstruktur dan sistematis dalam proses implementasi manajemen strategi UPZ KUA. Berdasarkan hasil penelitian di atas penulis menyimpulkan implementasi strategi sosialisasi yang dilakukan oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa diterapkan dengan pendekatan struktural dan kultural.

Pendekatan struktural yang dilakukan UPZ KUA Kecamatan Batulappa melalui kolaborasi dan kerja sama dengan tokoh agama untuk melakukan sosialisasi zakat mal pada masyarakat menjadi salah satu strategi yang memasifkan sosialisasi zakat, yang selanjutnya mendukung penyerapan zakat mal pada masyarakat.

Sinergi antara UPZ KUA, tokoh agama dan aparat desa dalam sosialisasi zakat menunjukkan pola hubungan yang saling mendukung dan berkelanjutan. Pola ini sejalan dengan *Cycle relation model* yang mengacu pada teori *cycle network* di mana tatanan sosial dijalankan melalui interaksi tiga aktor utama yakni tokoh agama, pemerintah, dan masyarakat yang saling menopang dalam sebuah siklus yang dinamis.⁹³ Pola *cycle relation model* juga dapat mengacu pada hubungan antara pemerintah (BAZNAS/UPZ/aparat desa), tokoh agama (imam desa) serta masyarakat (muzakki) sebagai aktor yang menggerakkan dan menjadi penyebab berjalannya sosialisasi zakat.

⁹³ D A Damirah, "Internalisasi Konsep Cycle Relation Model Pada Komunitas Agama Lokal Di Indonesia (Perspektif Sosial, Ekonomi Dan Politik Pada Kepercayaan Towani Tolotong, Aluk Todlo Dan Ammatoa Di Sulawesi Selatan," *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 2022, 141–56.

Penulis menyimpulkan sosialisasi zakat oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa, melibatkan penyuluh agama islam KUA untuk menjangkau kelompok-kelompok rumah tangga dalam forum pengajian serta memungkinkan pengenalan dasar zakat sejak dini terhadap anak-anak muda di lingkup pendidikan atau sekolah tingkat dasar dan menengah atas. Peran penyuluh agama Islam KUA merupakan bentuk strategi pendekatan struktural untuk mengefisiensi proses sosialisasi. Penyuluhan dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi sebagai media sosialisasi komunikasi publik dalam aktivitas sosialisasi zakat.

Keterlibatan tokoh agama juga menandai implementasi sosialisasi zakat dengan pendekatan *public relations* yang dibangun, akibatnya proses sosialisasi lebih terkontrol dan kondusif. UPZ KUA Kecamatan Batulappa dapat melakukan *monitoring* atau *control* terhadap penyerapan potensi zakat di tingkat desa. Pelibatan tokoh agama dalam sosialisasi zakat menjadi penting sebab tokoh agama merupakan figur yang sudah dipercaya dan dikenal oleh masyarakat umum masing-masing desa.

Berdasarkan implementasinya, aktivitas sosialisasi melibatkan proses komunikasi yang dapat dibedakan dalam beberapa bentuk, di antaranya; komunikasi *intrapersonal*, komunikasi *interpersonal*, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi massa.⁹⁴ Bentuk-bentuk sosialisasi tersebut dibedakan berdasarkan konteksnya dan dikategorikan berdasarkan kuantitas atau sasaran komunikasi.

Menurut Errika Dwi Setya Watie dalam sebuah penelitian artikel jurnal berjudul “Komunikasi dan Media Sosial” terdapat beberapa bentuk komunikasi yang apabila di uraikan ke dalam aktivitas sosialisasi, maka bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan dalam proses sosialisasi secara umum terdiri dari sosialisasi

⁹⁴ Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi Dan Media Sosial,” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69.

intrapersonal, sosialisasi publik dan sosialisasi massa, dan selanjutnya akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Sosialisasi komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*).

Komunikasi antarpribadi yang dimaksud di sini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka untuk saling memberi informasi dan dapat mempengaruhi pandangan masing-masing mengenai suatu hal sehingga menjadi sama atau sepaham.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi UPZ KUA dalam mensosialisasikan zakat mal dengan melibatkan tokoh agama untuk mengingatkan masyarakat membayar zakat dilakukan sebagai strategi penyebaran informasi secara *interpersonal*. Keterlibatan tokoh agama dan aparat desa dalam sosialisasi zakat menunjukkan pendekatan berbasis komunitas yang selaras dengan teori komunikasi *interpersonal*. Pendekatan ini dinilai efektif dalam membangun kepercayaan dan memperluas jangkauan pesan zakat karena menggunakan saluran informal yang sudah akrab di masyarakat. Peranan tokoh agama sebagai figur yang dikenal, dipercaya, dan diyakini dalam masyarakat akan secara bebas dan luas menjangkau masyarakat melalui bauran sosial. Tokoh agama memiliki peran melaksanakan bentuk sosialisasi komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*), yang dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan seperti pendekatan individualis, spiritual dan emosional.

Terdapat beberapa penelitian yang relevan atau sejalan dengan pembahasan di atas. Penelitian dari Nail Amal Iqbal dengan judul skripsi “Peran Tokoh Agama dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Membayar Zakat Mal Di

Kecamatan Belawa, Kabupaten Wajo” pada tahun 2023.⁹⁵ Penelitian ini mengemukakan bahwa tokoh agama adalah seorang pemimpin yang dapat dijadikan contoh dan diteladani sifat-sifat baiknya, dalam hal ini dapat berfungsi sebagai motivator, sebagai pembimbing moral dan sebagai mediator. Tokoh agama memiliki keunggulan dalam ilmu keagamaan yang menjadi pemimpin dalam suatu masyarakat untuk memberikan pengarahan hidup yang baik sesuai ketentuan Allah Swt.

Penelitian yang dilakukan oleh Nail Amal Iqbal merupakan jenis penelitian kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Namun, terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan di atas dengan penelitian ini, yaitu fokus tokoh agama yang dimaksudkan pada penelitian di atas adalah tokoh-tokoh seperti ulama, kiyai, dan ustadz yang berada di bawah kelembagaan BAZNAS yang melaksanakan fungsi pendekatan yang dilakukan mencakup khazanah dakwah. Tokoh-tokoh agama seperti ulama, kiyai atau ustadz sebagai figur yang dihormati dan dipercaya masyarakat karena riwayat pendidikan dan spiritualnya. Berbeda dengan penelitian ini yang melihat peranan imam mesjid, atau pegawai syara' lainnya dalam melakukan sosialisasi zakat dengan model pendekatan komunikasi *interpersonal* yang berada di bawah koordinasi dan kerja sama dengan UPZ KUA. Perbedaan struktur kelembagaan ini mempengaruhi strategi komunikasi yang digunakan, di mana UPZ KUA lebih menekankan pendekatan relasional dan keterlibatan langsung tokoh agama dalam kehidupan masyarakat.

⁹⁵ Nail amal iqbal, “peran tokoh agama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar zakat maal di kecamatan belawa,” n.d.

Hal ini menunjukkan peranan tokoh agama dalam lini masjid desa juga memiliki pengaruh dan keterlibatan penting dalam membantu menyebarkan pesan zakat kepada masyarakat. Bahkan peranan imam mesjid atau pegawai syara' lainnya akan lebih mendalam dan mengikat masyarakat secara emosional dan individualis melalui peranannya dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa tokoh agama dalam struktur masjid desa, seperti imam dan pegawai syara', memainkan peranan strategis dengan bauran sosial yang dapat dibangun secara emosional dengan masyarakat. Pendekatan *interpersonal* ini menjadi pembeda utama dalam strategi sosialisasi zakat dibandingkan dengan pendekatan dakwah kelembagaan yang dikaji oleh Nail Amal Iqbal.

2) Sosialisasi komunikasi publik

Sosialisasi komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking* dan komunikasi khalayak (*audience communication*).⁹⁶ Dalam pelaksanaan komunikasi publik, seseorang berperan sebagai pembicara dan yang lainnya sebagai pendengar dalam jumlah khalayak. Apa pun namanya sosialisasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak dalam jumlah yang banyak.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi sosialisasi yang dilaksanakan oleh UPZ KUA Kecamatan Batulappa dengan bentuk sosialisasi komunikasi publik dilakukan pada sosialisasi rutin tahunan dan pembinaan agama, melalui penyuluh

⁹⁶ Rizki Rizki Al'amri Ramadhan, "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Mempromosikan Destinasi Objek Wisata Daerah Kabupaten Kampar" (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024).

agama Islam KUA, pelibatan tokoh agama, dan pemanfaatan perayaan kebudayaan-agama.

Strategi sosialisasi melalui sosialisasi rutin tahunan adalah bentuk sosialisasi komunikasi publik, sebab dalam implementasinya, sosialisasi disampaikan kepada masyarakat dalam jumlah banyak, untuk kebutuhan publik. Strategi ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi zakat oleh UPZ KUA dilaksanakan secara terorganisir, ditandai dengan adanya undangan resmi kepada peserta sosialisasi. Hal ini mengindikasikan bahwa sosialisasi tidak bersifat sporadis melainkan agenda yang dirancang dengan persiapan yang matang, termasuk dalam aspek administratif. Adanya undangan ini juga mencerminkan bahwa kegiatan sosialisasi bersifat terbuka namun juga selektif. Peserta yang diundang merupakan orang-orang yang dianggap strategis dan berpengaruh. Hal ini menjadi penting dikarenakan peran dan kepentingan peserta dinilai memiliki kapasitas untuk menyampaikan ulang informasi zakat di lingkungannya, sehingga menjadi perpanjangan tangan dalam menyampaikan pesan zakat kepada masyarakat luas.

UPZ KUA Batulappa menyelenggarakan sosialisasi zakat melalui kegiatan yang terstruktur seperti seminar dan undangan resmi kepada tokoh masyarakat. Dalam perspektif teori komunikasi publik, kegiatan ini mencerminkan bentuk komunikasi formal yang dirancang untuk menjangkau masyarakat secara luas. Hal ini juga menunjukkan adanya kesadaran kelembagaan terhadap pentingnya komunikasi terencana dalam meningkatkan kesadaran zakat.

Komunikasi terencana adalah proses komunikasi yang didesain secara sistematis dan strategis untuk mencapai tujuan tertentu agar pesan yang

disampaikan tepat sasaran, sesuai tujuan dan efektif untuk mempengaruhi penerima pesan. Hal ini sesuai dengan teori *Strategic planned communication* atau strategi komunikasi terencana dari Hallahan dkk., yang menjelaskan bahwa komunikasi terencana adalah bentuk komunikasi strategis yang mencakup perencanaan yang matang, penetapan tujuan komunikasi, penyesuaian pesan dan saluran komunikasi dengan target audiensi, serta evaluasi untuk mengukur dampak.⁹⁷ Hal ini berarti komunikasi terencana dalam sosialisasi zakat mal merupakan bentuk komunikasi yang melewati serangkaian tahapan secara strategis, tersistematis, dan terstruktur serta akan berdampak positif terhadap pencapaian sasaran yang efektif dalam meningkatkan kesadaran partisipasi masyarakat membayar zakat.

Berdasarkan hal tersebut, dalam konteks komunikasi publik yang berorientasi pada model komunikasi terencana perlu memperhatikan beberapa indikator utama yang termuat di dalam proses sosialisasi untuk membuka peluang keberhasilan sosialisasi yang lebih besar, di antaranya perlu menetapkan tujuan yang jelas, khalayak yang ditargetkan, pesan yang dirancang, media atau saluran komunikasi yang dipilih, komunikator yang tepat serta evaluasi dan umpan balik dari penerima pesan secara berkala. Dengan memperhatikan indikator-indikator tersebut dan menjadikannya sebagai pedoman dalam pelaksanaan sosialisasi, maka lembaga atau organisasi telah melakukan bentuk komunikasi terencana.

Penelitian yang dilakukan Wadzifatul Jannah dengan judul skripsi “Strategi Komunikasi BAZNAS Kabupaten Jombang dalam Menyosialisasikan Zakat” pada

⁹⁷ Savitry Ika Prasetyaningrum and Lisa Mardiana, “Analisis Komunikasi Strategis PT Pertamina Patra Niaga RJBT Dalam Mengelola Brand Image Pada Instagram,” *MEDIASI Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi* 6, no. 2 (2025): 197–212.

tahun 2024.⁹⁸ Jannah mengidentifikasi bahwa terdapat dampak positif dari komunikasi terencana yang dilakukan melalui tahap identifikasi target khalayak, penetapan tujuan, pemuatan pesan, pengukuran komitmen, pemilihan saluran atau media, pembuatan rencana komunikasi dan mengukur hasil evaluasi perubahan berpengaruh dalam peningkatan kepercayaan masyarakat dan pertumbuhan jumlah muzakki. Adanya strategi komunikasi untuk mempermudah melakukan langkah-langkah dalam mensosialisasikan zakat agar lebih terorganisir.

Penelitian di atas merupakan jenis penelitian lapangan dengan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji model komunikasi Laswell terkait komunikator, pesan, saluran, penerima dan efek dalam proses sosialisasi yang dilakukan oleh BAZNAS Jombang. Wadzrifatul Jannah memperoleh data penelitian melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Terdapat perbedaan dalam bentuk pendekatan yang dilakukan oleh peneliti di atas dengan peneliti ini yaitu peneliti terdahulu yang cenderung berfokus pada analisis di sektor internal lembaga atau perusahaan semata. Sementara itu, peneliti ini menggunakan pendekatan yang komprehensif melalui teknik triangulasi sumber dan metode, sehingga informasi yang diperoleh tidak hanya berasal dari informan internal, tetapi juga mencakup perspektif eksternal dalam hal ini adalah muzakki, untuk menilai dan mengidentifikasi unsur penerimaan sosialisasi secara meluas sehingga menjadi pembanding bagi penulis serta data yang dikumpulkan bersifat lebih luas dan representatif terhadap fenomena yang diteliti.

