

Potensi Pencapaian Pengumpulan Zakat dan Permasalahannya di Kabupaten Banyumas Dan Purbalingga

Dwita Darmawati & Alisa Tri Nawarini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Dwita_darma@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to: 1) Exploring the potential magnitude of zakat in Banyumas and Purbalingga; 2) Identify the payer profile ZISWA 3) Inventory problems that arise in OPZ marketing . The results of this study indicate that the potential of zakat in Banyumas district until 2012 to reach Rp 104 430, 38 990 million up to Rp. 224 525, 3382 million. Potential zakat in Purbalingga reach Rp 56.913.2666 million to Rp 122,363.5232 million. This study also shows that the achievement of the collection of zakat through OPZ is still very small compared to its potential, 0.2 to 1.37% with an average of 0.65% for Banyumas and 0.96 to 1.22 percent with a mean average 1.61 percent to Purbalingga. Muzakki generally Muslims who live in the region of OPZ, 46.7% were in the age group between 31-40 years, 60% male and 93% have some college education, 63.3% have an income between 2-5 million. They are most abundant (36.7%) worked as a civil servant, private sector employees and employers respectively of 23.3 percent. Some of the constraints faced by OPZ is public awareness in how to calculate and distribute funds through OPZ ; limited budget for the operational management of ZISWA, the shortage of human resources and competence to OPZ, dualism centralized leadership and organizational management systems, the lack of commitment to the existence of the agency board. In general OPZ yet fully run relationship marketing in increasing the amount of fundraising ZISWA. OPZ not give sufficient attention to the long time contributors. OPZ not pay attention to the level of satisfaction with the services OPZ contributor, does not have a profile database of contributors. OPZ less involved in the management of long contributor ZISWA. Few donors are willing to participate actively in the management ZISWA in OPZ. Some implications are given in this study.

Keyword : Zakat management organization, relationship marketing.

PENDAHULUAN

Zakat merupakan salah satu dari lima rukun yang wajib dilakukan oleh umat Islam sebagai mana yang termaktub dalam Qur'an Surat At-Taubah (9) : 103. Menurut istilah fikih,

zakat diartikan sebagai 'sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak' di samping berarti 'mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri' (Qardawi, 2010). Mengingat di

Indonesia jumlah umat Islam sangat besar, maka potensi zakat juga besar. Apabila dikelola dengan professional bukan tidak mungkin zakat dapat menjadi instrumen yang baik untuk pemberdayaan masyarakat, pengentasan kemiskinan (Hayati & Chaniago, 2011) pemerataan kekayaan, penanggulangan bencana. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa potensi zakat nasional sangat besar. *Indonesian Magnificent of Zakat (IMZ)* menyatakan potensi zakat nasional sebesar Rp 27,2 trilyun sementara Baznas (Badan Amil zakat nasional) menyatakan sebesar Rp 217 trilyun (termasuk zakat rumah tangga, industri, tabungan dan BUMN). Sayangnya, pencapaian dana zakat yang terkumpul melalui organisasi pengelola zakat masih jauh di bawah potensinya yakni sebesar Rp 1,5 trilyun (tahun 2010) (Internet, di akses 28/5/2013). Penelitian sebelumnya menunjukkan hal-hal yang menjadi penyebab kurang optimalnya pengelolaan zakat; seperti kurang profesionalnya organisasi (Hayati, 2001), tidak semua OPZ tersebut melakukan perencanaan strategis, (Darmawati dkk,2009), komitmen pengelola terhadap organisasi kurang, seringkali terjadi keluar masuk karyawan Darmawati dkk (2010). Selain itu, pemahaman masyarakat tentang zakat masih kurang, pola memberi konvensional dan berjangka pendek. Masyarakat berpendapatan menengah-atas di 11 kota besar di Indonesia lebih memilih Menyalurkan sumbangannya secara konvensional daripada melalui organisasi pengelola, karena mereka ingin berinteraksi secara langsung dengan penerima dan kurangnya kepercayaan kepada organisasi (Survey PIRAC tahun 2007. Sumber: detik.com/diakses 28/5/2013).