Selain itu, sosialisasi dengan melibatkan penyuluh agama Islam juga termasuk bentuk sosialisasi komunikasi publik, sebab materi disampaikan dengan

⁹⁸ Wadzrifatul Janah, "Strategi Komunikasi BAZNAS Kabupaten Jombang Dalam Menyosialisasikan Zakat" (IAIN Ponorogo, 2024).

melibatkan masyarakat (*audiens*) dalam jumlah yang banyak. Tokoh agama dan aparat desa juga memainkan peran dalam melaksanakan sosialisasi komunikasi publik melalui aktivitasnya mengingatkan masyarakat membayar zakat yang disampaikan melalui mesjid desa. Peluang untuk melakukan sosialisasi komunikasi publik juga dimanfaatkan melalui perayaan hari besar Islam dan kebudayaan lokal. Keterlibatan penyuluh agama Islam dalam sosialisasi zakat kepada masyarakat menunjukkan pemanfaatan unsur internal kelembagaan dan pemanfaatan sumber daya amil yang profesional.

3) Sosialisasi komunikasi massa

Sosialisasi komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesan komunikasi dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui suatu media cetak atau elektronik yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, spanduk, dan lain sebagainya. Komunikasi massa adalah komunikasi yang bersifat media, publik, cepat, praktis serta memungkinkan mampu menjangkau semua kalangan secara efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil penelitian, UPZ KUA Kecamatan Batulappa hingga kini belum menerapkan bentuk sosialisasi massa kepada masyarakat, dan masih berfokus dalam penerapan bentuk sosialisasi komunikasi *interpersonal* melalui tokoh agama dan sosialisasi komunikasi publik melalui sosialisasi rutin dan pembinaan agama, penyuluh agama Islam, dan pemanfaatan perayaan agama dan kebudayaan lokal.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa bentuk strategi UPZ KUA Kecamatan Batulappa dalam mensosialisasikan zakat mal yaitu sosialisasi

rutin tahunan dan pembinaan agama, sosialisasi melalui penyuluh agama Islam, kerja sama dengan tokoh agama dan aparat desa serta pemanfaatan perayaan hari besar Islam dan kebudayaan lokal. Melihat dari bentuk pelaksanaan sosialisasi, UPZ KUA hanya melakukan bentuk sosialisasi komunikasi *interpersonal* melalui peran tokoh agama, serta sosialisasi komunikasi publik dan hingga kini UPZ KUA Kecamatan Batulappa belum menerapkan bentuk sosialisasi komunikasi massa untuk menyebarkan pesan dan literasi zakat mal.

Menurut Harold D. Lasswell, terdapat lima unsur yang membentuk dan membangun pola komunikasi dalam sosialisasi, yakni komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.⁹⁹ Berikut penjelasan terkait lima indikator tersebut.

1) Komunikator

Komunikator adalah sumber sosialisasi atau orang yang menyampaikan pesan dan melaksanakan interaksi dengan orang yang akan diberi pengaruh. Hal ini perlu diperhatikan sebab seorang komunikator berfungsi sebagai pelaku utama dalam proses transfer informasi, meliputi keterampilan berkomunikasi, sikap terhadap diri sendiri, sikap terhadap materi, sikap terhadap *partner* atau pelaku yang lain, pengetahuan, media komunikasi, metode pendekatan (perorangan, kelompok, massal), informasi dan pengetahuan antara semua pihak yang terlibat dalam komunikasi, dan sistem sosial budaya.

Berdasarkan hasil penelitian, komunikator zakat di Kecamatan Batulappa berasal dari BAZNAS, Ketua dan Penyuluh Agama Islam KUA, serta tokoh agama Kecamatan Batulappa. Sumber sosialisasi ini bertugas untuk menyampaikan materi sosialisasi dengan metode dan pendekatan yang dibangun dalam rangka

⁹⁹ Yetty Oktarina and Yudi Abdullah, *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik* (Deepublish, 2017).

mengenalkan, memberi paham, hingga memasyarakatkan nilai pesan menjadi suatu praktik sosial yang nyata. Komunikator atau sumber sosialisasi harus memiliki kredibilitas dan pengetahuan atau literasi zakat yang mendalam. Melihat dari sumber-sumber sosialisasi yang terlibat, penulis menyimpulkan selain harus memiliki kredibilitas dan pengetahuan yang relevan terkait literasi zakat, sumber sosialisasi atau seorang komunikator juga harus mampu membangun kepercayaan masyarakat melalui pendekatan sosial. Penulis menyimpulkan strategi sosialisasi yang dilakukan oleh UPZ KUA dengan melibatkan sumber-sumber terpercaya dan tokoh-tokoh yang dikenal dan berpengaruh di masyarakat, adalah salah satu strategi yang efektif untuk mensosialisasikan zakat.

Berdasarkan hasil penelitian, UPZ KUA kecamatan Batulappa melibatkan para komunikator-komunikator terpercaya seperti BAZNAS, Penyuluh agama Islam dan tokoh agama untuk mensosialisasikan zakat mal kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya pola *public relation* yang terjalin dalam UPZ KUA Kecamatan Batulappa untuk memfasilitasi proses penyebaran literasi zakat dengan terkoordinasinya struktural internal maupun dukungan eksternal.

Konsep *public relation* dalam konteks sosialisasi zakat adalah strategi komunikasi yang dilakukan lembaga untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban zakat, membangun citra positif lembaga zakat agar dipercaya, meningkatkan partisipasi masyarakat sebagai muzakki, dan membangun serta menjaga hubungan baik dengan publik, pemerintah, media, tokoh agama dan *stakeholder* lainnya. Artinya, konsep *public relation* dalam konteks sosialisasi zakat adalah hubungan kelembagaan yang dibangun dengan lembaga lain atau komunitas yang sejalan dengan kelembagaan, yang menciptakan tatanan kerja sama yang positif

dan bersinergi.

Menurut Lasswell posisi komunikator dalam masyarakat memiliki peran yang krusial terhadap keberhasilan sosialisasi. Kredibilitas, keahlian, latar belakang sosial, serta hubungan komunikator dengan khalayak menjadi sangat menentukan pencapaian efek sosial yang tinggi pada penerima pesan. Seorang komunikator yang memiliki reputasi baik, dihormati oleh masyarakat, dan dianggap berkompeten dalam bidangnya akan lebih mudah diterima pesannya. Hal ini menunjukkan bahwa efek atau dampak dari proses sosialisasi sangat erat kaitannya dengan persepsi masyarakat terhadap komunikator.

2) Pesan

Pesan yaitu informasi yang disampaikan komunikator dalam komunikasi. Pesan merupakan materi komunikasi yang menjadi bahan utama komunikasi yang menghubungkan dua orang atau lebih hingga terjadi penyamaan makna. Pesan atau materi yang hendak disampaikan haruslah dalam keadaan utuh dan lengkap serta isi pesan tersebut merupakan hal yang dapat dipercaya atau rasional.

Berdasarkan hasil penelitian, pesan atau materi dalam sosialisasi zakat UPZ KUA, materi yang disampaikan adalah materi-materi yang berkaitan dengan kebutuhan sosialisasi seperti materi zakat, evaluasi ZIS, ketentuan pembayaran, asnaf, dan alur penyaluran zakat. Materi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dalam bentuk ceramah, seminar, dan diperdalam melalui dialog interaktif antara pemateri dengan audiens.

3) Media

Media atau saluran, merupakan alat-alat yang menjadi perantara komunikasi dua orang atau lebih yang mampu menjadikan proses komunikasi lebih mudah dan

cepat untuk dijangkau oleh orang lain maupun khalayak. Media komunikator dapat berupa media cetak, media visual, media audio, atau gabungan keduanya. Dalam hal ini yang harus diperhatikan kesesuaian dengan kebutuhan dan kepentingan semua pelaku, sesuai dengan metode yang digunakan, memungkinkan dikuasai oleh komunikan dan sebagainya.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan pelaksanaan strategi sosialisasi zakat oleh UPZ KUA belum memiliki media interaktif yang variatif untuk menjangkau masyarakat secara luas. Media yang digunakan dalam sosialisasi hanya berupa media lisan dalam forum keagamaan di KUA, di mesjid, dan forum kebudayaan lokal. Sehingga peluang efektivitas sosialisasi dalam masyarakat masih belum maksimal, sebab tidak ada inovasi media yang digunakan untuk membantu menyebarkan pesan atau informasi zakat secara efisien dan mampu menjangkau masyarakat secara luas.

Berdasarkan bentuknya, bentuk strategi sosialisasi oleh UPZ KUA hanya berbentuk sosialisasi komunikasi publik, sedangkan sosialisasi komunikasi *interpersonal* pun hanya diperankan oleh tokoh agama dalam membantu pembayaran zakat agar sesuai dengan ketentuan pembayaran zakat.

Errika Dwi Setya Watie, dalam penelitiannya menyebutkan inovasi sosialisasi dengan menggunakan media sosial dapat menciptakan bentuk sosialisasi komunikasi *interpersonal* dan massa dalam waktu yang bersamaan. Hal ini dapat menjadi inovasi media dalam strategi sosialisasi, sebab media sosial merupakan inovasi yang dapat membuat sosialisasi lebih cepat, lebih luas, dan tidak terbatas oleh ruang dan

¹⁰⁰ Rina Juwita et al., *Teori-Teori Komunikasi*, 2024.

waktu.¹⁰¹ Menurut Paulo Freire, inovasi dalam sosialisasi adalah mengganti sistem komunikasi satu arah menjadi lebih interaktif. Proses sosialisasi dengan model interaktif akan berpengaruh menciptakan daya tarik sosialisasi sebab masyarakat dilibatkan secara langsung.¹⁰² Inovasi dalam sosialisasi menjadi penting untuk mendapatkan respon yang variatif dan lebih terbuka bagi khalayak maupun individu. Inovasi menjadi salah satu bentuk kemajuan progresif strategi yang mencerminkan upaya maksimal untuk hasil yang maksimal, sebab strategi yang bersifat konsertif justru akan menjadikan laju perkembangan organisasi stagnan di tempat. Pemanfaatan media dalam sosialisasi menjadi salah satu upaya besar untuk meningkatkan *value*, meningkatkan perhatian publik dan mendapatkan *respond* aktif masyarakat.

4) Komunikan

Komunikan yaitu pihak yang menerima pesan dalam proses komunikasi. Komunikan dapat berupa individu, kelompok, atau publik. Komunikan dalam sosialisasi zakat mal adalah masyarakat Kecamatan Batulappa yang memerlukan edukasi dan kebutuhan literasi zakat sehingga ketentuan-ketentuan terkait zakat lebih dikenal.

Dalam proses sosialisasi, komunikasi dikatakan efektif apabila terjalinnya hubungan yang komunikatif dan interaktif antara komunikator dengan komunikan. Berdasarkan hasil penelitian, proses sosialisasi yang dilakukan dalam seminar dan ceramah dapat bersifat komunikatif melalui proses tanya jawab yang diterapkan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amiruddin dengan judul penelitian

¹⁰¹ Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2011): 69–74.

¹⁰² Karmila Muchtar, "Penerapan Komunikasi Partisipatif Pada Pembangunan Di Indonesia," *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya* 1, no. 1 (2016): 20–32.

“Transformasi Pesan Dakwah Sebagai Strategi Public Relation Penyelenggaraan Zakat Dan Wakaf Di Kantor Kemenag Kabupaten Enrekang” pada tahun 2024.¹⁰³ Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa *public relation* adalah hubungan yang dibangun antara lembaga dengan masyarakat melalui proses interaksi sehingga memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan opini mereka dan selanjutnya ditanggapi oleh komunikator secara langsung sehingga hal ini membantu meningkatkan relasi komunikasi yang dapat menguntungkan semua pihak. Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan sosialisasi zakat mal belum dilakukan secara merata. Dalam suatu forum sosialisasi zakat tahunan rutin misalnya, yang menunjukkan bahwa forum sosialisasi zakat di KUA memiliki keterbatasan akses informasi dan muatan peserta sosialisasi yang tidak menyeluruh atau terbatasnya keterlibatan masyarakat umum terutama dari kelompok petani, sedangkan kelompok ASN atau pegawai lokal mengaku selalu menerima undangan dan mengikuti sosialisasi.

Sosialisasi perlu dilakukan secara merata, untuk memperluas peluang keberhasilan sosialisasi. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyimpulkan strategi sosialisasi zakat masih belum efektif dikarenakan terdapat kebutuhan sosialisasi masih belum terpenuhi dalam sebagian masyarakat, sedangkan bentuk sosialisasi zakat yang ditemui secara umum melalui ceramah agama yang berisikan repetisi materi dan kurang diperhatikan oleh beberapa golongan.

5) Efek

Efek yaitu dampak atau perubahan yang terjadi pada penerima pesan (komunikan) setelah menerima pesan dari komunikator. Efek sosialisasi menurut

¹⁰³ Amiruddin Amiruddin, “Transformasi Pesan Dakwah Sebagai Strategi Public Relation Penyelenggaraan Zakat Dan Wakaf Di Kantor Kemenag Kabupaten Enrekang” (IAIN ParePare, 2024).

Lasswell terdiri dari tiga hal, yakni: efek kognitif berupa perubahan pengetahuan baru, bersifat afektif berupa perubahan emosi atau sikap, bersifat konatif berupa perubahan perilaku dan tindakan.¹⁰⁴

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan efek sosialisasi zakat yang dilakukan dalam masyarakat cukup tinggi sebab terdapat bentuk perubahan perilaku dalam sebagian masyarakat dari ketidaktahuan tentang nisab dan kadar zakat, hingga membentuk perilaku mandiri muzakki untuk menghitung zakat. Namun efek sosialisasi masih belum maksimal, sebab kendala utama sosialisasi zakat sebagaimana disampaikan oleh Ketua UPZ KUA adalah minimnya kesadaran atau minat membayar zakat pada sebagian masyarakat, meskipun sosialisasi telah sering kali dilakukan dan dalam porsi yang rutin. Hal ini menunjukkan efek sosialisasi yang belum maksimal, sehingga diperlukan sebuah inovasi dan pendekatan baru dalam sosialisasi.