Oleh karenanya, perlu dilakukan penelitian terkait dengan pemasaran organisasi pengelola zakat (OPZ) agar lebih berdaya guna dan berhasil guna. Untuk memfokuskan penelitian ini, maka akan diambil subyek penelitian dua kabupaten yang berada di wilayah eks Karesidenan Banyumas yaitu Kabupaten Banyumas dan Purbalingga. Dipilihnya dua kabupaten ini dengan pertimbangan bahwa keduanya mempunyai OPZ yang berkembang lebih baik dibanding kabupaten lainnya.

Berdasarkan latar belakang ini, maka perlu dirumuskan beberapa permasalahan :

1. Berapa besar potensi zakat di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga?
2. Bagaimana profil pembayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga?
3. Apa saja permasalahan yang dialami oleh OPZ dalam pemasaran khususnya?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini direncanakan akan digunakan pendekatan secara kualitatif, dengan rancangan case study. Menurut Yin (2000:18), *case study* (studi kasus) adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan bilamana multi sumber bukti dimanfaatkan. Yin juga menyatakan bahwa studi kasus paling sesuai digunakan pada penelitian dengan rumusan masalahnya berkenaan dengan 'bilamana' (*how*) dan 'mengapa' (*why*). Selain itu *case study* juga paling sesuai digunakan bila tidak dibutuhkan kontrol terhadap peristiwa dan

bilamana penelitian bertujuan untuk melacak peristiwa-peristiwa kontemporer, bila peristiwa-peristiwa yang relevan tidak dapat dimanipulasi. Adapun spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini mengambil lokasi dua kabupaten yaitu Banyumas dan Purbalingga, dengan pertimbangan sudah mewakili wilayah Eks Karesidenan Banyumas dengan karakteristik masyarakatnya yang hampir sama.

Yang menjadi populasi penelitian ini adalah Pembayar Zakat, infaq, sedekah dan wakaf (ZISWA) sedang informan dalam penelitian ini adalah pengelola Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Untuk memilih OPZ yang dijadikan sampel dilakukan dengan metode *purposif sampling* yaitu OPZ yang telah memiliki surat ijin dan akta notaris. Informan selanjutnya ditentukan dengan metode *snowball sampling*.

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah : data primer dan data sekunder. Data primer berupa : Data tentang profil dan persepsi pembayar ZISWA tentang aspek yang diteliti di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga. Data ini diperoleh dengan kuisisioner yang diberikan kepada responden pembayar ZISWA. Data primer lainnya adalah data tentang permasalahan pemasaran yang dialami oleh OPZ. Data ini diperoleh dengan wawancara mendalam dengan pengelola OPZ. Adapun data sekunder berupa : data besarnya Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) masing-masing kabupaten. Data ini diperoleh dari laporan BPS (Biro Pusat Statistik).

Data yg terkumpul akan diolah dengan menggunakan metode reduksi data, desplay data dan kategori data. Kategorisasi data didasarkan pada metode analisis komparasi. Kategori

data adalah salah satu tumpukan dari seperangkat tumpukan yang dis atas dasar pikiran, insitusi, pendapat atau kriteria tertentu (Moleong, 2001). Data yang telah diolah akan disajikan dalam bentuk teks naratif yakni suatu uraian yg sistematis, logis dan rasional sesuai dengan urutan/posisi kepentingan data. Di samping itu data akan disajikan pula dalam bentuk matrik yakni suatu penyajian data dalam bentuk tabel yang diisi dengan uraian digunakan adalah kualitatif ditekankan pada model analisis perbandingan dan intepretasi data.

Untuk mengidentifikasi besarnya potensi zakat di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga digunakan estimasi berdasarkan besarnya Produk Domestik Regional Bruto pada masing-masing kabupaten. Pada studi ini potensi zakat dihitung dengan menggunakan opini zakat Indonesia (2%) dan rata-rata estimasi zakat dari delapan negara sebesar 4,3 % (Hayati & Chaniago, 2011). Identifikasi profil pembayar ZISWA di kabupaten Banyumas dan Purbalingga dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dan dianalisis dengan statistik deskriptif. Adapun inventarisasi permasalahan yang timbul dalam pemasaran OPZ akan dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dengan pengelola OPZ.