Inovasi dalam sosialisasi merujuk pada cara-cara baru, kreatif, dan adaptif yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi agar lebih efektif, menarik, dan menjangkau lebih banyak orang. Efek sosialisasi adalah apabila tercapainya tujuan dalam proses sosialisasi yaitu untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat dalam menunaikan kewajiban zakat secara benar dan teratur. Pelibatan partisipasi masyarakat dalam menunaikan kewajiban berzakat merupakan efek puncak yang menunjukkan keberhasilan program sosialisasi. Inovasi dalam sosialisasi menjadi penting dan perlu untuk diperhitungkan demi keberlanjutan program dan pengaruh jangka panjang.

¹⁰⁴ Yuliana Yuliana, Abd Majid, and Muhammad Ilham, "Model Komunikasi Pada Penyuluhan Pertanian Berbasis Coomunity Development (Studi Lapangan Di Dinas Pertanian Daerah Kabupaten Jeneponto)," *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 1, no. 4 (2020).

2. Peluang dan tantangan UPZ KUA dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang

a. Peluang UPZ KUA dalam mensosialisasikan zakat mal

1) Dukungan aktif dari BAZNAS Kabupaten

Badan Amil Zakat Nasional yang selanjutnya disingkat BAZNAS merupakan lembaga pusat di atas UPZ dan berfungsi sebagai koordinator, regulator, sekaligus monitor terhadap setiap pelaksanaan program zakat yang dilaksanakan. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam peraturan BAZNAS No. 02 Tahun 2016 yang menyebutkan secara eksplisit bahwa kedudukan BAZNAS sebagai akar terbentuknya UPZ dan untuk itu pengurus UPZ berhak memperoleh pendampingan dan pelatihan dari BAZNAS.¹⁰⁵ BAZNAS sebagai otoritas utama juga berperan sentral dalam membina, mengarahkan dan mengawasi kinerja UPZ dalam pelaksanaan tugasnya di tingkat kecamatan hingga desa.

Berdasarkan hasil penelitian, salah satu peluang terbesar yang dimanfaatkan UPZ dalam melakukan sosialisasi zakat mal kepada masyarakat Kecamatan Batulappa adalah dukungan dan keterlibatan aktif dari BAZNAS Kabupaten Pinrang dalam memberikan materi pembinaan keagamaan kepada pegawai syara' serta masyarakat luas, serta pembinaan khusus kepada pengurus UPZ Kantor Urusan Agama. Pemberian celengan kaleng oleh BAZNAS kepada UPZ juga merupakan bentuk dukungan dalam penyediaan sarana prasarana pengumpulan zakat yang ditujukan kepada penyuluh agama Islam KUA dalam melakukan penyuluhan zakat di beberapa tempat untuk mempermudah masyarakat dalam menyalurkan zakat, infak

¹⁰⁵ Perbaznas/02/2016, "Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Dan Tata Kerja Unit Pengumpul Zakat," *Journal of Chemical Information and Modeling* 01, no. 01 (2016): 1689–99.

dan sedekah secara rutin melalui media yang sederhana namun efektif.. Keterlibatan aktif dari BAZNAS dalam memberikan pembinaan kepada pengurus UPZ serta bertindak secara proaktif terhadap kegiatan pengelolaan zakat UPZ merupakan representasi dari kedudukan, tugas dan fungsi BAZNAS terhadap perkembangan dan kinerja Unit Pengumpul Zakat.

Peranan BAZNAS dalam mendukung sosialisasi zakat mal pada UPZ KUA menunjukkan esensi komunikator dalam penyebaran literasi zakat. BAZNAS tidak hanya bertindak sebagai regulator, tetapi inisiator komunikasi yang menjembatani pemahaman masyarakat terhadap kewajiban zakat melalui pemberian materi dan edukasi zakat untuk membentuk literasi, mengubah sikap dan mendorong tindakan membayar zakat melalui pesan-pesan yang terstruktur. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi yang menyatakan bahwa keberhasilan penyampaian pesan sangat ditentukan oleh kredibilitas dan otoritas komunikator.

Hal ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan Ansar Khalid dengan judul penelitian “Strategi UPZ Kecamatan Lembang dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang” tahun 2021.¹⁰⁶ Hasil penelitiannya menunjukkan UPZ aktif dalam pembinaan yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten untuk meningkatkan profesionalisme pengurus Unit Pengumpul Zakat di tingkat desa. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan UPZ dalam melakukan sosialisasi zakat tidak terlepas dari dukungan aktif BAZNAS Kabupaten, khususnya melalui kegiatan pembinaan keagamaan, peningkatan kapasitas, serta pendampingan dalam pelaksanaan program-program pengumpulan dan edukasi zakat. Peran pembinaan ini tidak hanya memperkuat pemahaman

¹⁰⁶ Khalid, “Strategi UPZ Kecamatan Lembang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang.”

pengurus UPZ tentang konsep zakat, tetapi juga membentuk kemampuan komunikasi dan strategi untuk menyampaikan pesan zakat secara efektif dan berkelanjutan.

Namun, penelitian yang dilakukan oleh Ansar Khalid tidak menguraikan keterlibatan aktif dalam mengadakan pembinaan keagamaan kepada masyarakat juga keterlibatan berupa dukungan material praktis dengan menginisiasi penyebaran celengan kaleng sehingga membantu menciptakan peluang yang lebih besar dalam menghimpun zakat di tingkat desa. Sehingga penelitian ini lebih jauh menguraikan keterlibatan aktif BAZNAS sebagai media terbesar yang dimanfaatkan UPZ KUA untuk menyebarkan literasi zakat bagi masyarakat kecamatan Batulappa dengan pendekatan teori komunikasi dalam sosialisasi zakat yang dilakukan.

2) Kepercayaan terhadap Tokoh Agama dan Aparat desa

Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam membangun komunikasi yang efektif, terutama dalam kegiatan sosial keagamaan seperti sosialisasi zakat. Dalam konteks lokal, tokoh agama dan aparat desa memegang peranan penting sebagai jembatan antara lembaga zakat (UPZ/BAZNAS) dan masyarakat. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keduanya sangat menentukan berhasil atau tidaknya pesan-pesan zakat disampaikan dan diterima.

Tokoh agama seperti imam masjid, ustaz, dan penyuluh agama memiliki legitimasi moral dan spiritual yang tinggi di mata masyarakat. Ketika pesan zakat disampaikan oleh mereka, masyarakat cenderung lebih menerima, karena merasa pesan tersebut memiliki dasar agama yang kuat dan berasal dari figur yang mereka hormati. Kepercayaan ini dibangun dari kedekatan emosional, kedalaman ilmu keagamaan, dan konsistensi peran mereka dalam membimbing masyarakat secara rutin.

Sementara itu, aparat desa seperti kepala desa, lurah, dan RT/RW mempunyai posisi strategis dalam struktur sosial dan birokrasi masyarakat. Mereka dianggap sebagai figur otoritatif yang memahami kebutuhan warganya dan mampu menjelaskan kebijakan dari atas dengan bahasa yang sederhana dan kontekstual. Kolaborasi antara UPZ dengan aparat desa memperkuat legitimasi program zakat, karena masyarakat melihat bahwa zakat bukan hanya urusan agama, tetapi juga program sosial yang didukung oleh pemerintah lokal.

Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Adam Djordan dengan judul “Peran Amil Zakat dalam meningkatkan kepedulian sosial masyarakat (studi kasus desa Barugariattang Kecamatan Bulukumba Kabupaten Bulukumba)” tahun 2024.¹⁰⁷ Hasil penelitian memperlihatkan bahwa imam desa dan imam dusun diangkat sebagai amil zakat tradisional, yang aktif menyosialisasikan zakat melalui ceramah lokal dan pengalokasian bantuan sosial. Namun, penelitian mengidentifikasi bahwa sinergi antara imam dan aparat desa masih belum optimal karena keterbatasan pemahaman masyarakat dan pengelolaan kelembagaan yang belum memadai. Sinergi yang ditingkatkan antara figur spiritual dan aparat desa mampu menguatkan legitimasi dan efektivitas penyuluhan zakat.

Sementara penelitian ini menemukan hubungan antara UPZ KUA dengan imam desa serta aparat desa yang cukup harmonis dan terstruktur, khususnya dalam mendukung kegiatan sosialisasi zakat mal oleh UPZ KUA. Hal ini ditandai dengan aparat desa dan tokoh agama yang secara aktif menyediakan forum sosial keagamaan dan kebudayaan lokal di tingkat dusun dan mengundang UPZ KUA untuk melakukan

¹⁰⁷ Adam Djordan Adam, “Peran Amil Zakat Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat (Studi Kasus Desa Barugariattang Kecamatan Bulukumba Kabupaten Bulukumba),” *At Tawazun Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2024).

sosialisasi. Hasil penelitian juga menunjukkan keterlibatan imam desa sebagai pengurus UPZ KUA menjadi faktor kunci keberhasilan sosialisasi zakat. Peran ganda sebagai tokoh agama dan pengurus UPZ, imam desa memiliki akses langsung untuk mempengaruhi kesadaran dan perilaku keagamaan masyarakat khususnya dalam hal kewajiban menunaikan zakat mal. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keterlibatan langsung imam desa dalam struktur UPZ KUA, serta dukungan dari aparat desa menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap zakat mal.

3) Budaya Religius Masyarakat

Budaya religius merupakan bagian dari sistem nilai sosial yang mengakar dalam kehidupan masyarakat, terutama di wilayah-wilayah pedesaan dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Budaya ini tercermin dalam berbagai aktivitas keagamaan seperti rutinitas menghadiri majelis taklim, mendengarkan khutbah Jumat, merayakan hari-hari besar Islam, serta menjunjung tinggi prinsip-prinsip berbagi dan tolong-menolong. Dalam konteks sosialisasi zakat, budaya religius menjadi faktor internal yang mendukung keberhasilan pesan-pesan zakat yang disampaikan oleh Unit Pengumpul Zakat (UPZ).

Penelitian yang dilakukan oleh Ansar Khalid di Kelurahan Tadokkong, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, menunjukkan bahwa UPZ secara aktif memanfaatkan kegiatan keagamaan seperti pengajian dan khutbah Jumat sebagai media sosialisasi zakat. Kegiatan-kegiatan ini efektif karena masyarakat memiliki budaya religius yang kuat dan menganggap tempat ibadah serta majelis taklim sebagai sumber utama ilmu agama dan arahan sosial.

Lebih lanjut, dalam masyarakat yang memiliki budaya religius kuat, muncul pula kecenderungan meniru perilaku baik dari sesama anggota komunitas. Ketika seorang tokoh agama atau warga mulai menunaikan zakat melalui UPZ, maka perilaku tersebut cenderung diikuti oleh yang lain. Hal ini memperkuat konsep bahwa budaya religius tidak hanya mendorong kepatuhan secara individual terhadap ajaran Islam, tetapi juga menciptakan efek kolektif dalam meningkatkan partisipasi zakat secara lebih luas.

Dengan demikian, budaya religius masyarakat menjadi landasan penting bagi keberhasilan sosialisasi zakat. Bagi UPZ, memahami dan memanfaatkan budaya ini merupakan strategi yang sangat relevan dan efektif untuk memperluas jangkauan dakwah zakat serta memperkuat legitimasi lembaga zakat di tingkat lokal.

4) Ketersediaan forum sosial keagamaan dan kebudayaan lokal

Ketersediaan forum sosial keagamaan dan kebudayaan lokal menjadi peluang strategis yang dapat dimanfaatkan oleh UPZ KUA dalam menyosialisasikan zakat kepada masyarakat. Forum-forum seperti pengajian rutin, yasinan, majelis taklim, peringatan hari besar Islam, hingga kegiatan budaya lokal seperti pesta panen atau musyawarah desa, merupakan ruang sosial yang telah terbentuk secara kultural dan religius dalam masyarakat. Dalam konteks komunikasi partisipatif, forum-forum ini menciptakan ruang interaksi yang egaliter, di mana pesan-pesan keagamaan seperti kewajiban zakat dapat disampaikan secara persuasif dan diterima dengan lebih terbuka oleh masyarakat. Selain itu, berdasarkan teori Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers, penyampaian pesan melalui saluran komunikasi yang dianggap “sejalan” dengan nilai dan kebiasaan komunitas akan mempercepat proses penerimaan informasi serta mempermudah adopsi perilaku baru, termasuk dalam hal pembayaran

zakat.¹⁰⁸

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan forum keagamaan dan budaya lokal oleh UPZ telah memberikan hasil yang signifikan dalam mendukung sosialisasi zakat. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Shuhufi dan Fatmawati dengan judul “Penguatan peran Unit Pengumpul Zakat (UPZ) berbasis mesjid di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan” tahun 2024 yang menyatakan bahwa penguatan peran UPZ berbasis masjid yang dilakukan oleh BAZNAS melalui kegiatan penyuluhan dan ceramah di forum-forum keagamaan terbukti efektif meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat.¹⁰⁹ Demikian pula penelitian Jumardi, Wahid, dan Irawan dengan judul “Analisis peran unit pengelola zakat berbasis desa sebagai sarana pemberdayaan ekonomi umat” tahun 2023 di Kabupaten Sinjai menunjukkan bahwa UPZ desa berhasil meningkatkan penghimpunan zakat dengan memanfaatkan kegiatan sosial-keagamaan di tingkat desa, termasuk melalui musyawarah adat dan kegiatan keagamaan berbasis masyarakat.¹¹⁰ Penelitian-penelitian ini membuktikan bahwa kehadiran forum lokal yang kuat secara sosial dan kultural menjadi sarana yang tepat bagi UPZ untuk menyisipkan pesan zakat tanpa menimbulkan resistensi dari masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa forum sosial keagamaan dan kebudayaan lokal bukan hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi

¹⁰⁸ Ebit Eko Bachtiar, “Komunikasi Persuasif Penyuluh Pertanian Dalam Penggunaan Media Internet Untuk Mempercepat Diseminasi Informasi Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Di Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo= Persuasive Communication Of Agricultural Extension Workers In The Use O” *Thesis thesis* (Universitas Hasanuddin, 2024).

¹⁰⁹ Muhammad Shuhufi and Fatmawati “Penguatan Peran Unit Pengumpul Zakat (Upz) Berbasis Masjid Di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan,” *ISTIQRA: Jurnal Hasil Penelitian*, 2023.