HASIL DAN PEMBAHASAN

OPZ yang menjadi subyek dalam penelitian dalam wilayah Kabupaten Banyumas adalah Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten Banyumas, LAZIS MU (Lembaga Amil Zakat Infak dan Sedekah Muhammadiyah), Lembaga Amil Zakat Nasional dan Kemanusiaan Dompot Dhuafa dan Lembaga Kemanusiaan Nasional PKPU. Adapun subyek penelitian di

wilayah Kabupaten Purbalingga adalah Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten Purbalingga, LAZIS Jateng dan LAZIS MU Purbalingga.

Identifikasi Potensi dan Realisasi Pengumpulan Zakat

1. Potensi Zakat

Untuk mengidentifikasi potensi zakat di suatu daerah dapat digunakan

proporsi tertentu dari Pendapatan Domestik Regional Bruto. Potensi zakat dapat dihitung dengan menggunakan opini zakat Indonesia (2%) dan rata-rata estimasi zakat daridelapan negara sebesar 4,3 % (Hayati & Chaniago, 2011).

Tabel berikut menunjukkan potensi zakat di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga.

Tabel 4.1.
Potensi Zakat Kabupaten Banyumas Tahun 2008-2012 (Jutaan Rupiah)

Tahun	PDRB	Potensi Zakat	
		2%	4,3%
2008	4.171.468,95	83.429,37892	179.373,1647
2009	4.400.542,23	88.010,84460	189.223,3159
2010	4.654.634,02	93.092,68040	200.149,2629
2011	4.927.351,43	98.547,02852	211.876,1113
2012	5.221.519,49	104.430,38990	224.525,3382

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa potensi zakat di Kabupaten Banyumas, mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dengan rata-rata sebesar Rp Rp 93.502,06 juta (perkiraan 2% dari PDRB) atau Rp 201.029,44 juta per tahun (perkiraan

4,3% dari PDRB). Hal ini merupakan peluang bagi OPZ untuk meningkatkan perolehan pengumpulan dana zakat di Kabupaten Banyumas.

Adapun potensi Zakat di Kabupaten Purbalingga disajikan pada tabel 2 berikut.

Tabel 4.2.
Potensi Zakat Kabupaten Purbalingga Tahun 2008-2012 (Jutaan Rupiah)

Tahun	PDRB	Potensi Zakat	
		2%	4,3%
2008	2.257.392,77	45.147,8554	97.067,8891
2009	2.390.244,00	47.804,8900	102.780,5165
2010	2.525.872,73	50.517,4546	108.612,5274
2011	2.678.085,00	53.561,7000	115.157,6589
2012	2.845.663,33	56.913,2666	122.363,5232

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa potensi zakat di Kabupaten Purbalingga, mengalami kenaikan dari tahun ke tahun rata-rata sebesar Rp Rp 50.789,03 juta (perkiraan 2% dari PDRB) atau Rp 109.196, 42 juta per tahun (perkiraan

4,3% dari PDRB). Hal ini merupakan peluang bagi OPZ untuk meningkatkan perolehan pengumpulan dana zakat di Kabupaten Purbalingga.

2. Realisasi Pengumpulan Zakat

Perhitungan realisasi pengumpulan penting dilakukan untuk

menganalisis apakah potensi zakat yang ada dalam suatu wilayah benar-

benar dicapai, sekaligus untuk menilai kinerja OPZ.

Tabel 4.3.
Pencapaian Pengumpulan Zakat di Kabupaten Banyumas tahun 2008-2013

Tahun	OPZ				Jumlah	Prosentase/%	
	BAZDA	LAZIS MU	PKPU	LAZ DD		2% PDR B	4,3% PDR B
2008	169.404.588	-	-	-	169.404.588	0,20	0,09
2009	287.672.346	-	-	-	287.672.346	0,32	0,15
2010	407.975.200	-	-	-	407.975.200	0,44	0,20
2011	566.585.418	164.176.635	149.841.790	30.220.000	910.823.843	0,92	0,43
2012	852.958.188	261.882.000	274.163.253	42.998.600	1.432.002.041	1,37	0,64
2013	1.102.475.731	449.655.625	352.048.075	40.345.394	1.944.524.825	-	-

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa pengumpulan zakat di Kabupaten Banyumas dalam kurun waktu 2008-2012 berkisar antara 0,2 sampai dengan 1,37 % dengan rata-rata 0,65% berdasarkan opini 2% dari PDRB. Adapun berdasarkan asumsi 4,3% dari PDRB angka ini menjadi lebih kecil yaitu berkisar antara 0,09 sampai dengan 0,64 persen dengan rata-rata 0,30 persen. Pencapaian ini masih sangat sangat kecil jika dibandingkan dengan potensinya. Hal ini menunjukkan masih terbuka peluang bagi OPZ di Kabupaten Banyumas untuk lebih meningkatkan jumlah pengumpulan zakat di wilayah ini.

Adapun pencapaian pengumpulan zakat tahun 2013 di Kabupaten Banyumas secara nominal mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, yaitu mencapai Rp 1.944.524.825. Akan tetapi karena data PDRB Kabupaten Banyumas dalam tahun yang sama belum diketahui, maka tidak diketahui pula prosentasi pencapaian tersebut.

Selanjutnya dalam tabel 4.4 berikut akan disajikan tentang perkembangan pencapaian pengumpulan zakat oleh OPZ di Kabupaten Purbalingga dari tahun 2008-2013. Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa rata-rata pengumpulan zakat di Kabupaten Purbalingga dalam asumsi 2% dari PDRB berkisar antara 0,96 sampai dengan 1,22 persen dengan rata-rata 1,61 persen. Adapun berdasarkan asumsi 4,3% PDRB, pengumpulan zakat di kabupaten ini mencapai angka yang lebih kecil lagi yaitu berkisar antara 0,45 sampai dengan 0,57 persen dengan rata-rata 0,54 persen. Pencapaian ini masih sangat kecil dibanding dengan potensinya. Hal ini menunjukkan bahwa masih terbuka peluang yang besar bagi OPZ untuk meningkatkan jumlah penumpulan dana zakat di Kabupaten Purbalingga. Dengan munculnya dua OPZ baru, yaitu LAZIS Jateng dan LAZIS MU Cabang Purabalingga, diharapkan dapat OPZ dapat bekerja sama untuk mengambil peluang ini.

Tabel 4.4.
Pencapaian Pengumpulan Zakat di Kabupaten Purbalingga 2008-2013

Tahun	OPZ			Jumlah	Prosentase	
	BAZDA	Lazis MU	Lazis Jateng		2%	4,3%
2008	443.399.693	-	-	443.399.693	0,96	0,45
2009	580.641.797	-	-	580.641.797	1,21	0,56
2010	605.992.770	-	-	605.992.770	1,20	0,56
2011	653.683.463	-	-	653.683.463	1,22	0,56
2012	795.496.309	-	-	795.496.309	1,22	0,57
2013	941.740.572	-	16.948.000	958.688.572	-	-

Pengumpulan zakat di Kabupaten Purbalingga pada tahun 2013 mengalami peningkatan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Akan tetapi karena belum di dapat data besar PDRB tahun 2013, maka belum diketahui prosentase pencapaian itu dibanding dengan PDRB kabupaten.

Profil Muzakki

Secara umum, penyumbang merupakan muslim yang berada di wilayah Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) beroperasi. Untuk BAZDA penyumbang didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil di lingkungannya sedang LAZ penyumbang berasal dari kalangan umum atau komunitas yang terafiliasi dengan LAZ tersebut.

Selain berdasarkan wawancara dana data dari laporan OPZ, untuk mengetahui profil muzakki, peneliti juga memberikan kuisisioner kepada penyumbang di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga. Diperoleh responden sebanyak 30 orang di Kabupaten Banyumas dan 10 orang di Kabupaten Purbalingga. Berdasar kuisisioner tersebut diketahui bahwa penyumbang di wilayah Banyumas 46,7% berada di kelompok usia antara 31-40 tahun, 60% laki-laki dan sebesar 93% dari responden berpendidikan perguruan tinggi, 63,3% berpenghasilan antara 2-5 juta. Hal ini menunjukkan bahwa muzakki di wilayah ini didominasi kelompok usia produktif yang

mempunyai penghasilan sendiri dan hampir seluruhnya merupakan orang yang berpendidikan baik. Mereka paling banyak (36,7%) berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil dan karyawan swasta dan pengusaha masing-masing sebanyak 23,3 persen.

Para penyumbang ini mengenal OPZ paling banyak dari teman (40%), saudara dan brosur masing-masing 13,3%, kantor tempat bekerja (10%), kelompok pengajian, media dan masjid masing-masing 6,67%. Hal ini menunjukkan bahwa begitu besar peran orang-orang terdekat dalam pengenalan responden terhadap keberadaan OPZ.