¹¹⁰ Heri Irawan and Srianti Permata, “Analisis Peran Unit Pengelola Zakat Berbasis Desa Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Ummat,” *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. 2 (2023): 180–98.

medium legitimasi sosial dan agama bagi UPZ KUA. Pendekatan yang berbasis pada forum sosial yang sudah ada ini menjadikan kegiatan sosialisasi zakat lebih efektif, efisien, dan diterima secara luas. UPZ KUA tidak perlu membangun forum baru, tetapi cukup memanfaatkan ruang yang telah tersedia dan diterima masyarakat. Oleh karena itu, keberadaan forum sosial dan budaya lokal merupakan peluang besar yang harus dioptimalkan dalam strategi komunikasi zakat di tingkat desa atau kecamatan.

b. Tantangan UPZ KUA dalam mensosialisasikan zakat mal

1) Minimnya minat membayar zakat mal

Minimnya minat masyarakat dalam menunaikan zakat mal melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ), khususnya UPZ KUA, menjadi tantangan signifikan dalam upaya optimalisasi penghimpunan zakat. Meski masyarakat secara umum memiliki tingkat religiositas yang tinggi, kesadaran tersebut belum sepenuhnya terimplementasi dalam praktik berzakat, khususnya zakat harta atau zakat mal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran keagamaan dengan praktik pengamalan zakat secara formal melalui lembaga resmi.

Salah satu penyebab utama rendahnya minat membayar zakat mal adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai jenis zakat, perhitungannya, dan mekanisme distribusinya. Banyak masyarakat masih beranggapan bahwa zakat hanya terbatas pada zakat fitrah yang dikeluarkan setiap bulan Ramadan, sementara kewajiban zakat mal belum sepenuhnya diketahui atau diyakini. Dalam konteks ini, tingkat literasi zakat yang rendah menjadi kendala serius dalam pelaksanaan sosialisasi oleh UPZ KUA.

Fenomena rendahnya partisipasi masyarakat dalam membayar zakat mal tidak terlepas dari masih minimnya pemahaman masyarakat terhadap ketentuan zakat yang

benar menurut syariat, serta adanya persepsi bahwa menyalurkan zakat secara langsung kepada fakir miskin sudah cukup dan sah. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rizka Amaliah dkk. tahun 2022 dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menunaikan Zakat Mal di BAZNAS Kabupaten Barru”.¹¹¹ Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kurangnya literasi zakat di tengah masyarakat menjadi tantangan utama dalam peningkatan partisipasi zakat mal. Sebagian besar masyarakat belum memahami konsep nisab, haul, serta urgensi penyaluran zakat melalui lembaga resmi seperti UPZ atau BAZNAS. Bahkan, terdapat kecenderungan masyarakat lebih memilih memberikan zakat secara langsung kepada mustahik, dengan alasan lebih praktis dan dinilai lebih tepat sasaran. Hal ini menunjukkan bahwa selain aspek sosial, pemahaman teologis dan hukum fikih juga belum sepenuhnya terinternalisasi dalam praktik zakat masyarakat. Berbeda dengan temuan dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa ketidaktahuan masyarakat tidak hanya disebabkan oleh minimnya literasi zakat, tetapi juga karena belum optimalnya sosialisasi dari pihak UPZ, serta kurangnya pemanfaatan media informasi dan tokoh agama sebagai agen perubahan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kesadaran zakat membutuhkan pendekatan yang lebih strategis dan kontekstual, baik melalui edukasi keagamaan yang berkelanjutan maupun penguatan peran kelembagaan UPZ dalam menyampaikan informasi zakat secara sistematis dan dapat diakses oleh semua kalangan.

¹¹¹ Rizka Amaliah, Nurfiah Anwar, and Muhammad Nasri Khatman, “Strategi Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menunaikan Zakat Mal Di Baznas Kabupaten Barru,” *Investama: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 1 (2023): 1–12.

Begitu pula dalam penelitian Ansar Khalid tentang “Strategi UPZ Kecamatan Lembang dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang” tahun 2021.¹¹² Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan UPZ di lingkungan mereka. Khalid menyebutkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap lembaga zakat belum sepenuhnya terbentuk, sehingga masyarakat lebih memilih membayar zakat kepada tokoh agama secara personal atau langsung kepada mustahik yang dikenal.

Jika dibandingkan dengan hasil penelitian ini permasalahan yang dihadapi serupa, bahkan lebih kompleks. Masyarakat tidak hanya kurang memahami zakat mal, tetapi juga tidak merasa memiliki kewajiban untuk membayar zakat melalui lembaga, meskipun sudah memiliki harta yang melebihi nisab. Sosialisasi yang dilakukan oleh UPZ KUA pun masih terbatas dan belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama petani dan pedagang kecil yang menganggap zakat hanya berlaku untuk pengusaha besar atau orang kaya.

Minimnya minat membayar zakat mal ini menyebabkan tingkat penghimpunan zakat melalui UPZ KUA menjadi rendah. Akibatnya, program-program penyaluran zakat yang terstruktur tidak dapat berjalan maksimal karena kekurangan dana. Padahal, jika masyarakat berzakat mal secara terorganisir, maka potensi zakat dapat dimaksimalkan untuk mendukung program pemberdayaan ekonomi umat, beasiswa, bantuan produktif, dan lainnya.

Dengan demikian, tantangan ini menegaskan perlunya penguatan strategi sosialisasi zakat mal, baik melalui pendekatan edukatif yang menyasar literasi

¹¹² Khalid, “Strategi UPZ Kecamatan Lembang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang.”

masyarakat, peningkatan kepercayaan publik terhadap lembaga zakat, maupun kolaborasi dengan tokoh agama, aparat desa, dan forum-forum sosial keagamaan. Keberhasilan UPZ KUA sangat bergantung pada kemampuannya mengatasi tantangan persepsi, kepercayaan, dan kebiasaan masyarakat dalam berzakat, sebagaimana juga ditekankan dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

2) Kepatuhan berzakat belum otomatis

Kepatuhan berzakat merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur kesadaran dan tanggung jawab keagamaan masyarakat. Namun, di banyak daerah termasuk di wilayah kerja UPZ KUA, kepatuhan membayar zakat terutama zakat mal belum menjadi kebiasaan yang otomatis dilakukan oleh masyarakat muslim meskipun telah memenuhi syarat wajib zakat seperti kepemilikan harta yang mencapai nisab dan telah haul. Artinya, masih banyak masyarakat yang hanya menunaikan zakat jika diingatkan, didorong oleh tokoh agama, atau terlibat dalam forum keagamaan tertentu. Hal ini menjadi tantangan serius bagi UPZ KUA dalam membangun budaya zakat yang berkelanjutan dan mandiri.

Kepatuhan berzakat yang belum otomatis disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, rendahnya internalisasi nilai zakat sebagai kewajiban yang setara dengan ibadah lainnya seperti salat dan puasa. Masyarakat cenderung menganggap zakat sebagai ibadah opsional, bukan sebagai kewajiban mutlak yang harus ditunaikan ketika syaratnya terpenuhi. Kedua, sebagian masyarakat memiliki persepsi bahwa zakat cukup dilakukan dengan cara memberi bantuan kepada orang miskin di sekitar mereka tanpa harus menghitung atau menyalurkannya secara formal. Pola pikir seperti ini menghambat terbentuknya kesadaran zakat sebagai sistem sosial Islam yang terorganisir.

Penelitian Rahma Diana dalam artikel berjudul “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Muzakki dalam Membayar Zakat” tahun 2022 mengungkapkan bahwa religiusitas dan intensitas sosialisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan masyarakat dalam menunaikan zakat mal di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.¹¹³ Ini menunjukkan bahwa peningkatan keimanan dan kegiatan komunikasi tentang zakat berdampak langsung pada perilaku membayar zakat oleh masyarakat. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun seorang muslim secara ekonomi wajib zakat, ia belum tentu patuh melaksanakannya secara otomatis, kecuali ada faktor eksternal seperti motivasi tokoh agama atau lingkungan sosial yang mendukung.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Ansar Khalid di Kelurahan Tadokkong, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, yang menunjukkan bahwa kepatuhan masyarakat dalam berzakat mal masih bersifat insidental, tergantung momen-momen tertentu seperti bulan Ramadan atau saat ada peringatan hari besar Islam. Dalam praktiknya, zakat baru ditunaikan setelah adanya seruan dari imam masjid atau ajakan dari tokoh agama, bukan sebagai kewajiban yang dilaksanakan secara sadar dan rutin setiap tahun.

Jika dibandingkan dengan hasil temuan dalam penelitian ini, kondisi serupa juga terjadi. Masyarakat belum memiliki kesadaran mandiri dalam menunaikan zakat mal. Sebagian besar hanya menunaikan zakat fitrah, sedangkan zakat mal dianggap sebagai amalan yang tidak mendesak. Bahkan ada pula yang belum mengetahui batasan nisab dan haul, sehingga tidak merasa perlu untuk berzakat meskipun secara

¹¹³ Rahma Diana, “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus Di BAZNAS Kabupaten Tanjung Jabung Timur),” *Najaha Iqtishod: Journal of Islamic Economic and Finance* 3, no. 2 (2022): 59–65.

ekonomi tergolong mampu. Kepatuhan yang belum otomatis ini menjadi tantangan utama bagi UPZ KUA dalam menciptakan sistem zakat yang berkesinambungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa membangun kepatuhan berzakat yang bersifat otomatis dan berkelanjutan memerlukan kerja keras dari UPZ KUA dalam aspek edukasi, penguatan pemahaman agama, serta pengaruh sosial yang konsisten. Sosialisasi zakat tidak cukup hanya menyampaikan kewajiban zakat, tetapi harus diarahkan pada pembentukan kesadaran religius dan sosial yang mendalam agar zakat menjadi bagian dari siklus ibadah tahunan masyarakat, sebagaimana telah disarankan oleh penelitian-penelitian terdahulu.

3) Belum adanya penggunaan media digital dan cetak

Salah satu hambatan signifikan dalam efektivitas sosialisasi zakat mal oleh UPZ KUA adalah kurangnya pemanfaatan media cetak maupun digital. Penggunaan materi edukatif berupa brosur, pamflet, poster, maupun platform digital seperti media sosial dan situs web masih minim, sehingga distribusi informasi terbatas pada forum tatap muka saja seperti khutbah Jumat dan pengajian. Hal ini menyebabkan cakupan sosialisasi tidak merata, khususnya bagi mereka yang tidak rutin menghadiri kegiatan keagamaan.

Penelitian oleh Azrai Harahap dan Hasan Sazali mengenai “Peran Media Sosial dalam Mengedukasi Masyarakat tentang Zakat: Sudi Kasus Basnaz SUMUT” pada tahun 2024 menunjukkan bahwa penggunaan sosial media (Facebook, Instagram, Twitter) oleh BAZNAS Sumut terbukti efektif dalam menyebarkan informasi zakat, meningkatkan pemahaman publik, dan memperkuat dialog dua arah

antara lembaga dan masyarakat.¹¹⁴ Sedangkan Herman dalam studinya terhadap penggunaan media sosial oleh LAZNAS Daarut Tauhiid Peduli pada tahun 2017 menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital mampu mengumpulkan dana ZIS hingga Rp 8,44 miliar menandakan bahwa media digital tidak hanya efektif untuk edukasi tetapi juga fundraising.¹¹⁵

Temuan serupa juga dijumpai di tingkat lokal. Alifiana Rahmah dalam tesisnya berjudul “Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Literasi Zakat berdasarkan indeks literasi zakat Badan Amil Zakat Nasional Studi Kasus: Generasi Z di Kabupaten Sleman Yogyakarta” menunjukkan meski generasi muda melek internet, pemanfaatan media sosial untuk edukasi zakat masih di tingkat sedang karena konten yang disajikan cenderung pasif sebagai konsumsi informasi saja.¹¹⁶ Kondisi ini sejajar dengan hasil penelitian di Kecamatan Batulappa, UPZ KUA masih minim membuat materi digital dan cetak, sehingga kurang menjangkau generasi muda yang sebenarnya potensial dalam mendukung keberlanjutan zakat mal.

Secara teori, hal ini dijelaskan melalui Teori Komunikasi Multi-Saluran dalam komunikasi massa, yang menyatakan bahwa menyampaikan pesan melalui lebih dari satu saluran seperti pertemuan langsung dan media digital akan membuat komunikasi lebih efektif. Alasannya, kombinasi berbagai saluran dapat menjangkau lebih banyak orang dan sering mengingatkan mereka tentang pesan yang sama, sehingga peluang pesan dipahami dan direspon oleh audiens menjadi lebih besar.

¹¹⁴ Azrai Harahap and Hasan Sazali, “Peran Media Sosial Dalam Mengedukasi Masyarakat Tentang Zakat: Studi Kasus Basnaz SUMUT,” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 9 (2024): 4001–11.

¹¹⁵ Herman Herman, “Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Melalui Media Sosial,” *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2017): 171–90.

¹¹⁶ Alifiana Rahmah, “Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Berdasarkan Indeks Literasi Zakat Badan Amil Zakat Nasional (Studi Kasus: Generasi Z Di Kabupaten Sleman Yogyakarta)” (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020).

Bila dibandingkan dengan daerah lain yang telah memanfaatkan media digital secara optimal, maka kelemahan UPZ KUA di Desa Batulappa menjadi semakin jelas. Pengaplikasian media cetak dan digital dapat memperluas jangkauan sosialisasi, menumbuhkan literasi zakat di kalangan generasi muda, dan membentuk komunikasi dua arah yang lebih interaktif. Oleh karena itu, sangat penting bagi UPZ KUA untuk mengembangkan sarana komunikasi digital dan bahan cetak berkualitas, dengan strategi konten yang relevan dan mudah diakses, sebagai bagian dari inovasi pelaksanaan sosialisasi zakat mal di era modern.

Namun, pemilihan media digital dalam konteks pengelolaan zakat juga perlu untuk diperhatikan. Strategi pemilihan media digital sebagaimana dijelaskan oleh Rezki Fani menjadi sangat relevan, terutama dalam menjawab tantangan rendahnya literasi zakat di era digital. Rezki Fani menekankan pentingnya pemilihan media yang tepat berdasarkan karakteristik target *audiens*, tujuan komunikasi, dan efektivitas biaya. Hal ini dapat diadaptasi oleh lembaga zakat untuk menentukan platform yang paling efektif dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif seputar kewajiban zakat, manfaat sosial serta kemudahan penyalurannya.¹¹⁷ Misalnya, penggunaan *Instagram* dan *YouTube* efektif menjangkau generasi muda melalui konten visual dan video dakwah, sedangkan *Facebook* dan *WhatsApp* dapat digunakan untuk menjangkau masyarakat usia produktif dan dewasa yang lebih konvensional dalam mengakses informasi. Dengan demikian, pemanfaatan media digital secara strategis tidak hanya memperluas jangkauan sosialisasi zakat, tetapi juga meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan keagamaan.

¹¹⁷ Fahrina Mustafa et al., “Manajemen Pemasaran” (PT Penamuda Media, 2024).

4) Sosialisasi belum merata

Sosialisasi zakat mal oleh UPZ KUA sering kali bersifat terbatas dan tidak merata. Banyak masyarakat khususnya di daerah terpencil atau lapisan ekonomi menengah ke bawah belum tersentuh informasi edukatif mengenai kewajiban, nisab, haul, maupun tata cara penyalurannya melalui lembaga resmi. Kondisi ini bertambah kompleks karena sosialisasi umumnya dilakukan secara langsung melalui ceramah atau ajakan dari tokoh agama, yang frekuensinya rendah dan hanya menjangkau sebagian kecil konstituen warga desa.

Penelitian yang dilakukan Yon Nariawan dengan judul “Upaya Baitul Mal dalam mensosialisasikan wajib zakat di kabupaten Simeulue” tahun 2016 memperkuat kondisi ini. Hasil studi menunjukkan bahwa upaya Baitul Mal (BAZNAS versi daerah) belum maksimal dalam menyosialisasikan zakat. Faktor penyebabnya meliputi SDM yang kurang, lemahnya manajemen lembaga, serta kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dan tokoh masyarakat.¹¹⁸ Hal ini menyebabkan kesadaran masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi tetap rendah.

Penelitian serupa oleh Rahmawati Hasibuan tahun 2019 di Kecamatan Rengat Barat, Inhil, menunjukkan bahwa BAZNAS Indragiri Hulu telah menggunakan kombinasi metode sosialisasi langsung dan tidak langsung. Namun, media cetak dan digital baru terbatas ke spanduk, pamflet, dan postingan Facebook–Instagram.¹¹⁹

¹¹⁸ Yon Nariawan, “Upaya Baitul Mal Dalam Mensosialisasikan Wajib Zakat Di Kabupaten Simeulue” (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2016).

¹¹⁹ Rahmawati Hasibuan, “Sosialisasi Kewajiban Zakat Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Di Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019).

Meski membantu cakupan, kualitas isi informasi yang disajikan masih belum cukup mendalam untuk menciptakan kesiapan kognitif masyarakat.

Secara teori, fenomena ini bisa dijelaskan melalui Teori Agenda Setting dan Teori *Diffusion of Innovations*. Agenda Setting menunjukkan bahwa jika media (termasuk media sosial atau cetak) jarang menyajikan tema zakat, maka masyarakat juga tidak menjadikannya prioritas. Sementara *Diffusion of Innovations* menjelaskan bahwa massa tidak menerima perilaku baru (zakat mal formal) secara rata jika media adopsi *innovation*-nya hanya melalui saluran *interpersonal* terbatas.

Karena itu, sosialisasi zakat yang baru dilakukan lewat forum terbatas khutbah Jumat, ceramah perangkat desa membatasi penetrasi informasi. Padahal jika media cetak dan digital dimanfaatkan secara sistematis melalui brosur, selebaran, web, maupun media sosial jumlah individu yang terpapar akan bertambah, paparan pesan menjadi berulang, dan minat bertindak (menunaikan zakat) dapat meningkat secara signifikan.

5) Kurangnya ketertarikan pada metode ceramah

Meskipun ceramah masih menjadi metode utama dalam sosialisasi zakat mal, terutama oleh UPZ KUA, kenyataannya masyarakat semakin menunjukkan kurangnya minat dan keterlibatan saat materi disampaikan secara monolog. Penelitian Imam Khalid & Monica Helva Mita tahun 2023 di Nagari Sungai Tarab dalam jurnal *Semantik* menunjukkan bahwa konseling zakat pertanian dilakukan melalui dua saluran: komunikasi linier (monolog) dan interaksional (dialog dan diskusi kelompok), serta pendekatan individu, kelompok, dan massa.¹²⁰ Temuan ini

¹²⁰ Imam Khalid and Monica Helva Mita, "Communication Model in Agricultural Zakat Counseling in Nagari Sungai Tarab," *Semantik: Journal of Social, Media, Communication, and Journalism* 1, no. 2 (2024): 191–200.

menunjukkan bahwa efektivitas penyampaian pesan zakat meningkat signifikan saat audiens aktif dilibatkan, bukan hanya menjadi pendengar pasif.

Penelitian oleh Maryatin di Perumahan Mojosongo Permai, Kabupaten Boyolali, memperlihatkan kondisi ini dengan jelas. Ia menemukan bahwa metode ceramah konvensional membuat pendengar merasa pasif dan bosan, sehingga materi tidak sepenuhnya dicerna.¹²¹ Efektivitas ceramah terbatas ketika tidak didukung dengan variasi bentuk penyajian.

Fenomena ketidaktertarikan ini juga diamati dalam studi tentang hambatan metode dakwah konvensional di era modern. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada masyarakat, ditemukan bahwa jamaah apalagi kalangan tua merasa materi ceramah monoton sehingga kurang diperhatikan dan kurang relevan dengan kebutuhan mereka. Terlebih, ketika metode ceramah tidak diimbangi penyisipan diskusi atau respon langsung, daya tariknya cenderung menurun.

Perbandingan temuan di atas menekankan bahwa metode ceramah perlu divariasikan. Penelitian oleh Maryatin menunjukkan bahwa penggunaan media visual seperti LCD dan proyektor, ditambah dengan cara penyampaian yang interaktif, dapat secara signifikan meningkatkan pemahaman jamaah. Dengan metode partisipatif melibatkan tanya-jawab, diskusi kecil, dan ilustrasi visual peserta menjadi lebih aktif dan pesan dakwah lebih mudah dicerna. Ini berarti meskipun ceramah tetap digunakan, penyajian yang inovatif dan partisipatif membuat metode ini menjadi lebih efektif dan diminati.

¹²¹ Maryatin Maryatin, "Efektifitas Metode Ceramah Dalam Penyampaian Dakwah Islam: Studi Pada Kelompok Pengajian Di Perumahan Mojosongo Permai Kabupaten Boyolali," *Jurnal Ilmu Dakwah* 34, no. 1 (2014): 103–21.

6) Aksesibilitas dan Infrastruktur transportasi

Hambatan geografis, seperti kondisi jalan yang rusak dan jarak antar desa yang jauh, menjadi tantangan serius dalam efektivitas sosialisasi zakat mal oleh UPZ KUA. Jalan desa yang berlubang dan belum diaspal, terutama di wilayah pedesaan terpencil, menghambat kunjungan penyuluhan zakat serta distribusi materi edukatif seperti brosur dan pamflet. Hal ini menyebabkan banyak warga tidak mendapatkan informasi yang memadai mengenai kewajiban zakat mal dan prosedur penyalurannya secara resmi.

Penelitian oleh Haftan dan Ikhsan dengan judul “Pengaruh Infrastruktur dan Zakat Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus di Kota Banda Aceh)” pada tahun 2021 menunjukkan bahwa jalan yang baik berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kelancaran distribusi sosial, termasuk distribusi zakat.¹²²

Berdasarkan perspektif teori komunikasi, hambatan seperti ini dapat dijelaskan melalui konsep aksesibilitas komunikasi yang menyatakan bahwa distribusi pesan akan terganggu bila infrastruktur fisik tidak memadai. Selain itu, teori *Diffusion of Innovations* oleh Rogers juga menjelaskan bahwa inovasi sosial seperti zakat mal formal akan sulit diadopsi bila saluran sosial *location-dependent* terhambat. Dengan demikian, kondisi jalan yang buruk menjadi faktor struktural yang menghambat adopsi dan penetrasi pesan zakat di daerah-daerah terpencil. Sehingga untuk mengatasinya, sinergi strategis antara UPZ KUA dan pemerintah daerah sangat diperlukan, antara lain melalui peningkatan infrastruktur jalan di jalur-jalur utama, penyediaan kendaraan operasional khusus seperti motor roda tiga, serta pemanfaatan

¹²² AL-Haj Haftan and Ikhsan Ikhsan, “Pengaruh Infrastruktur Dan Zakat Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Di Kota Banda Aceh),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2021).

media alternatif (radio desa, materi audio) yang adaptif terhadap kondisi geografis. Dengan langkah-langkah tersebut, informasi zakat mal dapat mencapai seluruh lapisan masyarakat secara merata, tanpa terkendala jarak atau kondisi fisik wilayah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam temuan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, penulis menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bentuk Strategi UPZ Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa dalam mensosialisasikan zakat mal meliputi sosialisasi rutin tahunan dan pelatihan agama yang diadakan setiap dua kali dalam setahun di kantor urusan agama, sosialisasi melalui penyuluhan penyuluh agama Islam pada majelis taklim, TPA/TPQ serta kunjungan ke sekolah tingkat SD hingga SMK, kerja sama dengan tokoh agama dan aparatur desa untuk membantu mengingatkan masyarakat membayar zakat melalui media mesjid dan pendekatan sosial, serta penyuluhan melalui pemanfaatan hari besar Islam, perayaan agama dan kebudayaan lokal.
2. Peluang adalah segala faktor, kondisi atau situasi yang mendukung keberhasilan program yang dapat bersumber dari internal maupun eksternal organisasi. Adapun peluang UPZ Kantor Urusan Agama dalam melakukan sosialisasi zakat mal terdiri dari adanya dukungan atau keterlibatan aktif BAZNAS dalam kegiatan sosialisasi, kepercayaan masyarakat terhadap tokoh agama, budaya religius masyarakat, serta adanya forum keagamaan dan kebudayaan lokal dalam masyarakat yang menjadi peluang besar untuk menjangkau masyarakat dalam jumlah yang banyak. Sedangkan tantangan adalah segala hambatan, kesulitan, atau kendala yang dapat menghambat efektivitas operasional program

yang sedang dijalankan. Tantangan bagi UPZ Kantor Urusan Agama dalam melakukan sosialisasi meliputi minimnya minat masyarakat untuk membayar zakat, kepatuhan berzakat yang belum otomatis sehingga perlu sosialisasi secara terus-menerus, belum ada penggunaan media digital dan media cetak dalam sosialisasi, serta kurangnya perhatian dalam metode ceramah bagi beberapa kalangan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam judul penelitian “Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa” maka penulis menyarankan kepada UPZ Kantor Urusan Agama Kecamatan Batulappa untuk melakukan sosialisasi zakat mal secara merata terutama di kalangan kelompok tani, serta mengadakan inovasi dan kebaruan dalam implementasi sosialisasi dengan metode sosialisasi yang lebih dialogis dan interaktif sehingga masyarakat akan merasa dilibatkan dalam forum, juga pemanfaatan media digital maupun penyebaran media cetak untuk memperbesar peluang efek kognitif, afektif, hingga konatif pada masyarakat. Inovasi dalam sosialisasi menjadi penting untuk mendapatkan *respond* masyarakat secara lebih aktif. Penulis menyadari peranan UPZ dalam melakukan sosialisasi merupakan *output* atau turunan dari usaha pembinaan dan *mentoring* dari BAZNAS Kabupaten, sehingga penulis menyarankan BAZNAS mengadakan pelatihan khusus mengenai pemanfaatan media digital bagi pengurus UPZ. Pelatihan ini dapat mencakup keterampilan dasar desain konten dakwah digital, penggunaan media sosial, agar strategi komunikasi interaktif lebih berbasis multimedia yang mampu menjangkau masyarakat luas. Selanjutnya, penulis memberi saran kepada masyarakat yang telah wajib zakat agar melakukan pembayaran zakat secara resmi kepada lembaga terpercaya, sehingga zakat yang

dikeluarkan dapat disalurkan kepada golongan yang benar-benar berhak atas zakat tersebut dan manfaat zakat dapat dirasakan secara merata.