Berdasarkan kriteria pemilihan OPZ, semua (100%) responden merasakan manfaat non material dengan menyalurkan dana ZISWA melalui OPZ. Manfaat non material yang diperoleh dari OPZ adalah adanya keyakinan bahwa OPZ akan lebih efisien dalam penyaluran ZISWA dan memberikan dampak positif bagi kelompok sasaran (muztahik atau penerima ZISWA). Sebanyak 86,7 persen responden memilih OPZ karena dekat secara geografis dengan wilayah operasional dan juga dekat secara sosial dengan pengelola OPZ. Muzakki/munfiq yang merasa memiliki kedekatan sosial dengan pengelola ZISWA (OPZ), mereka mempersepsikan bahwa

pengelola adalah keluarga mereka, sahabat mereka, atau punya pengalaman bersama, serta adanya perasaan dekat secara sosial dengan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa peran pengelola untuk membuat penyumbang merasa layaknya sebagai saudara, sahabat atau orang yang mempunyai pengalaman bersama dengan pengelola sangat dibutuhkan.

Semua responden (100%) juga memilih OPZ karena merasa mempunyai nilai-nilai yang sesuai dengan nilai-nilai OPZ, karena komunikasi yang baik dari OPZ dan juga promosi yang dilakukan oleh OPZ. Hal ini menunjukkan pentingnya OPZ untuk selalu mengkomunikasikan dan mempertahankan nilai-nilai bersama dengan penyumbang. Selain itu juga diperlukan usaha mempromosikan keberadaan dan manfaat OPZ dalam mengelola dana ZISWA di masyarakat. Diharapkan promosi ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menyalurkan dana ZISWA melalui OPZ.

Berdasarkan status responden, sebanyak 56,7% merupakan penyumbang tetap dan sisanya merupakan penyumbang insidental. Hal ini merupakan kesempatan yang baik bagi OPZ untuk terus meningkatkan hubungan baik dengan penyumbang dan meningkatkan jumlah pengumpulan dana ZISWA. Selain itu masih terbuka kesempatan bagi OPZ untuk menjadikan penyumbang insidental menjadi penyumbang rutin.

Gambaran Umum Kegiatan Relationship Marketing dan Permasalahan yang dialami oleh Organisasi Pengelola Zakat (OPZ)

Berdasarkan analisis data kuantitatif dan hasil wawancara dengan pengelola dan penyumbang, secara

umum OPZ belum sepenuhnya menjalankan *relationship marketing* dalam meningkatkan jumlah pengumpulan dana ZISWA. OPZ kurang memberi perhatian yang cukup kepada penyumbang lama, khususnya. Padahal penyumbang lama (rutin) menjadi sumber pemasukan dana yang dapat diandalkan. Sejauh ini program-program OPZ untuk meningkatkan pengumpulan ZISWA masih difokuskan pada penambahan penyumbang baru dan kurang menekankan pada bagaimana menjaga agar penyumbang lama terus menyalurkan dana ZISWA melalui OPZ. OPZ belum memperhatikan tingkat kepuasan penyumbang terhadap layanan OPZ. Padahal ini penting untuk meningkatkan retensi penyumbang untuk mempertahankan hubungan OPZ dengan penyumbang. OPZ juga belum mempunyai *database* yang lengkap tentang profil penyumbang. Sejauh ini, data penyumbang hanya disampaikan secara global (nama, alamat, pekerjaan dan jumlah sumbangan) saja, tanpa informasi detil. Selain itu, OPZ kurang melibatkan penyumbang lama dalam pengelolaan ZISWA. Sedikit saja penyumbang yang bersedia berpartisipasi aktif dalam pengelolaan ZISWA di OPZ.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh OPZ dalam memasarkan organisasi adalah Pertama, kesadaran masyarakat dalam cara menghitung dan menyalurkan dana ZISnya melalui OPZ. Saat ini masih banyak masyarakat yang lebih suka menyalurkan dana ZIS secara pribadi langsung kepada yang berhak. Penelitian sebelumnya mengindikasikan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap OPZ.

Kedua, Terbatasnya anggaran untuk operasional pengelolaan ZISWA.