Akhirnya, semoga penelitian ini dapat berdampak bagi pembaca terutama bagi peneliti sendiri untuk mengenal ruang lingkup UPZ berbasis KUA serta memahami makna dan keilmuan dalam penelitian “Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa”.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Adam, Adam Djordan. "Peran Amil Zakat Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat (Studi Kasus Desa Barugariattang Kecamatan Bulukumba Kabupaten Bulukumba)." *At Tawazun Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2024).
- Amaliah, Rizka, Nurfiah Anwar, and Muhammad Nasri Khatman. "Strategi Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menunaikan Zakat Mal Di Baznas Kabupaten Barru." *Investama: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9, No. 1 (2023).
- Amiruddin, Amiruddin. "Transformasi Pesan Dakwah Sebagai Strategi Public Relation Penyelenggaraan Zakat Dan Wakaf Di Kantor Kemenag Kabupaten Enrekang." IAIN ParePare, 2024.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Aqil Alviana, Gunawan, and Tsani Abdulhakim Muhammad. "Peran Zakat Maal Dalam Perkembangan Ekonomi Indonesia Dengan Basis Ekonomi Pertanian," 2018.
- Arifin, Gus. *Keutamaan Zakat, Infak, Sedekah*. Elex Media Komputindo, 2016.
- Azrai Harahap, and Hasan Sazali. "Peran Media Sosial Dalam Mengedukasi Masyarakat Tentang Zakat: Studi Kasus Basnaz SUMUT." *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 9 (2024).
- Bachtiar, Ebit Eko. "Komunikasi Persuasif Penyuluh Pertanian Dalam Penggunaan Media Internet Untuk Mempercepat Diseminasi Informasi Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Di Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo= Persuasive Communication Of Agricultural Extension Workers In The Use O." Universitas Hasanuddin, 2024.
- Bamazroe, Abdullah. "Pengelolaan Keuangan Berbasis Hablumminallah Dan Hablumminannas Pada Kalangan Pedagang Etnis Arab Di Wilayah Ampel Surabaya." STIE Perbanas Surabaya, 2020.
- Budiman, Sri, and Suparjo Suparjo. "Manajemen Strategik Pendidikan Islam." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 5, no. 3 (2021).
- Damirah, D A. "Internalisasi Konsep Cycle Relation Model Pada Komunitas Agama Lokal Di Indonesia (Perspektif Sosial, Ekonomi Dan Politik Pada Kepercayaan Towani Tolotong, Aluk Todlo Dan Ammatoa Di Sulawesi Selatan." *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 2022.
- Denok, Setyaningsih. "Tugas Akhir: Prosedur Pengumpulan Zakat Pada Badan Amil

- Zakat Nasional (BAZNAS) Katoa Yogyakarta.” STIM YKPN Yogyakarta, 2022.
- Diana, Rahma. “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus Di BAZNAS Kabupaten Tanjung Jabung Timur).” *Najaha Iqtishod: Journal of Islamic Economic and Finance* 3, no. 2 (2022).
- Fadhli, Muhammad. “Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan.” *Continuous Education: Journal of Science and Research* 1, no. 1 (2020).
- Febriani, Elsa Selvia, Dede Arobiah, Apriyani Apriyani, Eris Ramdhani, and Ahlan Syaeful Millah. “Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas.” *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, no. 2 (2023)..
- Fitrah, Muh. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- GH, Nur Hishaly, and Muhammad Majdy Amiruddin. “Menggali Potensi Zakat: Strategi Untuk Meningkatkan Penghimpunan Zakat Di Kabupaten Pinrang.” *Filantropi*, 2023.
- Gowa, Berbasis Masjid di Kabupaten. “Penguatan Peran Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Berbasis Masjid di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan,” 2023.
- Hafidhuddin, Didin. *Agar Harta Berkah Dan Bertambah*. Gema Insani, 2007.
- Hafriza, Raja Hesti, M H Firdaus, and Ahmad Chuzairi. “Manajemen Zakat Sebagai Penyeimbang Perekonomian Umat.” *Perada* 1, no. 1 (2018).
- Haftan, AL-Haj, and Ikhsan Ikhsan. “Pengaruh Infrastruktur Dan Zakat Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Di Kota Banda Aceh).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2021).
- Halilah, Siti. “Zakat Emas Dan Perak Serta Cara Perhitungannya.” *Siyasah: Jurnal Hukum Tata Negara* 4, no. 1 (2021).
- Hamzah, Hamzah. “Zakat Mal Dalam Perspektif Hadis Maudhu’iy.” *TASAMUH: Jurnal Studi Islam* 11, no. 1 (2019).
- Hanani, Silfia. “Strategi Komunikasi Public Relations.” *Jurnal Sosial Budaya* 8, no. 02 (2017).
- Hannani, Hannani. *Zakat Profesi Dalam Tataran Teoritik Dan Praktik*. TrustMedia Publishing, 2017.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books,

2022.

- Hasibuan, Rahmawati. "Sosialisasi Kewajiban Zakat Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Di Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.
- Herman, Herman. "Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Melalui Media Sosial." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2017).
- Hikmah, Mardia, and Mustamin B. "Peranan Badan Amil Zakat Nasional(Baznas) Kabupaten Pinrang Dalam Menghimpun Zakat Pertanian Di Desa Kaballangang." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 1 (2023).
- Huda, Nurul. *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*. Prenada Media, 2015.
- Indonesia, BAZNAS Republik. "Panduan Zakat." Retrieved October, 2024.
- Iqbal, Nail Amal. "Peran Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Membayar Zakat Maal Di Kecamatan Belawa," n.d.
- Irawan, Heri, and Srianti Permata. "Analisis Peran Unit Pengelola Zakat Berbasis Desa Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Ummat." *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. 2 (2023).
- Janah, Wadzifatul. "Strategi Komunikasi BAZNAS Kabupaten Jombang Dalam Menyosialisasikan Zakat." IAIN Ponorogo, 2024.
- Juwita, Rina, Muhammad Taqiyuddin, Syarifah Syarifah, Ivan Sunata, Ummy Chairiyah, Dina Carolina Hapsari, Hayu Lusianawati, Endah Andriani Pratiwi, and Emmy Hamidah. *Teori-Teori Komunikasi*, 2024.
- Kadir, Muhammad Fitriani, and Muhammad Cholil Nafis. "Strategi Pengumpulan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah (Bazis) Provinsi Dki Jakarta." *Jurnal Middle East And Islamic Studies* 4, no. 1 (2017).
- Khalid, Ansyar. "Strategi UPZ Kecamatan Lembang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang." IAIN Parepare, 2021.
- Khalid, Imam, and Monica Helva Mita. "Communication Model in Agricultural Zakat Counseling in Nagari Sungai Tarab." *Semantik: Journal of Social, Media, Communication, and Journalism* 1, no. 2 (2024).
- Khalida, Nur Diana. "Zakat Sebagai Solusi Kesejahteraan Ekonomi Ummat Dalam Konsep Kebijakan Fiskal Islami." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023).

- Majid, Abdul. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Penerbit Aksara Timur, 2017.
- Manullang, Marihot. "Manajemen Personalialia," 2008.
- Maryatin, Maryatin. "Efektifitas Metode Ceramah Dalam Penyampaian Dakwah Islam: Studi Pada Kelompok Pengajian Di Perumahan Mojosongo Permai Kabupaten Boyolali." *Jurnal Ilmu Dakwah* 34, no. 1 (2014).
- Moha, Iqbal. "Resume Ragam Penelitian Kualitatif," 2019.
- Muchtar, Karmila. "Penerapan Komunikasi Partisipatif Pada Pembangunan Di Indonesia." *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya* 1, no. 1 (2016).
- Muhammadun, Muzdalifah, and Syahriyah Semaun. "The Role of Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) In Improving Literacy and Community Participation in Fulfilling Agricultural and Livestock Zakat." *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)* 6, no. 3 (2024).
- Mukarom, Zaenal. "Teori-Teori Komunikasi." Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2020.
- Mustafa, Fahrina, Rezki Fani, Muchammad Agung Miftahuddin, Ira Hapsari, Retno Dwiyantri, Siti Nur Azizah, Ugung Dwi Ario Wibowo, Dian Bagus Mitreka Satata, and Alfato Yusnar Kharismasyah. "Manajemen Pemasaran." PT Penamuda Media, 2024.
- Nariawan, Yon. "Upaya Baitul Mal Dalam Mensosialisasikan Wajib Zakat Di Kabupaten Simeulue." UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2016.
- Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2014).
- Nopiardo, Widi. "Strategi Fundraising Dana Zakat Pada Baznas Kabupaten Tanah Datar." *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2018).
- Nurhayati, Nurhayati, Apriyanto Apriyanto, Jabal Ahsan, and Nurul Hidayah. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Nurjannah, Nurjannah. "Pemahaman Pedagang Tentang Zakat Perdagangan Dan Implementasinya Di Pasar Lakessi Kota Parepare." STAIN Parepare, 2017.
- Oktarina, Yetty, and Yudi Abdullah. *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*. Deepublish, 2017.
- Pananrangi, H Andi Rasyid, and M Pd SH. *Manajemen Pendidikan*. Vol. 1. Celebes media perkasa, 2017.

- Perbaznas/02/2016. "Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Dan Tata Kerja Unit Pengumpul Zakat." *Journal of Chemical Information and Modeling* 01, no. 01 (2016).
- Perdana, Aditya Asa, and Antonius Aru Hadi Eka Sayoga. "Studi Pendekatan 7S Mckinsey Dalam Peningkatan Efektivitas Belanja Modal Pemerintah Kabupaten Semarang." *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang* 5, no. 1 (2023).
- Prasetyaningrum, Savitry Ika, and Lisa Mardiana. "Analisis Komunikasi Strategis PT Pertamina Patra Niaga RJBT Dalam Mengelola Brand Image Pada Instagram." *MEDIASI Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi* 6, no. 2 (2025).
- Putra, Trisno Wardy, and Ahmad Naufal. "Konsep Manajemen Pengumpulan Dana Zakat." *Madinah: Jurnal Studi Islam* 6, no. 2 (2019).
- Qalbiah, Nurul. "Perhitungan Zakat Perdagangan Dan Pengaruhnya Terhadap Pajak Penghasilan." *INTEKNA Jurnal Informasi Teknik Dan Niaga* 13, no. 3 (2013).
- Rahmah, Alifiana. "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Berdasarkan Indeks Literasi Zakat Badan Amil Zakat Nasional (Studi Kasus: Generasi Z Di Kabupaten Sleman Yogyakarta)." Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020.
- Rahmawati, Ervina, Yuni Pujiati, Laila Turahmi, and Maya Panorama. "Strategi Pengelolaan Zakat Dalam Pemberdayaan Umat." *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian* 2, no. 2 (2023).
- Retnowati, May Shinta, Jaya Sahputra, Muhammad Irkham Firdaus, Zulfatus Sa'diah, and Devid Frastiawan Amir Sup. "Perhitungan Zakat Penghasilan Di Baznas Ponorogo Dalam Perspektif Konsep Zakat Yusuf Qardhawi May Shinta Retnowati Jaya Sahputra Muhammad Irkham Firdaus Zulfatus Sa' Diah Devid Frastiawan Amir Sup Abstrak A . Pend." *At-Tasyri ' Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 14, no. 2 (2022).
- Ridwan, Murtadho. "Analisis Model Fundraising Dan Distribusi Dana ZIS Di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak." *Jurnal Penelitian* 10, no. 2 (2016).
- Rizki Al'amri Ramadhan, Rizki. "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Mempromosikan Destinasi Objek Wisata Daerah Kabupaten Kampar." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024.
- Romdhoni, Abdul Haris. "Zakat Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Pengentasan Kemiskinan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 01 (2017).
- Rosyid, Abd. "Peran Zakat Produktif Dalam Pemberdayaan Umkm Di Era Kontemporer." *Ecobankers: Journal of Economy and Banking* 5, no. 1 (2024).

- Sholikhah, Villatus. "Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro." *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2021).
- Simon, Jhon, Farida Hanum, and Suardi Suardi. "Pengaruh Sosialisasi Terhadap Pencegahan Politik Uang, Kampanye Hitam Dan Peningkatan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihankepala Daerah Didesa Bulu Cina." *Publik Reform: Jurnal Administrasi Publik* 3 (2018).
- Siregar, Mhd Ali Mansuri. "Strategi Sosialisasi Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Di Lembaga Amil Zakat Swadaya Ummah Kota Pekanbaru." Universitas Islam Negeri Sultan Syarfi Kasim Riau, 2023.
- Sopiah, M Pd, and Etta Mamang Sangadji. *MANAJEMEN STRATEGIS: Dilengkapi Kasus-Kasus Manajemen Strategis Dari Perusahaan Indonesia Yang Go Internasional*. Penerbit Andi, 2024.
- Sulistyawati, Indah Ayu. "Strategi Unit Pengumpul Zakat (Upz) Masjid Al-Jami' desa Sungai Siput Untuk Memotivasi Muzakki Dalam Membayar Zakat Mal Dan Zakat Fitrah." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.
- Sutisna, Icam. "Statistika Penelitian." *Universitas Negeri Gorontalo* 1, no. 1 (2020).
- Ulfa, Umi. "Analisis Literasi Zakat Pertanian Di Kalangan Petani Desa Matang Danau Kecamatan Paloh." *Jurnal Global Futuristik* 1, no. 2 (2023).
- Uyuni, Badrah, and Mohammad Adnan. "Zakat Uang Elektronik." *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah* 2, no. 02 (2018).
- Wahyudin, Uud. "Sosialisasi Zakat Untuk Menciptakan Kesadaran Berzakat Umat Islam." *Jurnal Masyarakat Dan Filantropi Profetik* 1, no. 1 (2024).
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi Dan Media Sosial." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018).
- Yuliana, Yuliana, Abd Majid, and Muhammad Ilham. "Model Komunikasi Pada Penyuluhan Pertanian Berbasis Coomunity Development (Studi Lapangan Di Dinas Pertanian Daerah Kabupaten Jeneponto)." *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 1, no. 4 (2020).
- Yulianah, S E. *Metodelogi Penelitian Sosial*. CV Rey Media Grafika, 2022.
- Yulianto, F. "Strategi Pengembangan Unit Pengumpul Zakat (Upz) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya." *Academia.Edu*, 2021.
- Zakariah, M Azkari, Vivi Afriani, and M Zakariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development*. Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah, 2020.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1. Instrumen Wawancara

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bhakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
<p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>	

NAMA MAHASISWA : NUR ASIRA
 NIM : 2120203874236007
 PRODI : MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 JUDUL : STRATEGI UPZ KANTOR URUSAN AGAMA
 DALAM MENSOSIALISASIKAN ZAKAT MAL DI
 KECAMATAN BATULAPPA, KABUPATEN
 PINRANG

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan berikut ini digunakan sebagai pedoman wawancara oleh peneliti yang ditujukan kepada beberapa informan penelitian sebagai turunan dari rumusan masalah untuk mengidentifikasi persoalan utama dalam penelitian tentang Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang. Pedoman wawancara ini digunakan sebagai instrumen penelitian yang bertujuan untuk memuat pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dan relevan untuk digunakan kepada para narasumber sesuai dengan kebutuhan penelitian, dan selanjutnya akan dianalisis dan diolah dalam bentuk deskriptif.

A. Pedoman wawancara untuk Ketua/Pengurus UPZ KUA Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang.

Tujuan : Menggali strategi, metode, tantangan, dan evaluasi sosialisasi zakat mal.