Biaya operasional meliputi biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan zisWa seperti biaya administrasi, biaya pemeliharaan peralatan dan perlengkapan kantor, biaya sosialisasi, biaya lembur karyawan, biaya pengadaan perlengkapan kantor, biaya pelaporan dan lainnya. Biaya ini tidak bisa diambilkan dari dana zakat, oleh karena perlu dicarikan sumber pembiayaan lainnya seperti infak dan sedekah atau bantuan dari pemerintah untuk BAZDA. Semua OPZ mengalami kekurangan dana untuk membiayai ini. Akibatnya jalannya organisasi kurang maksimal.

Ketiga, kurangnya jumlah dan kompetensi SDM pada OPZ. Pengelola OPZ umumnya bukan personal yang mempunyai kompetensi tentang pengelolaan zakat. Pengelola zakat di BAZDA banyak berasal dari PNS dilingkungan pemerintahan yang mempunyai tugas lain disamping mengelola zakat. Sementara pengelola LAZ (lembaga Amil Zakat) berasal personal yang minim pengalaman mengelola zakat. Selain itu, personal kurang mempunyai kompetensi dibidang akuntansi dan IT. Hal ini membuat pelaporan belum bisa dilaksanakan dengan menggunakan prinsip-prinsip akuntansi yang diterima secara umum. Jumlah pengelola juga tidak banyak, sekitar 6-7 orang juga menjadi hambatan tersendiri. Sedikitnya jumlah SDM membuat mereka kesulitan membagi sumber daya untuk tugas-tugas yang begitu banyak dalam mengelola zakat, mulai perencanaan, pelaksanaan sampai pengawasan. Jumlah personel yang tidak banyak mengakibatkan timbulnya kesulitan dalam menjalin hubungan baik dengan penyumbang, kesulitan dalam menjalankan kegiatan marketing bagi OPZ. Untuk menyelaraskan waktu antara pengelola dengan penyumbang

juga merupakan permasalahan tersendiri. Akibatnya hubungan antara pengelola dengan penyumbang menjadi kurang terjaga dengan baik.

Keempat, permasalahan terkait SDM, terutama untuk LAZ yang merupakan Cabang dari LAZ Nasional, terkadang terjadi dualisme kepemimpinan dalam institusi mengakibatkan organisasi kurang bisa maksimal dalam mengembangkan program-program kegiatannya. Selain itu tersentralisasi sistem manajemen organisasi menyebabkan lambatnya respon OPZ, karena semua harus melalui dan mendapat persetujuan OPZ pusat. Terkait SDM, OPZ mempunyai permasalahan juga yaitu kurangnya komitmen pengurus pada keberadaan lembaga. Sering kali terjadi pergantian pengurus atau pengelola karena pindah pada pekerjaan lainnya.

PENUTUP

Penelitian ini memberi kesimpulan :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi zakat di wilayah Kabupaten tahun 2012 mencapai Rp 104.430, 38990 juta sampai dengan Rp. 224.525, 3382 juta. Setiap tahunnya potensi ini mengalami peningkatan rata-rata sebesar Rp 208.555,1338 juta (perkiraan 2% dari PDRB) atau Rp 448.393, 5376 juta (perkiraan 4,3% dari PDRB). Adapun potensi zakat di Kabupaten Purbalingga mencapai Rp 56.913,2666 juta sampai dengan Rp 122.363,5232 juta. Setiap tahunnya potensi ini mengalami peningkatan rata-rata sebesar Rp Rp 116.784,9466 juta (perkiraan 2% dari PDRB) atau Rp 251.087,6353 juta (perkiraan 4,3% dari PDRB).
2. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pencapaian pengumpulan zakat melalui OPZ masih sangat kecil dibandingkan dengan

potensinya.