1. Sejak kapan UPZ KUA ini terbentuk dan mulai aktif dalam kegiatan zakat mal?
2. Bagaimana tingkat pembayaran zakat mal di Kecamatan Batulappa?
3. Apa saja strategi yang digunakan oleh UPZ KUA dalam mensosialisasikan zakat mal kepada masyarakat?
4. Apa saja program sosialisasi zakat mal yang pernah dilaksanakan?
5. Media atau metode apa yang digunakan dalam sosialisasi (misalnya: khutbah, majelis taklim, brosur, media sosial)?
6. Siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan sosialisasi zakat mal ini? Apakah ada kerja sama dengan pihak lain (BAZNAS, masjid, penyuluh, tokoh agama atau tokoh masyarakat)?
7. Seberapa sering kegiatan sosialisasi dilakukan? Apakah ada jadwal khusus?
8. Apa indikator keberhasilan yang digunakan untuk menilai efektivitas strategi?
9. Apakah ada pendekatan khusus terhadap kelompok tertentu seperti petani, pedagang, atau ASN dalam sosialisasi zakat mal?
10. Apa saja peluang yang dimiliki UPZ KUA dalam melaksanakan sosialisasi zakat mal di Kecamatan Batulappa?
11. Apa saja tantangan utama yang dihadapi dalam menyosialisasikan zakat mal kepada masyarakat? Kendala apa yang sering dihadapi dalam proses sosialisasi zakat mal?

12. Apa harapan, rencana atau inovasi ke depan untuk meningkatkan sosialisasi zakat mal?

B. Pedoman Wawancara Untuk Penyuluh Agama Islam Di KUA

Tujuan : Menggali keterlibatan penyuluh dalam sosialisasi zakat mal.

1. Bagaimana bentuk peranan dan keterlibatan penyuluh agama Islam dalam sosialisasi zakat mal?
2. Metode atau pendekatan apa yang biasanya digunakan dalam menyampaikan materi zakat mal?
3. Bagaimana pemahaman masyarakat yang Bapak/Ibu temui terkait zakat mal?
4. Apakah masyarakat cukup terbuka dan responsif terhadap materi sosialisasi zakat?
5. Apa saja kendala dalam menjelaskan zakat mal kepada masyarakat?
6. Apakah ada pelatihan atau pembekalan dari UPZ KUA kepada penyuluh agama Islam terkait zakat?

C. Pedoman wawancara untuk tokoh Agama (Imam/bilal/khatib/ketua pembangunan mesjid)

Tujuan : Mengetahui keterlibatan dan pandangan tokoh agama terhadap strategi UPZ KUA.

1. Apakah Bapak/Ibu pernah dilibatkan dalam kegiatan sosialisasi zakat mal oleh UPZ KUA?
2. Bagaimana cara Bapak/Ibu sendiri menyampaikan zakat kepada jamaah?
3. Bagaimana *respond* masyarakat sejauh ini terhadap sosialisasi zakat mal yang dilakukan?

4. Apa tantangan atau hambatan yang mungkin menghambat masyarakat dalam memahami atau menunaikan zakat mal?

D. Pertanyaan Wawancara untuk Muzakki (Pembayar Zakat Mal)

Tujuan : Mengidentifikasi penerimaan sosialisasi zakat mal

1. Sejak kapan Bapak/Ibu mulai menunaikan zakat mal?
2. Apa yang menjadi motivasi utama Bapak/Ibu dalam membayar zakat mal?
3. Bagaimana Bapak/Ibu pertama kali mengetahui tentang kewajiban zakat mal?
4. Apakah Bapak/Ibu pernah mendapatkan penjelasan langsung tentang zakat mal dari KUA atau UPZ?
5. Apakah Bapak/Ibu pernah mengikuti kegiatan sosialisasi zakat mal yang diadakan oleh KUA atau UPZ? (Seperti ceramah, penyuluhan, pengajian, media sosial, dll.)
6. Menurut Bapak/Ibu, apakah informasi yang disampaikan oleh KUA tentang zakat mal mudah dipahami?

Setelah dicermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa telah sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 12 Mei 2025

Mengetahui,
Pembimbing Utama



Rusnana, M.Ag

NIP 19680205 200312 2 001

Lampiran 2. Surat permohonan izin melakukan penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1414/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

28 April 2025

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NUR ASIRA
Tempat/Tgl. Lahir	: BACUKIKI, 22 Oktober 2003
NIM	: 2120203874236007
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Zakat dan Wakaf
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: BACUKIKI, KELURAHAN KASSA, KECAMATAN BATULAPPA, KABUPATEN PINRANG.

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI UPZ KANTOR URUSAN AGAMA DALAM MENSOSIALISASIKAN ZAKAT MAL DI KECAMATAN BATULAPPA KABUPATEN PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 29 April 2025 sampai dengan tanggal 29 Juni 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 3. Surat izin penelitian

PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40, Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
Nomor : 503/0201/PENELITIAN/DPMPPTSP/05/2025

Tentang
SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 02-05-2025 atas nama NUR ASIRA, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat :

1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Memperhatikan :

1. Rekomendasi Tinjauan PTSP : 0308/R/T.Teknis/DPMPPTSP/05/2025, Tanggal : 02-05-2025
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0201/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/05/2025, Tanggal : 02-05-2025

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

KESATU : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : Jl. amal bakti no. 8
3. Nama Peneliti : NUR ASIRA
4. Judul Penelitian : STRATEGI UPZ KANTOR URUSAN AGAMA DALAM MENSOSIALISASIKAN ZAKAT MAAL DI KECAMATAN BATULAPPA
5. Jangka waktu Penelitian : 2 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : UNIT PENGUMPUL ZAKAT KUA KEC. BATULAPPA (KEPALA UNIT DAN STAF/PEGAWAI)
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Batulappa

KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 02-11-2025.

KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 02 Mei 2025

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP.,M.Si
NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN

Lampiran 4. Surat Keterangan Selesai penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PINRANG
KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN BATULAPPA
Jalan Poros Bamba - Bilajeng Kelurahan Kessa 91253
Email : kua_batulappa@gmail.com

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
 Nomor : B-64/Kua.21.17.01/Pw.01/06/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamadong G, S.Pd.I
 NIP : 197012182007011023
 Jabatan : Kepala Kantor Urusan Agama

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nur Asira
 NIM : 2120203874236007
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Manajemen Zakat dan Wakaf
 Universitas : Institut Agama Islam Negeri Pare-Pare

Telah selesai melakukan penelitian di Kantor Urusan Agama Kec. Batulappa Kab. Pinrang selama 1 (satu) bulan , terhitung mulai tanggal 14 Mei 2025 sampai dengan 11 Juni 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"STRATEGI UPZ KANTOR URUSAN AGAMA DALAM RANGKA MENSOSIALISASIKAN ZAKAT MAL DI KECAMATAN BATULAPPA KABUPATEN PINRANG"**.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk menjadi perhatian dan pegangan bagi yang bersangkutan.



11 Juni 2025
 Kepala
 Muhamadong G.

Lampiran 5. Surat keterangan wawancara / narasumber

Surat Keterangan Wawancara


Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Muhammad , G*
Jenis Kelamin : *L*
Usia : *755 tahun*
Alamat : *Sengne, Ippangeng*
Pekerjaan : *Ketua KUA / ketua UPZ*
Nama Usaha/Jabatan :

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata I Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Mei 2025
Yang Bertanda Tangan



IAIN PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Annah
Jenis Kelamin : P
Usia : 58 tahun
Alamat : Loka Desa Kertalan.
Pekerjaan : Pengulu Agama Islam KUA.
Nama Usaha/Jabatan :

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata I Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banta, 16 Mei 2025

Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : P. Amin
Usia : 51 Tahun
Alamat : Garungga
Pekerjaan : insam regjid.

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Garungga, 24 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bahruddin Yasin
Usia : 51 Tahun
Alamat : Wutung Passa
Pekerjaan : Inam messid / Pegawai syaria'

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batulappa, 28 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan


BAHRUDDIN Y

IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA


Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Batavia*
Usia : *46 Tahun*
Alamat : *Bilajeng*
Pekerjaan : *Petani*

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata I Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bilajeng, 24 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan


NUR ASIRA

IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dahlia
Usia : 42 Tahun
Alamat : Bilajeng
Pekerjaan : Petani

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bilajeng, 29 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan

Dan

IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Faishal
Jenis Kelamin : L
Usia : 28
Alamat : Batulappa
Pekerjaan : Petani
Nama Usaha/Jabatan :

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batulappa, 16 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan


MUH FAISHAL

IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halsa
Jenis Kelamin : P
Usia : ~~65~~ 63 tahun
Alamat : Batulappa
Pekerjaan : Petani
Nama Usaha/Jabatan :

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata I Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batulappa, 16 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mashuri, S.pd.i
Usia : 56 Tahun
Alamat : Blajeng
Pekerjaan : Petani

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Blajeng, 24 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nasrul
Jenis Kelamin : L
Usia : 45 tahun
Alamat : Batulappa
Pekerjaan : Petani
Nama Usaha/Jabatan :

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata 1 Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batulappa, 2/6 Mei 2025
Yang Bertanda Tangan



IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pica
Usia : 58 Tahun
Alamat : Bilang
Pekerjaan : Petani

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata I Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bilang, 29 Mei 2025

Yang Bertanda Tangan

Pica

IAIN
PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Yulianti
Jenis Kelamin : P
Usia : 32 tahun
Alamat : Batulappa
Pekerjaan : Petani
Nama Usaha/Jabatan :

Menyatakan bahwa telah diwawancarai oleh Nur Asira untuk keperluan penelitian sebagai syarat penyelesaian jenjang Strata I Program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare dengan judul "Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batulappa, 16 Mei 2025

Yang Bertanda Tangan


Yulianti :

IAIN
PAREPARE

Lampiran 6. Penerimaan zakat mal UPZ KUA Kec. Batulappa tahun 2024

No.	Kelurahan/Desa	Mustahik	Jenis Zakat	Jumlah (Rp)
1.	Desa Tapporang	Hj. Nawar	Uang	7.925.000
		Rosmini Mansur, S.Kom	Pendapatan	1.483.000
		Muhammad Raihan Imran	Pendapatan	975.000
		Zainuddin	Pertanian	1.400.000
		Suparman	Pertanian	1.000.000
		Nurdin	Pertanian	1.000.000
		Dansa Cenne	Pertanian	250.000
		Irwan Wahid	Pertanian	1.450.000
		Mahmud	Pertanian	1.500.000
		Endang Sulastri	Pendapatan	1.865.000
		Muh. Ilyas	Pertanian	300.000
		Buhari Abd Wahab	Perkebunan	660.000
		P. Damma	Perkebunan	200.000
		Anwar Tammalere	Pertanian	450.000
		Irwan	Perkebunan	190.000
		Narang	Perkebunan	2.150.000
		Saharuddin	Pertanian	600.000
		Fatima	Perkebunan	300.000
		Satia	Perkebunan	1.300.000
		Abidin	Perkebunan	500.000
		Jamal	Pendapatan	320.000
		Jafar	Pertanian	271.000
		Badaria	Pertanian	150.000
		Takkali	Pertanian	600.000
		Efendi	Pertanian	250.000
		Abd. Waris	Pertanian	400.000
		Irwan Mansur	Pertanian	550.000
		Tappe	Pertanian	300.000
2.	Desa Kaseralau	Dra. Sitti Aminah	Pendapatan	1.140.000
		Tamsir	Pertanian	100.000
		Hasan	Peternakan	500.000
		Syamsiah	Pertanian	350.000

3.	Desa Batulappa	P. Rasi	Pertanian	300.000
		P. Indang	Pertanian	700.000
		P. Wiwi	Pertanian	500.000
		Hamzina	Pertanian	400.000
		Yulianti	Pertanian	300.000
		Sahira	Pertanian	650.000
		Hj. Salah	Pertanian	550.000
		Jumaisa	Pertanian	500.000
		Hajaria	Pertanian	1.000.000
		Muh. Faizal	Pertanian	200.000
		P. Tamma	Pertanian	1.000.000
		Tija	Pertanian	700.000
		Nasrul	Pertanian	300.000
4.	Watang Kassa	Siara	Pertanian	200.000
		Miskia	Perkebunan	500.000
		Amir	Pertanian	400.000
		Usman	Pertanian	650.000
		Acong	Perkebunan	350.000
		Anjas	Pertanian	700.000
		Abd. Salam	Pendapatan	1.300.000
		Hj. Anisa	Pertanian	300.000
		Ridwan	Perkebunan	400.000
		Jusman	Pendapatan	200.000
		Rabaisa	Pertanian	650.000
		Nantong	Pendapatan	700.000
		Hj. Salmia	Pertanian	850.000
		Hamka	Perkebunan	700.000
		Bahrudin	Pendapatan	1.500.000
		Tanro	Pertanian	1.000.000
		Hj. Daria	Perkebunan	200.000
		Muchtar	Perkebunan	300.000
		Saddi	Pertanian	300.000
		Eko	Perkebunan	680.000
5.	Kel. Kassa	Makmur Hamzah	Pertanian	4.420.000
		Bahar	Pertanian	600.000
		Safaruddin/Hajrah	Pertanian	550.000
		St. Jumriah	Pertanian	110.000
		Ladi	Pertanian	120.000

	Abd. Halim	Pertanian	250.000
	Hj. Muna	Pertanian	300.000
	Ganing	Pertanian	200.000
	Anwar	Pertanian	1.550.000
	Bahtiar	Pertanian	800.000
	Buhari	Perkebunan	200.000
	Dani	Perkebunan	100.000
	Nasir	Pertanian	400.000
	Sukri, S.Pd	Pendapatan	350.000
	Hj. Labe	Pertanian	200.000
	Dahlia	Pertanian	200.000
	Pica	Pertanian	590.000
Total			60.349.000

Sumber data: Bendahara UPZ KUA Kecamatan Batulappa

Lampiran 7. Tabel analisis tematik (*coding*)

1. Bentuk strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam mensosialisasikan zakat mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang.