3. Muzakki pada umumnya adalah kaum muslim yang berdomisili disekitar atau dalam wilayah kerja OPZ, bahwa penyumbang di wilayah Banyumas 46,7% berada di kelompok usia antara 31-40 tahun, 60% laki-laki dan sebesar 93% dari responden berpendidikan perguruan tinggi, 63,3% berpenghasilan antara 2-5 juta. Hal ini menunjukkan bahwa muzakki di wilayah ini didominasi kelompok usia produktif yang mempunyai penghasilan sendiri dan hampir seluruhnya merupakan orang yang berpendidikan baik. Mereka paling banyak (36,7%) berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil dan karyawan swasta dan pengusaha masing-masing sebanyak 23,3 persen.
4. Para penyumbang ini mengenal OPZ paling banyak dari teman (40%), semua (100%) responden merasakan manfaat non material dengan menyalurkan dana ZISWA melalui OPZ. Sebanyak 86,7 persen responden memilih OPZ karena dekat secara geografis dengan wilayah operasional dan juga dekat secara sosial dengan pengelola OPZ. Semua responden (100%) juga memilih OPZ karena merasa mempunyai nilai-nilai yang sesuai dengan nilai-nilai OPZ, karena komunikasi yang baik dari OPZ dan juga promosi yang dilakukan oleh OPZ dan diketahui sebanyak 56,7% merupakan penyumbang tetap.
5. Permasalahan yang dihadapi OPZ adalah Pertama, kesadaran masyarakat dalam cara menghitung dan menyalurkan dana ZISnya melalui OPZ. Kedua, terbatasnya anggaran untuk operasional pengelolaan ZISWA. Ketiga, kurangnya jumlah dan kompetensi SDM pada OPZ. Keempat, dualisme

kepemimpinan dalam institusi dan tersentralisasi sistem manajemen organisasi menyebabkan lambatnya respon OPZ. Selain itu, kurangnya komitmen pengurus pada keberadaan lembaga menjadi penghambat bagi OPZ dalam menjalankan tugasnya.

IMPLIKASI

1. OPZ mulai melaksanakan pemasaran hubungan dengan cara memperhatikan dan membina hubungan baik dengan penyumbang rutin, memahami keinginannya dan memuaskannya. Hal ini akan mengurangi biaya pemasaran (marketing), karena biaya untuk mempertahankan penyumbang lama dibanding biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penyumbang baru.
2. Sebaiknya, mulai dirintis database penyumbang, OPZ melakukan diversifikasi program. Dengan memahami profil penyumbang maka OPZ akan lebih mudah memahami keinginan dan kebutuhan penyumbang, sehingga program-program yang dilaksanakan OPZ lebih bervariasi dan sesuai dengan keinginan penyumbang.
3. Terutama bagi OPZ baru, agar mulai membenahi laporan tertulis yang dibutuhkan oleh penyumbang. Laporan ini mencerminkan transparansi pengelolaan dana ZISWA yang dilakukan OPZ. Transparansi yang baik akan meningkatkan kepercayaan penyumbang. Penyumbang yang percaya akan setia untuk menyalurka dana ZISWA melalui OPZ. Diharapkan potensi zakat akan tercapai dengan jalan salah satunya memelihara hubungan baik dengan penumbang rutin.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim.

- Darmawati, D, Mukti, M.A & Wahyudin. 2010. Kinerja Lembaga Amil zakat dalam Pendekatan Balanced Scorecard (Studi Kasus di kabupaten Banyumas). *Majalah Ilmiah Ilmu Pengetahuan Sosial*. Universitas Sebelas Maret. Vol. 11 No. 2 September 2010.
- Darmawati, D., Lestari, P., Mukti, M.A & Wahyudin.2009. Pengembangan Badan Amil Zakat Daerah se-Eks Karesidenan Banyumas.
- Hayati. 2001. *Implementasi Perspektif Proses Bisnis internal dan pelanggan pada Badan Amil zakat Nasional Jakarta*. Tesis. Unair. Surabaya.
- Hayati, K & Chaniago, I. 2011. Zakat Potential As Means to Overcome Poverty (A study in Lampung). *Journal of Indonesian Economy & Business*. Vol. 26, No 2, May 2011.
- Hayati, K & Chaniago, I. 2012. Model of Poor Society Empowerment Through Optimizing of Zakat (A Case Study In Lampung Province). *Journal of Indonesian Economy & Business*. Vol. 27, No 2, May 2012.
- Mannan, M.A. 1997. Teori dan Praktek Ekonomi Islam. Penerbit Dana Bhakti Wakaf. Yogyakarta.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosda karya Bandung.
- Yin, Robert K. 2000. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Cetakan ke tiga. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. Press Release: Public Expose Indonesia Zakat and Development Report (IZDR) 2012.