Narasumber	Kutipan Wawancara	Coding	Kategori
Bapak Muhamadong, G, S. Pd. I, selaku ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa.	“Sosialisasi zakat kami rutin adakan di kantor urusan agama, dua kali setahun, mengundang masyarakat umum, aparat-aparat desa, sekaligus pembinaan agama untuk pegawai syara’ se-kec. Batulappa”.	Sosialisasi rutin-tahunan dan pembinaan agama.	Sosialisasi komunikasi publik.
	“Kami menghadirkan BAZNAS Kabupaten sebagai pemateri karena memang sudah bidangnya”.	Pemateri: BAZNAS	Sumber sosialisasi
	“Materi yang disampaikan tentang ZIS”	Materi : ZIS	Isi/pesan
	“Sosialisasi dilaksanakan dengan metode seminar dilanjutkan sesi tanya-jawab”	Metode seminar	Metode/media sosialisasi
	“Kami juga mengarahkan Penyuluh Agama Islam KUA untuk mensosialisasikan zakat di forum-forum keagamaan”	Keterlibatan penyuluh agama	Sosialisasi komunikasi publik
Ibu Dra. Sitti Amina selaku Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Batulappa.	“Kami juga adalah bagian dari UPZ KUA, sehingga dalam aktivitas penyuluhan kami juga mensosialisasikan zakat kepada masyarakat”.	Keterlibatan Penyuluh Agama	Sumber sosialisasi (<i>resource</i>)
	“kami melakukan penyuluhan pada ikatan majelis taklim (pengajian ibu-ibu), mengajar ke TPA/TPQ, juga ada penyuluhan ke sekolah-sekolah tingkat SD dan SMK. Kalau zakat, kami sampaikan terutama tentang golongan asnaf, karena masih banyak orang yang belum tahu siapa yang berhak untuk dizakati.	Materi agama, tajwid, zakat.	Isi/pesan sosialisasi

	“Kalau penyuluhan zakat di majelis taklim, kami sampaikan dalam bentuk ceramah kemudian dilanjutkan diskusi, berbincang-bincang”.	Metode diskusi dan ceramah.	Metode/ media sosialisasi
Bapak Muhamadong, G, S. Pd. I, selaku ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa.	“Kami juga mengingatkan masyarakat membayar zakat lewat imam-imam mesjid di setiap desa, apalagi kalau akan tiba waktu panen.”	Peran tokoh agama	Sosialisasi komunikasi intrapersonal
Bapak M. Amin Selaku Imam Mesjid Dusun Garungga, Bilajeng, Kel. Kassa (Anggota UPZ KUA).	“Kalau masyarakat sudah mau panen, biasa dari KUA itu ingatkan lagi imam-imam mesjid atau pegawai syara’ yang lain untuk sampaikan di mesjid, mengingatkan masyarakat untuk membayar zakat”.	Metode ceramah dan informasi publik	Metode sosialisasi
Bapak Muhamadong, G, S. Pd. I, selaku ketua UPZ KUA Kecamatan Batulappa.	“Sosialisasi juga kami lakukan kalau ada perayaan keagamaan (perayaan hari besar Islam) seperti maulid, isra’ miraj, juga biasanya di perayaan pesta panen kami datang sosialisasi karna biasanya masyarakat mengundang.	Pemanfaatan perayaan hari besar Islam dan kebudayaan lokal	Sosialisasi komunikasi Publik
	“Kalau di perayaan isra’ miraj atau maulid nabi di mesjid-mesjid biasanya kami sampaikan dalam bentuk ceramah. Kalau di perayaan pesta panen biasa atau syukuran biasa kan <i>mabbaca</i> orang, biasa ada sambutannya sekalian mengingatkan untuk mengeluarkan zakat karena di dalam hasil panen itu ada hak orang lain yang membutuhkan”	Metode ceramah	Metode Sosialisasi
Ibu Masturi, S.Pd. muzaki zakat pertanian, desa Bilajeng	“Iya, materi yang disampaikan dipahami, mudah dipahami. Kalau sudah cukup nishab 653kg dari total bersih padi yang	Pemahaman materi	Komunikasikan

Kel. Kassa.	dipanen, itu 5% kalau pakai irigasi yang dikeluarkan zakatnya. Ada juga itu kalau tidak pakai irigasi 10% ya? Ya itu. Dipahami-dipahami karena sudah sering disampaikan juga”.		
Ibu Dahlia, muzaki zakat pertanian, dusun Bilajeng, Kel. Kassa.	“Awal-awal masih dihitung berapa yang harus dibayar, sekarang sudah mandiri”.	Efek kognitif dan konatif	Efek sosialisasi

2. Peluang dan tantangan UPZ KUA dalam mensosialisasikan zakat mal

a. Peluang

Informan	Transkrip wawancara	Coding	Kategorisasi
Bapak Muhamadong G, S.Pd.I selaku ketua Unit Pengumpul Zakat (UPZ) KUA Kec. Batulappa.	“Kami bekerja sama dengan imam-imam desa dan kepala lingkungan dan aparat desa, karena mereka ini orang-orang yang dipercayai oleh masyarakat.”.	Kepercayaan terhadap tokoh agama dan aparat desa.	Dukungan eksternal
	“Kami selalu mengundang dan mengajak BAZNAS Kabupaten dalam sosialisasi zakat. Kami bertindak sebagai fasilitator untuk BAZNAS. Hampir di setiap kegiatan sosial-budaya dan keagamaan, BAZNAS selalu diundang.”	Dukungan materi BAZNAS	Keterlibatan aktif BAZNAS
Ibu Dra. Sitti Aminah selaku Penyuluh Agama Islam KUA Kec. Batulappa (Anggota UPZ KUA).	“Ada pelatihan untuk penyuluh agama setiap tiga bulan sekali diadakan di KUA, dan BAZNAS selalu diundang”.	Pelatihan SDM	Keterlibatan aktif BAZNAS
	“Kalau untuk penyuluhan zakat, kami selalu bawa celengan kaleng dari BAZNAS untuk ditawarkan ke masyarakat. Masing-masing penyuluh ada delapan celengan”.	Pemanfaatan sarana-prasarana	Keterlibatan aktif BAZNAS
Ibu Hatija selaku	“Kami membayar zakat sudah dari dulu dan turun	Budaya	Perilaku

muzakki, pekerjaan petani, desa Batulappa.	temurun dari orang tua. Karena kami percaya ada keberkahan di dalam zakat yang dikeluarkan. Kami tidak berani makan dari hasil yang tidak berkah”	religiusitas masyarakat	masyarakat
Bapak Muh. Faisal, selaku muzakki, pekerjaan petani, desa Batulappa.	“Saya membayar zakat pertanian untuk kebersihan harta, sudah 10 tahun lebih turun temurun di keluarga saya. Tidak banyak, kalau sudah cukup nisab, artinya sudah wajib zakat”.	Budaya religiusitas masyarakat	Perilaku masyarakat
Ibu Basaria selaku muzakki zakat pertanian, pekerjaan petani, desa Bilajeg, Kelurahan kassa.	“Saya membayar zakat padi sejak jadi petani, sejak berkeluarga. Karena memang sudah kewajiban, dan zakat adalah salah satu rukun Islam”.	Budaya religiusitas masyarakat	Perilaku masyarakat
Bapak M. Amin selaku imam dusun Garungga, Kelurahan kassa, Anggota/staff UPZ KUA.	“Sosialisasi di mesjid biasanya kalau ada perayaan agama, maulid nabi, atau perayaan lainnya, sebelum <i>mabbaca</i> ada ceramah dari KUA yang menjelaskan tentang zakat. Ada juga di perayaan pesta panen yang sering di adakan di dusun Bulisu, Kel. Kassa, itu juga dirangkaikan dengan sosialisasi”.	Adanya forum perayaan hari besar Islam, dan Pesta Panen	Forum kebudayaan-agama
Bapak Nasrul selaku Muzakki, pekerjaan Petani, desa Batulappa.	“Ya, ada sosialisasi zakat, dalam bentuk ceramah di acara-acara perayaan di mesjid biasanya kalau bulan ramadhan, maulid, muharram, dari KUA datang sampaikan tentang zakat”.	Adanya forum perayaan hari besar Islam	Forum sosial-agama

b. Tantangan

Informan	Transkrip wawancara	Coding	Kategorisasi
Bapak Muhamadong G, S.Pd.I, selaku Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa.	“Kendala utama adalah minat masyarakat untuk membayar zakat masih rendah. Memang karena	Minimnya minat membayar zakat	Perilaku masyarakat

	kesadaran masing-masing yang jadi masalah, tidak semua mau membayar.”		
	“Kendala kedua, yaitu akses untuk melakukan sosialisasi ke beberapa desa yang sulit dijangkau seperti di kaseralau karena jalan kesana itu jauh, dan berbukit, berkelok-kelok, belum lagi jalanan yang penuh becek, jadi bahaya untuk dilewati”.	Jarak jauh, kondisi berbukit, infrastruktur buruk.	Aksesibilitas, kondisi geografis, dan infrastruktur transportasi
	“Untuk koordinasi dengan imam dan aparat desa yah kami pakai via wa untuk memudahkan komunikasi. Tapi kalau sosialisasi dengan media cetak seperti brosur atau baliho saat ini belum ada”.	Tidak ada media cetak	Pemanfaatan media
Ibu Dra. Sitti Amina selaku penyuluh Agama Islam KUA Kec. Batulappa.	“Sejauh ini kendala terbesar kami adalah jarak tempuh untuk ke desa tujuan yang cukup jauh. Apalagi desa yang di atas (watang kassa, batulappa, kaseralau) itu kondisi jalanannya kan memang susah untuk dilewati”.	Jarak jauh, lokasi terpencil, infrastruktur buruk.	Aksesibilitas dan infrastruktur transportasi
Bapak Baharuddin Yasin, selaku imam desa Kassa, Watang kassa.	“Tantangannya..ya masyarakat selalu mau diingatkan, harus selalu diingatkan. Karena kalau sudah panen, kalau pegang uang biasanya lupa kewajiban. Jadi harus terus diingatkan. Kadang kalau saya liat ini berkecukupan, tapi tidak mengeluarkan zakatnya, jadi harus diingatkan”.	Kepatuhan berzakat belum otomatis	Perilaku muzakki
Bapak Nasrul selaku muzaki, pekerjaan petani, desa Batulappa.	“..Kurangnya adalah sosialisasi dalam bentuk ceramah, biasanya tidak begitu diperhatikan apalagi untuk orang-orang tua, tidak begitu mendengarkan. kalau	Kurangnya ketertarikan dalam metode ceramah.	Metode sosialisasi

	dalam acara kumpul-kumpul perayaan maulid misalnya, biasanya tidak begitu didengarkan, jadi tidak efektif.		
Ibu Basaria, selaku muzakki, pekerjaan petani, desa Bilajeng, Kelurahan Kassa.	“Saya tidak pernah ikut kegiatan sosialisasi di KUA. Mungkin ada, tapi saya tidak tahu. Informasinya tidak sampai ke saya, selama ini hanya pernah dengar ceramah di mesjid.”	Tidak adanya informasi sosialisasi.	Keterlibatan sosialisasi.
Ibu Masturi, S.Pd.I Selaku muzaki zakat pertanian, pekerjaan Kepala Sekolah TK desa Bilajeng, Kelurahan kassa.	“Ya, ada sosialisasi zakat yang dilakukan di KUA, mereka selalu mengundang. BAZNAS biasanya yang bawaan materinya”.	Adanya informasi sosialisasi	Keterlibatan sosialisasi
Ibu Yulianti selaku muzakki, pekerjaan petani, desa Batulappa.	“Ya, ada sosialisasi zakat dari penyuluh di majelis taklim seminggu sekali. Mereka sampaikan tentang zakat di sana”.	Adanya Forum majelis taklim	Forum sosial-agama
	“ada grub whatsapp untuk ibu-ibu majelis taklim di mesjid desa batulappa, biasanya penyuluh sebar informasi tentang zakat, dan info jadwal pengajian di sana.”	Adanya grub Whatsapp	Media digital
Ibu Pica selaku muzakki, pekerjaan petani, desa bilajeng, kelurahan kassa.	“Tidak ada majelis taklim di sini, dulu ada, sekarang sudah tidak”.	Tidak adanya forum majelis taklim	Forum sosial-agama
Ibu Dahlia, selaku muzaki, pekerjaan petani, desa Bilajeng, kelurahan kassa.	“Ya, selama ini yang saya dapat hanya dalam bentuk ceramah di mesjid, tidak pernah ada brosur atau baliho, media sosial dan lain-lain”.	Tidak adanya platform media cetak dan media sosial	Media Digital

Lampiran 8. Dokumentasi



Wawancara dengan Ketua UPZ KUA Kec. Batulappa Pada tanggal 15 Mei 2025



Wawancara dengan Penyuluh Agama Islam KUA Kec. Batulappa pada tanggal 15 Mei 2025



Wawancara dengan Imam dusun Kassa, Desa Watang Kassa pada tanggal 28 Mei 2025



Wawancara dengan Imam dusun Garungga, Kel. Kassa pada tanggal 24 Mei 2025



Wawancara dengan Muzaki pada Tanggal 16 Mei 2025

PAREPARE



Wawancara dengan muzakki pada tanggal 24 Mei 2025

PAREPARE

BIODATA PENULIS



Nur Asira, lahir di Pinrang tepatnya di dusun Bacukiki, Kelurahan Kassa, Kecamatan Batulappa. Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 22 Oktober 2003. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis merupakan anak terakhir dari 2 (dua) bersaudara, dari pasangan Bapak Rusli dan Ibu Murni.

Adapun dalam perjalanan pendidikan, penulis menyelesaikan pendidikannya di SD Inpres Bacukiki pada tahun 2015, SMPN 1 Batulappa tahun 2018, SMKN 6 Pinrang dengan program keahlian Akuntansi dan Keuangan lulus pada tahun 2021.

Penulis kemudian melanjutkan studinya pada perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan memilih program studi Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melalui tahap seleksi UM-PTKIN tahun 2021.

Penulis pernah menjabat sebagai ketua umum Himpunan Mahasiswa Program Studi (HM-PS) Manajemen Zakat dan Wakaf periode 2023, dan merupakan anggota aktif UKM Aliansi Mahasiswa Seni (ANIMASI). Dalam perjalanan studinya, penulis pernah melakukan study tour dan pelatihan nazir wakaf di BAZNAS Kabupaten Enrekang pada tahun 2023, pernah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) reguler di Desa Buku, Kecamatan Mapilli, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat pada tahun 2024, dan kemudian melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di kantor BAZNAS Kota Parepare, Sulawesi Selatan pada tahun 2024.

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan strata 1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), Penulis mengajukan tugas akhir penelitian skripsi dengan judul : **“Strategi UPZ Kantor Urusan Agama dalam Mensosialisasikan Zakat Mal di Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang”**.